

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Konsumen sebagai individu memiliki kriteria dan kondisi yang berbeda satu sama lain sehingga menyebabkan kompleksnya perilaku konsumen. Perilaku konsumen adalah berbagai tindakan dalam mendapatkan, mengkonsumsi produk atau jasa, serta melakukan keputusan pembelian.¹ Perilaku konsumen perlu mendapat perhatian dari pemasar karena dengan mengetahui bagaimana konsumen berperilaku, pemasar dapat mengetahui dan memahami berbagai aspek yang ada pada konsumen sehingga akan lebih mudah dalam menyusun strategi pemasaran. Selama ini, riset mengenai perilaku konsumen melalui pendekatan gaya hidup masih sedikit jumlahnya padahal penelitian ini sangat bermanfaat.²

Gaya hidup menurut Kotler adalah “pola hidup seseorang di dunia yang terungkap pada aktivitas, minat dan opininya.”³ Gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai cara hidup yang diidentifikasi dari bagaimana seseorang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (minat), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri

¹Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Kencana, 2003), hlm. 3.

²Ujang Sumarwan, *et al.*, *Riset Pemasaran dan Konsumen, Panduan Riset dan Kajian: Kepuasan, Perilaku Pembelian, Gaya Hidup, Loyalitas dan Persepsi Risiko*, (Bogor: IPB Press, 2011), hlm. 171.

³Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi Keseblasan Jilid 1*, terj. Benyamin Molan (Jakarta: PT Indeks, 2005), hlm. 210.

dan dunia sekitarnya (opini).⁴ Gaya hidup seringkali menjadi alasan konsumen dalam mengambil keputusan mengenai produk atau merek yang diinginkan. Hal tersebut menyebabkan munculnya dorongan kepada seseorang sehingga bertindak untuk memuaskan kebutuhannya. Melalui pengetahuan akan gaya hidup konsumen yang meliputi aktivitas, minat, dan opini, maka perusahaan dapat menyusun strategi pemasaran yang efektif.⁵

Terdapat berbagai macam gaya hidup yang ada saat ini, salah satunya adalah gaya hidup hedonis. Gaya hidup hedonis ini muncul dari paham hedonisme yang telah ada sejak jaman dahulu. Hedonisme merupakan paham yang menganggap kenikmatan egoistis sebagai tujuan akhir dari kehidupan manusia. Paham yang pertama kali digagas oleh Aristippus ini menganggap bahwa kenikmatan adalah tujuan hidup yang paling mulia dari setiap manusia. Dengan demikian, semua tindakan atau aktivitas manusia akan dianggap baik apabila tindakan tersebut mendatangkan kenikmatan. Paham ini juga beranggapan bahwa manusia yang bijaksana adalah manusia yang mencari kenikmatan yang sebesar-besarnya di dunia ini.⁶

Manusia pada umumnya selalu menginginkan kesenangan dan kenikmatan dalam hidupnya. Akan tetapi, kesenangan atau kebahagiaan yang terdapat dalam gaya hidup hedonis masa kini hanya sekedar kesenangan dunia yang cenderung berdampak negatif. Orang yang memiliki gaya hidup hedonis cenderung tidak

⁴Nugroho J. Setiadi, *op. cit.*, hlm. 148.

⁵Ujang Sumarwan, *et. al.*, *op. cit.*, hlm. 191.

⁶Deliarnov, *Perkembangan Pemikiran Ekonomi Edisi Ketiga*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), hlm.13.

mementingkan akibat dari perbuatannya selagi perbuatan itu menciptakan kesenangan bagi dirinya. Banyak orang yang tidak menyadari bahwa mereka memiliki gaya hidup hedonis, hal ini dapat dilihat dari kebiasaan masyarakat masa kini yang senang membuang-buang waktu di tempat hiburan, sering membeli barang yang tidak diperlukan hanya karena rasa senang terhadap barang tersebut bukan karena manfaatnya, senang dan merasa bangga saat memamerkan harta, dan sebagainya. Mereka menganggap hal-hal tersebut adalah hal yang biasa, padahal hal tersebut merupakan tanda-tanda gaya hidup hedonis.

