

**PENGARUH GAYA HIDUP, HARGA DAN PERSEPSI
MASYARAKAT MUSLIM TERHADAP MINAT BELI
PERHIASAN DI TOKO KUDA SILVER 925 KECAMATAN
KESESI KABUPATEN PEKALONGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh :

DEWI CEMPAKA SARI

NIM : 4120088

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2024

**PENGARUH GAYA HIDUP HARGA DAN PERSEPSI
MASYARAKAT MUSLIM TERHADAP MINAT BELI
PERHIASAN DI TOKO KUDA SILVER 925 KECAMATAN
KESESI KABUPATEN PEKALONGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh :

DEWI CEMPAKA SARI

NIM : 4120088

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2024

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dewi Cempaka Sari

NIM : 4120088

Judul Skripsi : **Pengaruh Gaya Hidup, Harga dan Persepsi Masyarakat Muslim terhadap Minat Beli Perhiasan Silver di Toko Kuda Silver 925 Kecamatan Kesesi, Kabupaten Pekalongan**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 14 Oktober 2024

Yang menyatakan



Dewi Cempaka Sari

NOTA PEMBIMBING

Lam : 2(dua) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdri. Dewi Cempaka Sari

Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
c.q. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr.Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi saudara/i:

Nama : **DEWI CEMPAKA SARI**

NIM : **4120088**

Judul Skripsi : **Pengaruh Gaya Hidup, Harga dan Persepsi Masyarakat Muslim Terhadap Minat Beli Perhiasan Silver Di Toko Kuda Silver 925 Kecamatan Kesesi, Kabupaten Pekalongan**

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Pekalongan, 14 Oktober 2024

Pembimbing,



Siti Aminah Caniago, M.Si

NIP. 196809072006042001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan,
www.febi.uingsdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) K.H.
Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara/i:

Nama : Dewi Cempaka Sari
NIM : 4120088
Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Harga dan Persepsi Masyarakat
Muslim terhadap Minat Beli Perhiasan di Toko Kuda
Silver 925 Kecamatan Kesesi, Kabupaten Pekalongan
Dosen Pembimbing : Siti Aminah Caniago, M.Si

Telah diujikan pada hari Jum'at tanggal 01 November 2024 dan dinyatakan
LULUS serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana
Ekonomi (S.E.).

Dewan penguji,

Penguji I

Penguji II

Muhamad Masrur, M.E.I

NIP. 197912112015031001

M. Arif Kurniawan, M.M

NIP. 198606182020121007

Pekalongan, 04 November 2024

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Dr. Hj. Shinta Deyi Rismawati, S.H., M.H

NIP. 201999032001

MOTTO

“Sesungguhnya Allah tidak akan membebani mereka melainkan sesuai dengan kadar kesanggupannya.”

– **QS. Al Baqarah:286**

“Apresiasi diri sendiri karna gak semua semua orang mampu diposisi kita. Selalu positif vibes, tebar senyum, belajar sabar dan percaya besok akan lebih baik.”

-Filosofi Manusia

“ Jika kamu memulai karena Allah, maka jangan menyerah karena manusia.”

-Gus Baha

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan Skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan. Dalam pembuatan Skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan materil maupun non materil dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisan Skripsi ini:

1. Kedua orang tua, Bapak Sukoyo dan Ibu Sri Mundarsih yang senantiasa mendoakan, mendukung, dan selalu mengajarkan arti kehidupan, kesederhanaan, kekeluargaan dan cinta.
2. Ketiga kakak saya, Priyanto, Dwi Riyasih dan Tri Mulyo serta adik saya, Fatur Rizal yang selalu mensupport saya dan keluarga besar yang selalu memberikan semangat kepada saya.
3. Almamater saya Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Dosen Pembimbing Ibu Siti Aminah Caniago, M.Si yang membimbing dan meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam penyusunan skripsi ini.

5. Dosen Wali Ibu Karima Tamara, ST. MM yang telah membimbing dan meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam penyusunan skripsi ini.
 6. Sahabat saya Afri Anti Risma Maya, Elsa Lestari dan Putri Artika Fitriani yang telah mendukung dan membantu saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
 7. Pimpinan toko perhiasan kuda silver 925 Kecamatan Kesesi Kabupaten Pekalongan yang sudah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian ditempat tersebut dan seluruh konsumen sebagai responden yang telah membantu dalam mengisi kuesioner guna memenuhi data penelitian ini.
 8. Dewi Cempaka Sari, ya! diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih karena terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap prosesnya yang bisa dibilang tidak mudah. Terima kasih telah menyelesaikannya sebaik dan semaksimal mungkin. Apapun kurang dan lebihmu mari merayakan diri sendiri.
- Akhir kata, penulis berharap semoga Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang sudah membantu. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

ABSTRAK

DEWI CEMPAKA SARI. Pengaruh Gaya Hidup, Harga dan Persepsi Masyarakat Muslim Terhadap Minat Beli Perhiasan di Toko Kuda Silver 925 Kecamatan Kesesi, Kabupaten Pekalongan.

Minat beli merupakan suatu hal yang terjadi ketika mereka mendapatkan stimulus dari suatu produk yang diminati, kemudian mereka ingin membeli serta memilikinya. Minat beli merupakan manifestasi dari keinginan konsumen untuk memperoleh produk yang mereka butuhkan atau inginkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Gaya Hidup, Harga dan Persepsi terhadap Minat Beli perhiasan silver pada Masyarakat Pekalongan. Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah etode angket (kuesioner) dengan menggunakan sampel sebanyak 97 responden yang merupakan konsumen toko perhiasan silver 925 Kesesi, Pekalongan. Teknik pengambilan sampel dengan metode *simple random sampling*. Penelitian ini menggunakan metode analisis data uji regresi linier berganda dengan bantuan SPSS 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup, harga dan persepsi berpengaruh terhadap minat beli perhiasan silver di toko kuda silver 925 Kecamatan Kesesi Kabupaten Pekalongan. Kemudian secara simultan, gaya hidup, harga dan persepsi berpengaruh terhadap Minat Beli perhiasan silver di toko kuda silver 925 Kecamatan Kesesi Kabupaten Pekalongan.

Kata kunci: Gaya Hidup, Harga, Persepsi dan Minat Beli

ABSTRACT

DEWI CEMPAKA SARI, The Influence of Lifestyle, Prices and Perceptions of the Muslim Community on Interest in Buying Jewelry at the Kuda Silver Shop 925, Kesesi District, Pekalongan Regency.