Salah satu benda yang dapat menimbulkan rasa senang saat membeli dan menggunakannya adalah perhiasan. Perhiasan merupakan sesuatu yang dipakai untuk memperelok (memperindah). Tentunya pemakainya sendiri harus lebih dahulu menganggap bahwa perhiasan tersebut indah.⁷ Perhiasan biasanya terbuat dari emas ataupun perak, namun ada juga yang dibuat dari bahan lain seperti tembaga dan kuningan yang dilapisi dengan emas murni atau yang sering disebut dengan perhiasan lapis emas atau perhiasan imitasi. Perhiasan sendiri terdiri dari berbagai macam bentuk mulai dari cincin, kalung, gelang, anting, dan lain-lain.

Perhiasan berbahan emas disenangi karena warnanya yang berkilau dan harganya yang tinggi memberikan kesan mewah tersendiri bagi orang yang memilikinya, namun harga perhiasan emas yang semakin tinggi membuat sebagian konsumen beralih menggunakan perhiasan imitasi untuk menunjang penampilan mereka. Perhiasan imitasi adalah perhiasan yang digunakan untuk menggantikan perhiasan emas yang digunakan untuk menunjang penampilan.

⁷Hatim Badu Pakuna, *Etika Berbusana (Studi Kasus Terhadap Pola Berbusana Mahasiswa IAIN Walisongo Semarang)*, (Tesis tidak diterbitkan, IAIN Walisongo, Semarang, 2005), hlm. 62, <http://ejournal.narotama.ac.id/files/ETIKA%20BERBUSANA.pdf> (13 Februari 2016).

Secara kasat mata, cukup sulit untuk membedakan perhiasan imitasi dengan perhiasan emas asli. Harganya yang murah dan tampilannya yang mirip perhiasan emas asli membuat perhiasan imitasi memberikan daya tarik tersendiri bagi pecinta perhiasan.

Kota Banjarmasin merupakan salah satu kota yang tidak bisa menghindar dari perubahan jaman yang menyebabkan masuknya berbagai macam gaya hidup dalam kehidupan masyarakatnya. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang penulis lakukan terhadap Ibu Y salah satu masyarakat di Kota Banjarmasin, diketahui bahwa perhiasan imitasi merupakan salah satu benda yang diminati masyarakat Kota Banjarmasin untuk menunjang gaya hidup. Ibu Y mengatakan bahwa ia membeli perhiasan imitasi karena ia senang mengenakan perhiasan dan harga perhiasan imitasi yang murah membuatnya semakin menyukai perhiasan tersebut. Ia bahkan mengaku bahwa ia memiliki alasan khusus dalam membeli perhiasan imitasi yaitu untuk diakui sebagai emas asli yang kemudian dipamerkan agar orang-orang yang tidak tahu bahwa perhiasan itu adalah imitasi menganggapnya sebagai orang kaya karena memiliki banyak perhiasan.⁸

Pada dasarnya, membeli dan mengenakan perhiasan dibolehkan dalam agama Islam. Hal ini didasarkan pada firman Allah dalam Q.S. *al-A'rāf*/7: 32.

قُلْ مَنْ حَرَّمَ زِينَةَ اللَّهِ الَّتِي أَخْرَجَ لِعِبَادِهِ ۖ وَالطَّيِّبَاتِ مِنَ الرِّزْقِ ۗ قُلْ هِيَ لِلَّذِينَ
ءَامَنُوا فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا خَالِصَةً يَوْمَ الْقِيَامَةِ ۗ كَذَلِكَ نُفَصِّلُ الْآيَاتِ لِقَوْمٍ

يَعْلَمُونَ ﴿٣٢﴾

⁸Ibu Y, Konsumen Perhiasan Imitasi, *Wawancara Pribadi*, Banjarmasin, 16 Januari 2016.

“Katakanlah: ‘Siapakah yang mengharamkan perhiasan dari Allah yang telah dikeluarkan-Nya untuk hamba-hamba-Nya dan (siapa pulakah yang mengharamkan) rezki yang baik?’. Katakanlah: ‘Semuanya itu (disediakan) bagi orang-orang yang beriman dalam kehidupan dunia, khusus (untuk mereka saja) di hari kiamat.’ Demikianlah kami menjelaskan ayat-ayat itu bagi orang-orang yang mengetahui.”⁹

Tafsir ayat tersebut ialah Allah SWT berfirman sebagai bantahan terhadap orang-orang yang mengharamkan beberapa makanan, minuman, atau pakaian berdasarkan pendapat diri mereka sendiri bukan berdasar syari’at Allah. “*Katakanlah,*” hai Muhammad, kepada orang-orang musyrik yang mengharamkan apa yang mereka haramkan berdasarkan pendapat mereka yang salah. “*Siapakah yang mengharamkan perhiasan dari Allah yang telah dikeluarkan-Nya untuk hamba-hamba-Nya.*” Semua perhiasan itu telah diciptakan bagi orang-orang yang beriman dan beribadah kepada Allah dalam kehidupan dunia. Meskipun orang-orang kafir ikut menikmatinya di dunia, namun di akhirat kelak semuanya itu hanya dikhususkan bagi orang-orang yang beriman saja.¹⁰

Berdasarkan tafsir ayat tersebut, tampak bahwa hukum membeli dan mengenakan perhiasan adalah boleh dalam Islam. Aturan mengenai batasan-batasan konsumsi dan penggunaan perhiasan pun telah diatur dalam agama Islam untuk diterapkan oleh umatnya. Faktanya dari hasil wawancara penulis dengan Ibu Y, penulis menyadari adanya tanda-tanda hedonis pada dirinya yang membuat ia lebih mengutamakan keinginannya untuk menunjang gaya hidup sehingga ia tidak peduli apakah keputusannya dalam membeli perhiasan imitasi tersebut sudah

⁹Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahnya*, (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2015), hlm. 134.

¹⁰Abdullah bin Muhammad al-Syeikh, *Tafsir Ibnu Katsir Jilid 3*, terj. M. Abdul Ghoffar, (Bogor: Pustaka Imam Asy-Syafi’i, 2003), hlm. 374.

sesuai dengan ajaran Islam atau tidak. Berdasarkan hal tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian guna membuktikan apakah gaya hidup hedonis berpengaruh terhadap keputusan pembelian perhiasan imitasi atau tidak. Penelitian ini direalisasikan dalam bentuk skripsi dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Imitasi oleh Masyarakat di Kota Banjarmasin”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah gaya hidup yang meliputi dimensi aktivitas, minat dan opini berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian perhiasan imitasi oleh masyarakat di Kota Banjarmasin?
2. Dimensi manakah antara aktivitas, minat dan opini dalam gaya hidup yang memberikan pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian perhiasan imitasi oleh masyarakat di Kota Banjarmasin?
3. Apakah gaya hidup dan keputusan pembelian perhiasan imitasi oleh masyarakat di Kota Banjarmasin telah sesuai dengan ajaran Islam?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dilaksanakannya penelitian ini berdasarkan rumusan masalah di atas adalah untuk mengetahui:

1. Pengaruh variabel gaya hidup yang meliputi dimensi aktivitas, minat dan opini terhadap keputusan pembelian perhiasan imitasi oleh masyarakat di Kota Banjarmasin secara simultan dan parsial.
2. Variabel yang paling berpengaruh antara aktivitas, minat, dan opini dalam gaya hidup terhadap keputusan pembelian perhiasan imitasi oleh masyarakat di Kota Banjarmasin.
3. Gaya hidup dan keputusan pembelian perhiasan imitasi oleh masyarakat di Kota Banjarmasin dari sudut pandang Islam.

D. Signifikansi Penelitian

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk memperdalam pengetahuan mengenai perilaku konsumen khususnya mengenai analisis pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian perhiasan imitasi.

2. Secara Praktis

- a. Peneliti dapat memperdalam pengetahuan mengenai perilaku konsumen, terutama yang berkaitan dengan gaya hidup dan keputusan pembelian konsumen
- b. Masyarakat dapat memanfaatkan hasil penelitian ini sebagai peringatan agar tidak membuat keputusan pembelian akibat gaya hidup hedonis.
- c. Pedagang perhiasan imitasi dapat memanfaatkan hasil penelitian ini untuk lebih mengenal gaya hidup konsumennya sehingga bisa membuat rencana yang dapat meningkatkan penjualan.