Purchase interest is something that occurs when they receive stimulus from a product they are interested in, then they want to buy and own it. Purchase interest is a manifestation of consumers' desire to obtain the products they need or want. This research aims to determine the influence of lifestyle, price and perception on interest in buying silver jewelry in the Pekalongan community.

This research is a type of quantitative research. The data collection method in this research is a questionnaire method using a sample of 97 respondents who are consumers of the 925 Kesesi silver jewelry shop, Pekalongan. The sampling technique used the simple random sampling method. This research uses a multiple linear regression test data analysis method with the help of SPSS 26.

The research results show that lifestyle, price and perception influence interest in buying silver jewelry at the 925 silver horse shop, Kesesi District, Pekalongan Regency. Then simultaneously, lifestyle, price and perception influence interest in buying silver jewelry at the 925 silver horse shop, Kesesi District, Pekalongan Regency.

Keywords: Lifestyle, Price, Perception and Purchase Intention

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya sampaikan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmatNya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya sampaikan terima kasih kepada

1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, M.H. selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Dr. H. Tamamudin, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. M. Aris Syafi’I, M.E.I. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Siti Aminah Caniago, M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan dan membimbing saya dalam penyusunan skripsi ini.
6. Karima Tamara, ST.MM. selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA) yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan dan

membimbing dalam penentuan judul skripsi dan membimbing dalam pengajuan judul skripsi.

7. Muhamad Masrur, M.E.I. selaku dosen penguji 1.
8. M, Arif Kurniawan, M.M selaku dosen penguji 2.
9. Pihak toko perhiasan kuda silver 925 Kesesi Pekalongan yang telah membantu dalam memperoleh data yang saya perlukan.
10. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral
11. Sahabat yang telah banyak memotivasi dan membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 15 Oktober 2024

Penulis



DEWI CEMPAKA SARI

NIM. 4120088

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
TRANSLITERASI	xv
DAFTAR TABEL	xxiv
DAFTAR GAMBAR	xxv
DAFTAR LAMPIRAN	xxvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Sistematika Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. <i>Grand Theory</i> (Teori Perilaku Konsumen)	12
B. Minat Beli	14

C. Gaya Hidup.....	17
D. Harga	18
E. Persepsi.....	21
F. Telaah Pustaka	23
G. Kerangka Berpikir	38
H. Hipotesis	39
BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Jenis Penelitian	42
B. Pendekatan Penelitian	42
C. Setting Penelitian	43
D. Populasi dan Sampel Penelitian	43
E. Variabel Penelitian	45
F. Sumber Data	46
G. Teknik Pengumpulan Data	46
H. Metode Analisis Data	48
I. Alat Analisis	53
J. Definisi Operasional Variabel	53
BAB IV DATA DAN PEMBAHASAN	56
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	56
B. Deskripsi Data	57
C. Analisis Data	62
D. Pembahasan	75

BAB V PENUTUP	81
A. Kesimpulan	81
B. Keterbatasan Penelitian	82
C. Implikasi Penelitian	82
D. Saran	83
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	I
1. Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	I
2. Lampiran 2 Identitas Data Responden	II
3. Lampiran 3 Tabulasi Data	XIV
4. Lampiran 4 Data Hasi Penelitian	XXV
5. Lampiran 5 Surat pengantar penelitian	XXXVI
6. Lampiran 6 Surat keterangan telah melakukan penelitian	XXXVII
7. Lampiran 7 Dokumentasi Lokasi	XXXVIII
8. Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup	XLI

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṣa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)

ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	Fathah	A	a
اِ	Kasrah	I	i
اُ	Dammah	U	u

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اِي...	Fathah dan ya	Ai	a dan u
اُو...	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba

- فَعَلَ fa`ala

- سئِلَ suila

- كَيْفَ kaifa

- حَوْلَ haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel Transliterasi *Maddah*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ...أ	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
إ...إ	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
و...و	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah “t”.

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/ al-madinatul munawwarah
- طَلْحَةَ talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birru

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “I” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu

- الْقَلَمُ al-qalamu

- الشَّمْسُ asy-syamsu

- الْجَلَالُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuẓu

- شَيْءٌ syai'un

- النَّوْءُ an-nau'u

- إِنْ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/ Wa innallāha

lahuwa khairurrāziqīn

- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/ Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

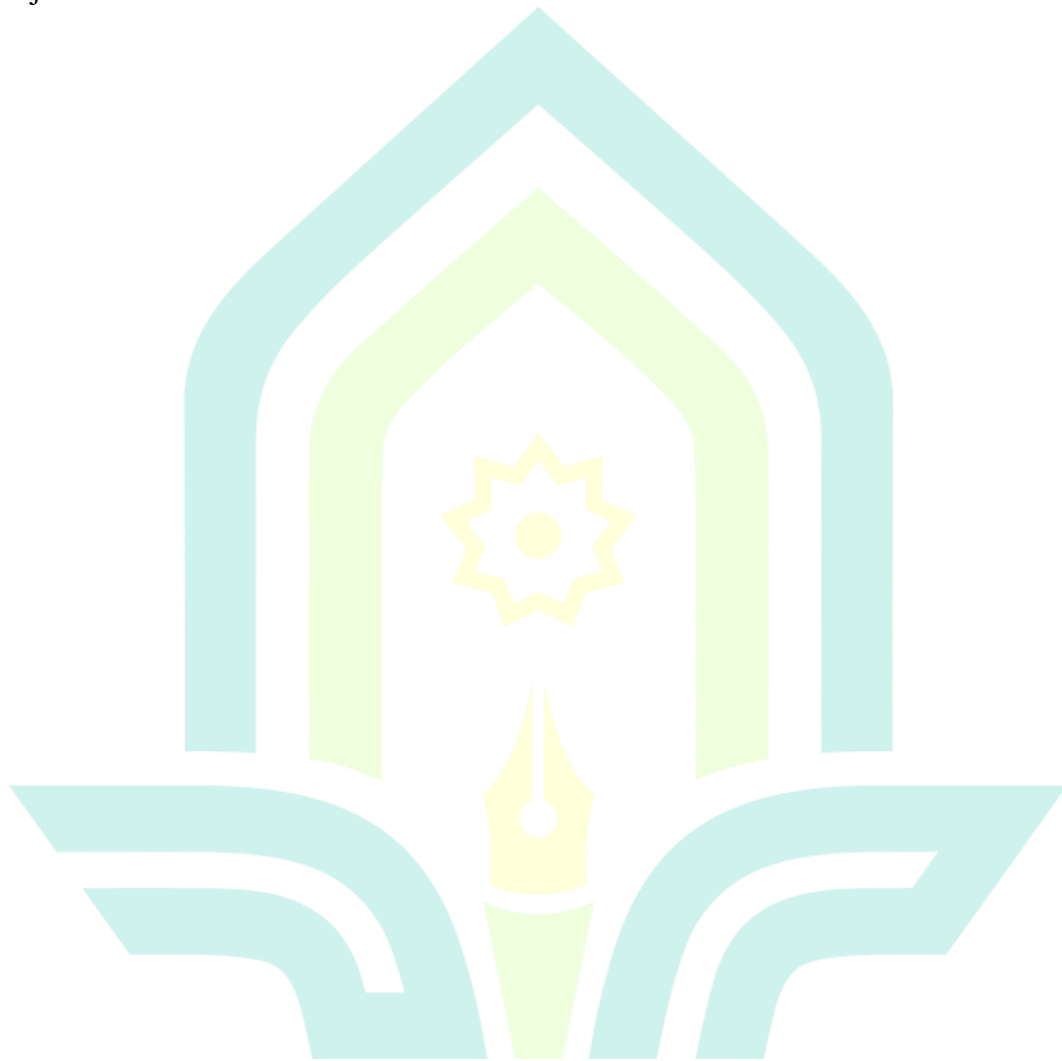
Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`anv

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Perhiasan Kuda Silver 925.....	6
Tabel 2.1 Telaah Pustaka	23
Tabel 3.1 Instrumen Penelitian	37
Tabel 3.2 Definisi Oprasional Variabel	54
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	59
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	61
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas.....	62
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas	64
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas	67
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas.....	68
Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas	69
Tabel 4.10 Hasil Uji Regresi Berganda.....	70
Tabel 4.11 Hasil Uji T.....	72
Tabel 4.12 Hasil Uji F.....	73
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	74
Tabel 4.13 Hasil Hipotesis	80

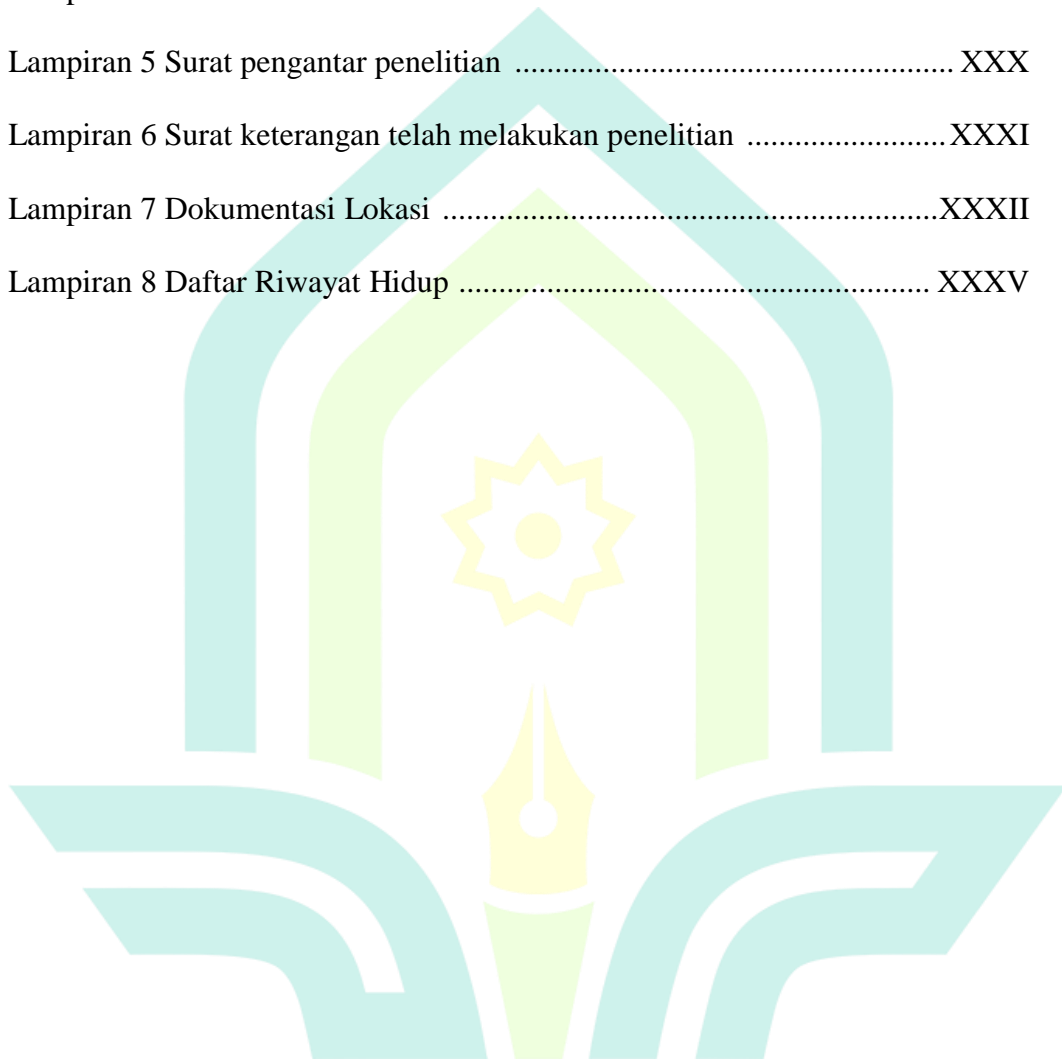
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Grafik Harga Perhiasan	4
Gambar 2.1	Kerangka Berfikir.....	38
Gambar 4.1	Histogram Uji Normalitas.....	65
Gambar 4.2	Grafik p-plot Uji Normalitas.....	66



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	I
Lampiran 2 Identitas Data Responden	VII
Lampiran 3 Tabulasi Data	XI
Lampiran 4 Data Hasi Penelitian	XVIII
Lampiran 5 Surat pengantar penelitian	XXX
Lampiran 6 Surat keterangan telah melakukan penelitian	XXXI
Lampiran 7 Dokumentasi Lokasi	XXXII
Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup	XXXV



BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Perkembangan persaingan bisnis di Indonesia adalah salah satu fenomena yang cukup menarik, terutama pada bidang ekonomi yang semakin banyak membuka peluang usaha. Perkembangan perekonomian ditentukan pada perputaran ekonomi pada sektor perdagangan. Arus sitem perdagangan sendiri menjadi acuan dalam menopang eksistensi perekonomian membuat lebih maju atau bahkan mengalami penurunan. Peluang usaha yang semakin banyak, membuat para pelaku usaha membuat usahanya yang bertujuan untuk menghasilkan laba yang paling besar dengan meningkatkan jumlah penjualan. (Tania et al., 2022). Seiring dengan masyarakat yang menginginkan segala macam barang mewah untuk menunjang penampilan dan gaya hidup mereka, persaingan bisnis produk imitasi di Indonesia pun semakin meningkat karena saat ini banyak masyarakat yang mengutamakan penampilan. Salah satu aspek yang bisa membuat seseorang lebih percaya diri adalah dengan menggunakan perhiasan. (Yasmita et al., 2024)

Harga perhiasan yang saat ini terbilang cukup mahal, membuat minat seseorang untuk membelinya juga menjadi menurun dikarenakan kondisi keuangan. Hal ini yang membuat masyarakat beralih dan tertarik menggunakan perhiasan silver atau perhiasan imitasi. Harga dari perhiasan silver sendiri yang jauh lebih murah dari perhiasan asli membuat mereka dengan mudah

mendapatkannya dan memenuhi gaya hidupnya. Tanpa dukungan dan kehadiran konsumen, kecil kemungkinan suatu perusahaan dapat bertahan.

Perilaku konsumen sangat penting bagi sebuah bisnis. Menurut Kotler dan Armstrong (2008: 158) yang dikutip oleh (More et al., 2022), perilaku konsumen mencakup individu dan rumah tangga yang membeli barang dan jasa guna kepentingan pribadi. Perusahaan biasanya merancang strategi khusus untuk memengaruhi perilaku konsumen agar minat beli masyarakat terhadap produk atau layanan mereka tetap tinggi. Menurut (Nuryani & Rizqi, 2024) niat membeli adalah hasil dari respon yang muncul dari berbagai insentif yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk membeli sesuatu. Dalam pemasaran, memahami niat pembelian sangat penting karena perusahaan berusaha untuk mendorong minat dan keinginan pelanggan untuk membeli barang atau jasa yang mereka tawarkan.

Perhiasan imitasi banyak diminati konsumen dalam berbagai bentuk karena harganya yang relatif terjangkau. Saat ini perhiasan sendiri sudah digemari para wanita mulai dari remaja hingga orang tua. Perhiasan bisa meningkatkan penampilan seseorang lebih menarik. Apalagi jika perhiasan tersebut terbuat dari emas atau berlian, nilainya bisa sangat tinggi. Saat ini perhiasan hadir dalam berbagai bentuk dan memiliki desain yang indah dan menarik yang ingin dimiliki setiap orang. Namun sayangnya bagi sebagian orang sulit memenuhi syarat untuk memiliki perhiasan emas dikarenakan harganya yang mahal, sehingga orang tersebut lebih memilih perhiasan emas atau perak imitasi. Banyak orang lebih memilih emas imitasi karena banyak variasi dan model yang tersedia. Oleh karena itu, masyarakat khususnya perempuan lebih menyukai

produk yang unik, harga yang terjangkau serta mudah didapat. Produk emas imitasi ini mempunyai banyak keunggulan. Diantaranya yaitu, harganya yang murah mengingat pendapatan yang tidak besar membuat produk emas imitasi ini sangat cocok bagi konsumen yang memiliki keterbatasan finansial. Kemudian, jenis modelnya banyak dan unik, jika dibandingkan dengan emas asli yang tidak begitu banyak mempunyai model. (Sapitri, 2021)

Salah satu hal yang berpengaruh terhadap minat untuk membeli yaitu gaya hidup. Studi menunjukkan bahwa gaya hidup seseorang secara positif berkorelasi dengan keputusan berbelanja mereka. Menurut Priansa (2017: 185) dalam (Ulviani et al., 2021) gaya hidup merupakan cara seseorang menjalani kehidupannya yang ditunjukkan oleh minat, aktivitas dan pendapat mereka. Saat mencari perhiasan emas, pelanggan memperhatikan nilai intrinsik emas serta nilai tambahan seperti desain, unik, dan keindahan seni. Mempunyai perhiasan emas yang unik dan menarik membuat mereka lebih tertarik untuk memilikinya dan menjadi bagian dari gaya hidup mereka. (Nuryani & Rizqi, 2024)

Selain faktor gaya hidup, harga juga memiliki peranan penting. Penjualan sangat dipengaruhi oleh keputusan yang diambil oleh pemilik bisnis mengenai harga produk. Nilai suatu produk ditentukan oleh harganya yang berdampak pada keuntungan produsen. Harga juga mempengaruhi pembelian pelanggan dan memerlukan pertimbangan ketika menetapkan harga. (Halim & Iskandar, 2019). Minat beli akan semakin meningkat jika harga yang ditawarkan sesuai dengan pasar. Apalagi dengan adanya kebutuhan masyarakat yang meningkat,

maka mereka akan lebih memilih harga yang lebih murah salah satunya dengan mereka memenuhi keinginan menggunakan perhiasan.