- d. Informasi bagi mereka yang ingin mengadakan penelitian serupa secara lebih mendalam dari sudut pandang yang berbeda.
- e. Bahan kepustakaan bagi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman dalam menjelaskan arti judul, maka penulis membuat batasan istilah sebagai berikut:

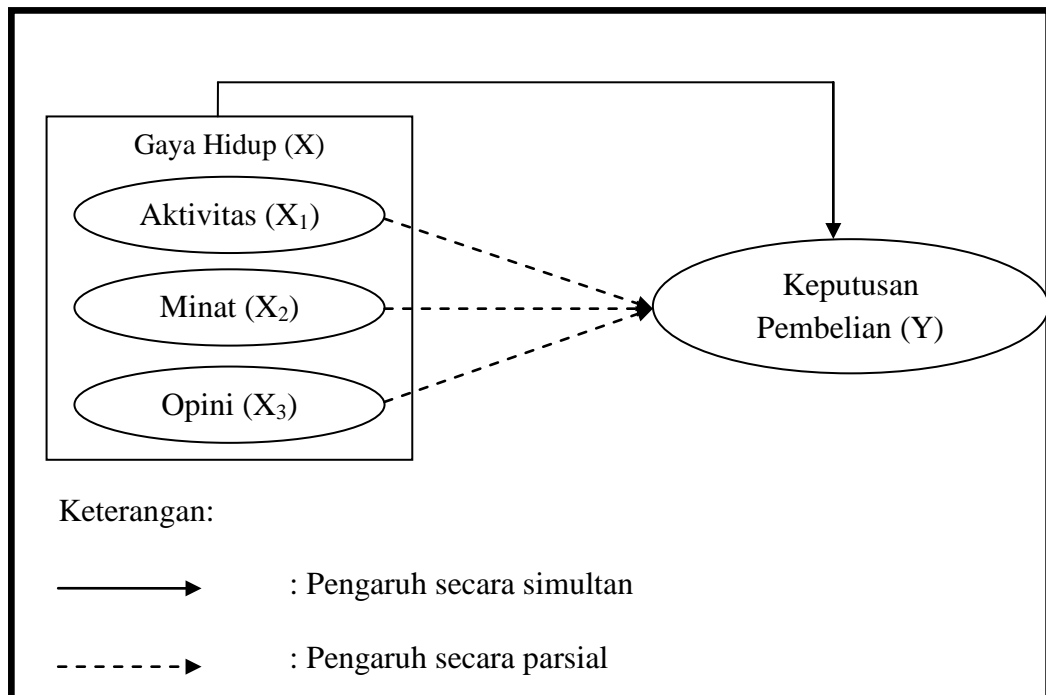
1. Gaya hidup adalah pola hidup individual yang dicerminkan oleh aktivitas, minat, dan opini.¹¹ Adapun yang dimaksud dengan gaya hidup dalam penelitian ini adalah gaya hidup hedonis, yaitu pola hidup seseorang yang dicerminkan dalam aktivitas, minat, dan opini yang ditujukan untuk memperoleh kesenangan dan kenikmatan dunia semata.
2. Perhiasan imitasi dalam penelitian ini ialah perhiasan yang bahan dasarnya adalah tembaga ataupun logam lainnya yang digunakan untuk menggantikan perhiasan emas, biasanya berbentuk cincin, kalung, gelang dan anting. Adapun unsur emas dalam perhiasan ini hanya sebagai pelapis bagian permukaan perhiasan.
3. Masyarakat dalam penelitian ini adalah sekelompok orang yang tinggal di Kota Banjarmasin dengan kriteria tertentu, yaitu beragama Islam dan telah membeli perhiasan imitasi.

¹¹Jane Imperanol Besty, *Kamus Istilah Pemasaran*, terj. Soesanto B., (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2002), hlm. 615.

F. Kerangka Pemikiran

Gaya hidup merupakan salah satu unsur yang terdapat pada faktor pribadi konsumen yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam membuat keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup yang dicerminkan melalui aktivitas, minat, dan opini terhadap keputusan pembelian perhiasan imitasi. Atas dasar tersebut, disusunlah kerangka pikir penelitian sebagaimana yang tergambar pada gambar berikut ini:

Gambar 1.1 Diagram Hubungan Variabel Bebas dan Variabel Terikat



Sumber : Hasil Olahan Penulis dari Berbagai Sumber (2016)

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah gaya hidup (X) yang merupakan gaya hidup hedonis. Pengukurannya meliputi tiga dimensi yang menjadi sub variabel bebas yaitu aktivitas (X_1), minat (X_2), dan opini (X_3). Adapun variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y), yaitu keputusan pembelian perhiasan imitasi oleh masyarakat di Kota Banjarmasin.