Gambar 1.1 grafik harga perhiasan tahun 2019-2023

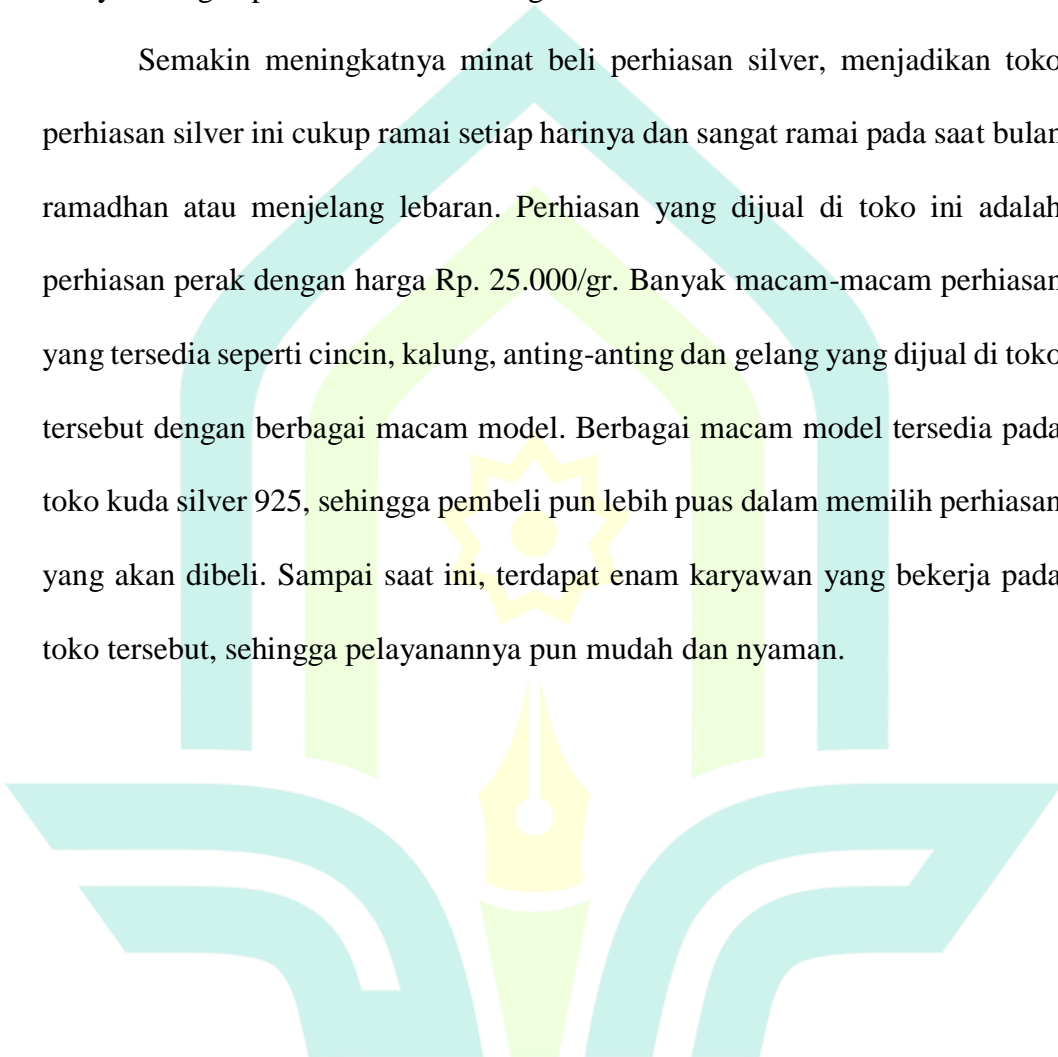


Sumber : situs Gold Price tahun 2019-2023

Harga emas di 5 tahun terakhir secara konsisten terus mengalami kenaikan secara signifikan. Terlihat di tahun 2019, harga emas per ons masih sekitar Rp18.000.000. Sementara di tahun 2023, harga emas naik sangat drastis mencapai Rp28.000.000 per ons. Dengan Meroketnya harga emas dipasaran, membuat masyarakat Kesesi beralih menggunakan perhiasan perak untuk memenuhi kebutuhan pribadinya. Perhiasan perak merupakan perhiasan yang dibuat dari perak dan logam silver. c Toko perhiasan kuda silver 925 yang berlokasi pada jalan raya Kesesi komplek pasar kesesi menjadi salah satu toko perhiasan silver yang digemari oleh masyarakat di kecamatan Kesesi. Toko perhiasan ini merupakan cabang dari toko perhiasan yang berlokasi di Comal, Pematang. Toko perhiasan kuda silver 925 terletak pada area yang strategis yaitu

masih dalam kompleks pasar yang mudah dijangkau oleh orang lain atau konsumen. Perilaku konsumen masyarakat di kecamatan Kesesi sendiri cenderung lebih mengutamakan gaya hidupnya dan memilih produk dengan harga yang terjangkau, dikarenakan pada wilayah Kesesi bisa disebut dengan wilayah dengan perekonomian menengah kebawah.

Semakin meningkatnya minat beli perhiasan silver, menjadikan toko perhiasan silver ini cukup ramai setiap harinya dan sangat ramai pada saat bulan ramadhan atau menjelang lebaran. Perhiasan yang dijual di toko ini adalah perhiasan perak dengan harga Rp. 25.000/gr. Banyak macam-macam perhiasan yang tersedia seperti cincin, kalung, anting-anting dan gelang yang dijual di toko tersebut dengan berbagai macam model. Berbagai macam model tersedia pada toko kuda silver 925, sehingga pembeli pun lebih puas dalam memilih perhiasan yang akan dibeli. Sampai saat ini, terdapat enam karyawan yang bekerja pada toko tersebut, sehingga pelayanannya pun mudah dan nyaman.



Tabel 1.1 Data Penjualan Toko Kuda Silver Kesesi
Januari-Desember 2023

Bulan	Penjualan
Januari	Rp. 4.188.000
Februari	Rp. 10.840.000
Maret	Rp. 3.610.000
April	Rp. 71.330.000
Mei	Rp. 3.287.000
Juni	Rp. 3.604.000
Juli	Rp. 5.389.000
Agustus	Rp. 7.243.000
September	Rp. 4.565.000
Oktober	Rp. 8.089.000
November	Rp. 8.385.000
Desember	Rp. 8.732.000

Sumber : Data Penjualan Toko Kuda Silver Kesesi 2023

Dari tabel diatas terlihat bahwa pada tahun 2023 toko kuda silver Kesesi mengalami permasalahan pada penjualan yang tidak stabil atau naik turun. Puncak tertinggi pendapatan pada toko tersebut adalah pada bulan April dengan jumlah pendapatannya Rp. 71.330.000. kemudian pada bulan Mei mengalami penurunan drastis yaitu Rp. 3.287.000. sebelum bulan April, pada bulan sebelumnya pun mengalami penurunan yaitu Rp. 3.610.000 pada bulan Maret dari yang sebelumnya pada bulan februari pendapatannya yaitu Rp. 10.840.000, ada sejumlah hal yang mempengaruhi salah satunya, yaitu terdapat ramai konsumen hanya pada saat bulan ramadhan atau menjelang lebaran saja. Seperti yang dikatakan oleh Suciati Umaroh selaku karyawan toko tersebut, toko kuda silver Kesesi mengalami peningkatan pendapatan pada bulan April yaitu tepatnya pada bulan puasa menjelang lebaran. Banyak pembeli yang datang pada

bulan tersebut, sampai karyawan pun ikut kewalahan dalam melayani pelanggan. Tahun sebelumnya juga seperti itu.

Faktor yang mempengaruhi minat beli selanjutnya adalah persepsi. Persepsi merupakan sebuah proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menafsirkan rangsangan yang diterimanya sehingga dapat membentuk gambaran dunia yang bermakna dan lengkap. Pada hakikatnya persepsi berkaitan dengan perilaku seseorang ketika mengambil keputusan pembelian. (Dina Safira et al., 2022) Oleh karena itu, pemilik Toko kuda silver 925 Kesesi harus membuat sesuatu yang unik untuk menarik perhatian pelanggan, seperti membuat model yang lebih trend dan menarik. Mereka juga harus memahami motif pembelian pelanggan dan mengetahui bagaimana mereka melihat perhiasan perak. Untuk meningkatkan daya saing produknya di pasar, perusahaan harus dapat mengelola sumber daya ekonominya secara optimal. Dalam islam, penggunaan perhiasan perak bagi laki-laki dan perempuan itu diperbolehkan, asalkan tidak digunakan untuk membanggakan diri dan tidak berlebihan.

Penelitian ini memiliki keterbaruan pada variabel persepsi, karena variabel tersebut biasanya disandingkan dengan persepsi manfaat, persepsi kegunaan dan lain sebagainya. Tetapi pada penelitian ini menggunakan variabel persepsi yang disandingkan dengan variabel gaya hidup dan harga. Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan maka dalam hal ini peneliti ingin mengetahui pengaruh apa yang ditimbulkan dari adanya gaya hidup, harga serta persepsi

apakah ketiga aspek tersebut sangat berpengaruh terhadap minat beli kosumen.

Oleh karena itu, penulis ingin melakukan penelitian dengan judul

“PENGARUH GAYA HIDUP, HARGA DAN PERSEPSI MASYARAKAT MUSLIM TERHADAP MINAT BELI PERHIASAN DI TOKO KUDA SILVER 925 KECAMATAN KESESI, KABUPATEN PEKALONGAN”

B. RUMUSAN MASALAH

Peneliti merumuskan masalah sebagai berikut dengan mempertimbangkan latar belakang masalah:

1. Apakah gaya hidup berpengaruh secara parsial terhadap minat beli perhiasan di toko kuda silver 925 Kecamatan Kesesi Kabupaten Pekalongan?
2. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap minat beli perhiasan di toko kuda silver 925 Kecamatan Kesesi Kabupaten Pekalongan?
3. Apakah persepsi berpengaruh secara parsial terhadap minat beli perhiasan di toko kuda silver 925 Kecamatan Kesesi Kabupaten Pekalongan?
4. Apakah gaya hidup, harga dan persepsi berpengaruh secara simultan terhadap minat beli perhiasan di toko kuda silver 925 Kecamatan Kesesi Kabupaten Pekalongan?

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk menganalisis apakah gaya hidup berpengaruh secara parsial terhadap minat beli perhiasan di toko kuda silver 925 Kecamatan Kesesi Kabupaten Pekalongan.
2. Untuk menganalisis apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap minat beli perhiasan di toko kuda silver 925 Kecamatan Kesesi Kabupaten Pekalongan.
3. Untuk menganalisis apakah persepsi berpengaruh secara parsial terhadap minat beli perhiasan di toko kuda silver 925 Kecamatan Kesesi Kabupaten Pekalongan.
4. Untuk menganalisis apakah gaya hidup, harga dan persepsi berpengaruh secara simultan terhadap minat beli perhiasan di toko kuda silver 925 Kecamatan Kesesi Kabupaten Pekalongan.

D. MANFAAT PENELITIAN

Hasil penelitian ini harus bermanfaat baik dari sudut pandang teoritis maupun praktis.

1. Manfaat secara Teoritis

Kajian ini dimaksudkan guna meningkatkan pengetahuan dan pemahaman mencakup pengaruh gaya hidup, harga, dan persepsi terhadap minat beli perhiasan silver di Kecamatan Kesesi Kabupaten Pekalongan.

2. Manfaat secara Praktis

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat memberi tambahan evaluasi bahkan alternatif solusi perusahaan untuk memahami seberapa besar perusahaan meningkatkan minat beli pelanggan agar lebih banyak mendapatkan pelanggan untuk membeli perhiasan silver di toko tersebut.

b. Bagi Akademisi

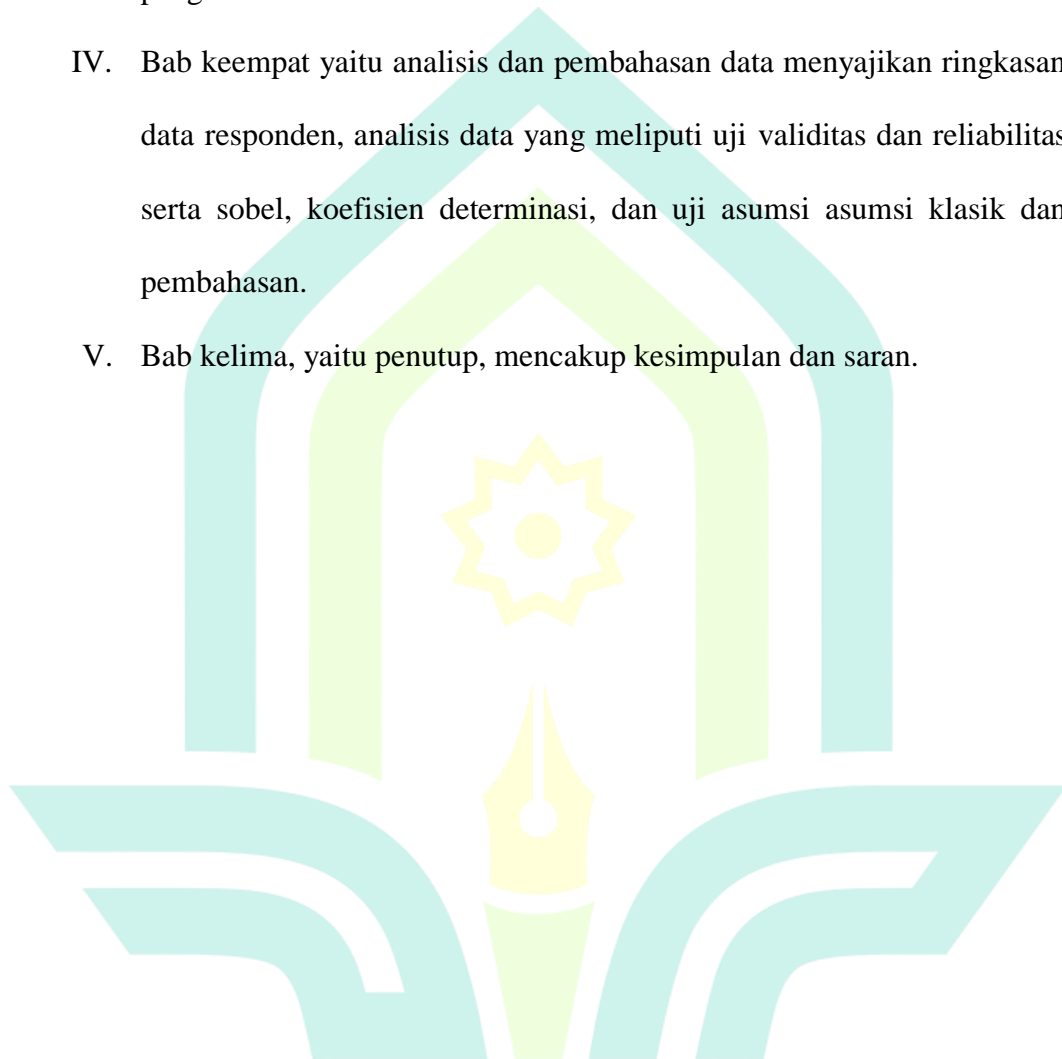
Penelitian ini dapat memberikan bahan kajian literasi akademisi terkait pengaruh gaya hidup, harga, dan persepsi terhadap minat beli perhiasan silver, serta diharapkan menjadi bahan rujukan sekaligus menambah pengetahuan informasi bagi mahasiswa atau akademisi lainnya.

E. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Berikut sistematika dalam penulisan penelitian ini:

- I. Bab pertama yaitu pendahuluan, berisi mengenai penjelasan pokok permasalahan yang diangkat, dan tujuan dilakukannya penelitian serta manfaat apa saja yang dapat diambil oleh pihak terkait. Serta sistematika penulisan dari bab 1 sampai bab 5.
- II. Bab kedua yaitu landasan teori, berisi telaah pustaka, kerangka teori yaitu penjelasan setiap variabel yang ada pada penelitian serta kerangka penelitian yang berguna untuk membuat model penelitian dan hipotesis yang akan diuji.

- III. Bab ketiga adalah metode penelitian, membahas berbagai jenis penelitian yang telah dilakukan, serta subjek, populasi, dan sampel yang digunakan, serta metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dan definisi operasional, instrument yang digunakan untuk penelitian, dan teknik pengolahan data.
- IV. Bab keempat yaitu analisis dan pembahasan data menyajikan ringkasan data responden, analisis data yang meliputi uji validitas dan reliabilitas serta sobel, koefisien determinasi, dan uji asumsi asumsi klasik dan pembahasan.
- V. Bab kelima, yaitu penutup, mencakup kesimpulan dan saran.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Gaya Hidup, Harga dan Persepsi Terhadap Minat Beli Perhiasan Silver di Toko Kuda Silver 925 Kecamatan Kesesi Kabupaten Pekalongan maka didapatkan hasil sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh secara parsial yang positif dan signifikan dari gaya hidup terhadap minat beli perhiasan di toko kuda silver 925 kecamatan Kesesi kabupaten Pekalongan.
2. Terdapat pengaruh secara parsial yang positif dan signifikan dari harga terhadap minat beli perhiasan di toko kuda silver 925 kecamatan Kesesi kabupaten Pekalongan.
3. Terdapat pengaruh secara parsial yang positif dan signifikan dari persepsi terhadap minat beli perhiasan di toko kuda silver 925 kecamatan Kesesi kabupaten Pekalongan.
4. Terdapat pengaruh secara simultan yang positif dan signifikan dari gaya hidup, harga dan persepsi terhadap minat beli perhiasan di toko kuda silver 925 kecamatan Kesesi kabupaten Pekalongan.

B. Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini hanya berfokus pada pengujian variabel Gaya Hidup, Harga, dan Persepsi. Sedangkan masih banyak variabel lain yang bisa mempengaruhi minat beli seperti kualitas produk, variasi produk, lokasi dan lain-lain.
2. Pada penelitian ini masih memiliki keterbatasan dalam sumber referensi penelitian terdahulu yang meneliti tentang pengaruh gaya hidup, harga dan persepsi terhadap minat beli.

C. Implikasi Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat dikemukakan implikasi secara teoritis dan praktis sebagai berikut :

1. Implikasi Teoritis

Persepsi mempunyai pengaruh paling besar dalam penelitian ini, pandangan masyarakat muslim di Kecamatan Kesesi terhadap minat beli menjadi pondasi yang baik. Diharapkan kepada pihak toko untuk lebih mempertahankan apa yang sudah diterapkan seperti lingkungan yang bersih, model yang menarik dan harga yang terjangkau untuk meningkatkan minat beli masyarakat terhadap perhiasan.

2. Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini digunakan sebagai masukan bagi pihak toko untuk lebih meningkatkan minat beli konsumen seperti memberikan potongan harga kepada pelanggan serta memperbanyak variasi model lagi agar pelanggan lebih puas dalam memilih perhiasan.

D. Saran

Berdasarkan uraian dari pembahasan di atas dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut :

1. Disarankan kepada toko kuda silver 925 Kesesi agar memberikan potongan harga pada saat event tertentu dan lebih memperbanyak variasi model perhiasan supaya bisa meningkatkan minat beli konsumen.
2. Penelitian ini merekomendasikan bagi peneliti selanjutnya hendaknya dapat menganalisis faktor-faktor lain yang mempengaruhi peningkatan minat beli suatu produk terutama perhiasan. Seperti kualitas produk, variasi produk, lokasi dan lain-lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Acep Samsudin (2023). Pengaruh Brand Awareness dan Desain Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Emas. *Jurnal pengabdian masyarakat*. Vol 2 No 3
- Arikunto. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : alfabeta.
- Aryandhana, D., Bintarti, S., & Hidayatullah, R. (2021). Pengaruh Persepsi Dan Preferensi Masyarakat Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Syariah Di Kabupaten Bekasi. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 6(02), 191-206.
- Ayu, N., & Andryati, Y. (2024). Analisis Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Toko Emas Sinar Baru Sampit. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(4), 4536–4550. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i4.987>
- Azahra, F., & Hadita, H. (2023). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Variabel Intervening Minat Beli Kfc Golden City Bekasi Di Sosial Media Instagram. *Jurnal Economina*, 2(2), 678–691. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.351>
- Azhhari, R. A., & Yuliana, Y. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Smartphone Vivo Pada Masyarakat Desa Jaharun B Dusun 1 Kecamatan Galang Kabupaten Deli Serdang. *JEKKP (Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Kebijakan Publik)*, 3(1), 25-31.
- Bidin A. (2017). Опыт аудита обеспечения качества и безопасности медицинской деятельности в медицинской организации по разделу «Эпидемиологическая безопасность» No Title. *Вестник Росздравнадзора*, 4(1), 9–15.
- Budiyono, R., Safira, D., & Estuti, E. P. (2022). ANALISIS GAYA HIDUP, PERSEPSI DAN KELOMPOK ACUAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal STIE Semarang (Edisi Elektronik)*, 14(2), 77-92.
- Clarita, N. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, dan Lokas Terhadap Keputusan Pembelian di CFC Grande Karawaci. *AKSIOMA: Jurnal Manajemen*, 2(1), 37-53.
- Damayanti, A., Arifin, R., & Rahmawati. (2023). Vol. 12. No. 01 ISSN : 2302-7061. *Riset, Jurnal Prodi, Manajemen Fakultas, Manajemen Unisma, Bisnis*, 12(01), 510–518.
- Fahlevi, E. R., & Munawaroh, R. S. (2017). Strategi pemasaran untuk

meningkatkan volume penjualan pada PT Indocitra Niaga Jaya Banjarmasin. *Jurnal manajemen dan Akuntansi*, 17(1).

- Fauzi, F. (2020). Pengaruh Etnosentrisme, Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Batik. *Jurnal Ekonomi : Journal of Economic*, 11(1), 86–95. <https://doi.org/10.47007/jeko.v11i1.3220>
- Firdaus, S., Oktarienza, T., Sanjaya, V. F., Ekonomi dan Bisnis, F., & Islam Negri Raden Intan, U. (2022). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Pakaian Muslim di Butik Cordi Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 2022. <http://jema.unw.ac.id>
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli. *Jurnal Ilmu Dan Riset ...*, 4(3), 415–424. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2605>
- Hardani, dkk. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif dan Kualitatif. In *Repository.Uinsu.Ac.Id* (Issue April).
- Hermawan, D. J. (2021). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Online (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Platform Shopee)*. 9(2).
- Kambali, I., & Syarifah, A. (2020). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Billionaire Store Bandung). *Pro Mark*, 10(1).
- Lianardi, W., & Chandra, S. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Swalayan Juni Pekanbaru. *Kurs: Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan dan Bisnis*, 4(1), 45-58.
- M. Amir Nasution. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Alat Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt. Dyza Sejahtera Medan. *Jurnal Warta Edisi 59*.
- More, K., Djuang, G., Augustin, M., & Amaral, L. (2022). Pengaruh Variasi Produk, Harga, Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Ulang Masyarakat Pada Toko Emas Gemilang Oeba Kota Kupang. *Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan Pasca Pandemi Covid-19: Membaca Peluang Dan Tantangan*, September, 264–280.
- Muhammad Irvan Noor Maulana. (2021). Muhamad Irvan Noor Maulana , (2021). *Muhamad Irvan Noor Maulana*, 5.
- Mulyadi, M. (2023). Hubungan Minat Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Rumah Subsidi Pada Perumahan Grand Raya Korpri Residence Bengkulu. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 915–922.

<https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i1.1747>

- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Johannes, R., ... & Beribe, M. F. B. (2021). *Teori perilaku konsumen*. Penerbit NEM.
- Nuryani, H. S., & Rizqi, R. M. (2024). Pengaruh Inovasi Produk, Suasana Toko dan Kepuasan Konsumen terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Toko Emas Sahabat Sumbawa). *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(1), 433–442. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i1.3567>
- Pratiwi, A., Junaedi, D., & Prasetyo, A. (2020). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 1(2), 150-160.
- Prof. Sidik P., M. dan D., & S., S.Pd., M. M. Ch. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books.
- PUJI, P. M., Saputri, D., Arisandi, D., Ikasanti, P. W., & Wahyuni, T. (2021). Pengaruh harga & gaya hidup terhadap minat beli masyarakat. *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 14(1), 91-102.
- Rachmawansyah, R., Bambang, M., & Rohman, S. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone di Daerah Karawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(6), 469–481. <https://10.0.20.161/zenodo.7785344>
- Rahmadi. (2011). Pengantar Metodologi Penelitian. In *Antasari Press*.
- Sahir, S. H. (2022). *Buku ini di tulis oleh Dosen Universitas Medan Area Hak Cipta di Lindungi oleh Undang-Undang Telah di Deposit ke Repository UMA pada tanggal 27 Januari 2022*.
- Sandala, F. D., Tumbel, A. L., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Kelompok Referensi, Persepsi Harga Dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Umkm Beenji Cafe Di Sario Kecamatan Sario. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(1), 878–886.
- Sapitri, P. (2021). *Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Emas Imitasi (Studi Kasus Konsumen London Silver Di Sorek)*. 1–106. <http://repository.uir.ac.id/id/eprint/10947>
- Sari, R. M., & Prihartono, P. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(3), 1171-1184.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual dan SPSS*. jakarta : kencana.

- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung : alfabeta.
- Susanti, F., & Gunawan, A. C. (2019). Pengaruh bauran promosi dan harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik Maybelline di kota Padang.
- Swastha, B. (2018). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tania, A. E., Hermawan, H., & Izzuddin, A. (2022). Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Publik*, 9(1), 75–84. <https://doi.org/10.37606/publik.v9i1.258>
- Tita Rizky A, I Ketut, S. (2019). PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN TOKO EMAS GARUDA KABUPATEN MANDIRI. *Publikasi Ilmiah Manajemen*. Vol.1 No.1
- Ulviani, R., Pitri, T., & IP, M. M. S. (2021). PENGARUH PERSEPSI, KONSEP DIRI, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PERHIASAN DI TOKO EMAS PULAU INDAH: *Manajemen Jurnal Mahasiswa Manajemen*, 2(2), 1–18. <https://journal.stiepasim.ac.id/index.php/JMM/article/view/195>
- Yasmita, H., Nasution, J., & Dharma, B. (2024). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian perhiasan imitasi pada toko Rara Aksesoris. *Oikonomia : Jurnal Manajemen*, 20(1), 17–26. <http://journal.unas.ac.id/oikonamia/index>