G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan dugaan sementara atau jawaban atas permasalahan penelitian yang memerlukan data untuk menguji kebenaran dugaan tersebut. Adapun rumusan hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

1. Hipotesis Simultan

Variabel gaya hidup yang terdiri dari variabel aktivitas, minat, dan opini berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian perhiasan imitasi oleh masyarakat di Kota Banjarmasin.

2. Hipotesis Parsial

- a. Variabel aktivitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian perhiasan imitasi oleh masyarakat di Kota Banjarmasin.
- b. Variabel minat berpengaruh terhadap keputusan pembelian perhiasan imitasi oleh masyarakat di Kota Banjarmasin.
- c. Variabel opini berpengaruh terhadap keputusan pembelian perhiasan imitasi oleh masyarakat di Kota Banjarmasin.

H. Kajian Pustaka

Penulis melakukan penelaahan terhadap beberapa penelitian terdahulu yang mengkaji tentang gaya hidup dan keputusan pembelian. Penelitian-penelitian tersebut diantaranya:

1. Penelitian dalam bentuk skripsi yang dilakukan oleh Della Aresa (0806349081) dari Universitas Indonesia dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup Terhadap *Repurchase Intention* (Studi pada pengunjung 7 Eleven

Tebet Saharjo” yang dilakukan pada tahun 2012. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap *repurchase intention* pada pengunjung 7 Eleven Tebet Saharjo dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup mempengaruhi *repurchase intention* sebesar 40,6% dan sisanya sebesar 59,4% dipengaruhi oleh faktor lain.

2. Penelitian dalam bentuk skripsi yang dilakukan oleh Intan Nur Hidayatun (072411029) dari IAIN Walisongo Semarang pada tahun 2012 dengan judul “Pengaruh Faktor Psikografis Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan dalam Kemasan Berlabel Halal pada Masyarakat Muslim Ngaliyan (Studi Kasus pada ONO Swalayan Ngaliyan)”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh faktor psikografis yang terdiri dari variabel aktivitas, minat, dan opini terhadap keputusan pembelian dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian ini menyatakan faktor psikografis secara simultan yang terdiri dari variabel aktivitas, minat, dan opini mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 53,6% dan sisanya 46,4% dipengaruhi oleh faktor lain.
3. Penelitian dalam bentuk skripsi oleh Dwi Kresdianto (09410085) dari UIN Maulana Malik Ibrahim Malang pada tahun 2014 dengan judul “Hubungan Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif *Fashion* Pakaian pada Mahasiswi di Fakultas Psikologi UIN Maliki Malang”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif *fashion* pakaian dengan menggunakan metode

penelitian kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif *fashion* pakaian pada mahasiswi di Fakultas Psikologi UIN Maliki Malang sebesar 85,4%.

4. Penelitian yang berupa jurnal ilmiah oleh Nesa Lydia Patricia dan Sri Handayani dari Universitas Esa Unggul Jakarta pada tahun 2014 dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup Hedonis terhadap Perilaku Konsumtif pada Pramugari Maskapai Penerbangan X”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif pramugari maskapai penerbangan “X” dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis berpengaruh positif secara signifikan sebesar 41,1% terhadap perilaku konsumtif, sedangkan 58,9% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Berdasarkan penelaahan penulis terhadap penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, terdapat beberapa perbedaan dengan penelitian yang penulis lakukan.

Perbedaan tersebut dapat dilihat pada tabel 1.1.

Tabel 1.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang

Keterangan	Penelitian Terdahulu	Penelitian Sekarang
Judul	a. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap <i>Repurchase Intention</i> (Studi pada pengunjung <i>7 Eleven</i> Tebet Saharjo). b. Pengaruh Faktor Psikografis Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan dalam Kemasan Berlabel Halal pada Masyarakat Muslim Ngaliyan (Studi Kasus pada ONO Swalayan Ngaliyan).	Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Imitasi oleh Masyarakat di Kota Banjarmasin.

Lanjutan Tabel Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang

Keterangan	Penelitian Terdahulu	Penelitian Sekarang
Judul	c. Hubungan Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif <i>Fashion</i> Pakaian pada Mahasiswi di Fakultas Psikologi UIN Maliki Malang d. Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif pada Pramugari Maskapai Penerbangan "X"	
Subjek Penelitian	a. Pengunjung 7 Eleven Tebet Saharjo b. Masyarakat Muslim yang berbelanja di ONO Swalayan Ngaliyan c. Mahasiswi di Fakultas Psikologi UIN Maliki Malang d. Pramugari Maskapai Penerbangan "X"	Masyarakat Kota Banjarmasin yang membeli dan memakai perhiasan imitasi.
Objek Penelitian	a. Pengaruh gaya hidup terhadap <i>Repurchase Intention</i> . b. Pengaruh faktor psikografis terhadap keputusan pembelian produk makanan berlabel halal. c. Hubungan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif produk <i>fashion</i> . d. Pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif.	Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian perhiasan imitasi.
Metode Penelitian	a. Kuantitatif b. Kuantitatif c. Kuantitatif d. Kuantitatif	Kuantitatif
Variabel Penelitian	a. Gaya hidup sebagai variabel bebas (X) dan <i>Repurchase Intention</i> sebagai variabel terikat (Y) b. Faktor Psikografis sebagai variabel bebas terdiri dari variabel aktivitas (X_1), minat (X_2), dan opini (X_3). Keputusan pembelian sebagai variabel terikat (Y), dan label halal sebagai variabel kontrol (Z). c. Gaya hidup hedonis sebagai variabel bebas (X), dan perilaku konsumtif sebagai variabel terikat (Y)	Gaya hidup yang merupakan gaya hidup hedonis sebagai variabel bebas (X), terdiri dari dimensi aktivitas (X_1), minat (X_2), dan opini (X_3). Keputusan pembelian sebagai variabel terikat (Y).

Lanjutan Tabel Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang

Keterangan	Penelitian Terdahulu	Penelitian Sekarang
Variabel Penelitian	d. Gaya hidup hedonis sebagai variabel bebas (X), dan perilaku konsumtif sebagai variabel terikat (Y)	
Alat Analisa	a. Regresi sederhana b. Regresi linier berganda c. Korelasi sederhana d. Regresi sederhana	Regresi linier berganda

Sumber: Della Aresa (2012), Intan Nur Hidayatun (2012), Dwi Kresdianto (2014), Nesa Lydia Patricia dan Sri Handayani (2014)

I. Sistematika Penulisan

Penyusunan skripsi ini terdiri dari V (lima) bab yang disusun secara sistematis dengan susunan sebagai berikut:

Bab I merupakan bab pertama yang berisi bagian pendahuluan. Pada bab ini, penulis menjabarkan tentang latar belakang masalah yang melatari penelitian ini, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian baik secara teoritis maupun praktis, definisi operasional yang menjelaskan beberapa definisi agar tidak terjadi kesalahan penafsiran judul, kerangka pemikiran penelitian, hipotesis penelitian, kajian pustaka dan sistematika penulisan skripsi ini.

Bab II merupakan bab yang menguraikan tentang landasan teori yang menjadi dasar pemikiran dalam mencari pembuktian dan solusi yang tepat untuk hipotesis yang akan diajukan. Bab ini berisi teori mengenai perilaku konsumen, gaya hidup, dan keputusan pembelian.

Bab III merupakan bab yang meguraikan tentang metode penelitian yang digunakan. Bab ini terdiri dari jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian,

populasi dan sampel penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, desain pengukuran, dan teknik analisis data.

Bab IV merupakan laporan hasil penelitian yang berisi tentang penyajian data hasil penelitian, pengujian hipotesis, serta pembahasan hasil penelitian. Poin yang akan dibahas pada penelitian ini ialah mengenai pengaruh gaya hidup yang terdiri dari dimensi aktivitas, minat, dan opini terhadap keputusan pembelian perhiasan imitasi dan manakah yang memberikan pengaruh paling dominan di antara ketiga dimensi tersebut. Dalam bab ini juga akan dibahas mengenai gaya hidup dan keputusan pembelian perhiasan imitasi yang dilakukan oleh masyarakat Kota Banjarmasin berdasarkan sudut pandang Islam.

Bab V merupakan penutup yang terdiri dari kesimpulan hasil penelitian atas masalah yang diteliti serta saran kepada berbagai pihak termasuk kepada peneliti selanjutnya sebagai bahan acuan bagi penelitian selanjutnya.