



**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN GAYA
HIDUP TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN BURUNG LOVEBIRD (STUDI KASUS PASAR
UNGGAS KEDUNGWUNI KABUPATEN PEKALONGAN)**

SKRIPSI

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

Oleh:

IMAM SOFYAN

NIM. 2013115216

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2020**



**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN GAYA
HIDUP TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN BURUNG LOVEBIRD (STUDI KASUS PASAR
UNGGAS KEDUNGWUNI KABUPATEN PEKALONGAN)**

SKRIPSI

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



Oleh:

IMAM SOFYAN
NIM. 2013115216

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2020**



**SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **Imam Sofyan**

NIM : **2013115216**

Judul Skripsi : **Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Burung Lovebird (Studi Kasus Pasar Unggas Kedungwuni Kabupaten Pekalongan)**

menyatakan bahwa Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Apabila Skripsi ini terbukti merupakan hasil duplikasi atau plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan dicabut gelarnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 1 Maret 2019

Yang Menvatakan



NIM. 2013115216

NOTA PEMBIMBING

M. Aris Safi'i, M.E.I

Perum Pisma Garden RT 01/RW 09 Tirto Pekalongan Barat

Lamp.: 2 (Dua) Eksemplar

Halaman : Naskah Skripsi Sdr. Imam Sofyan

Kepada Yth.

Rektor IAIN Pekalongan

c/q. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

di

PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah Skripsi Saudara:

Nama : **IMAM SOFYAN**

NIM : **2013115216**

Jurusan : **Ekonomi Syariah**

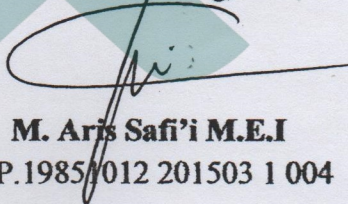
Judul : **Pengaruh, Harga, kualitas Produk dan Gaya Hidup terhadap pengambilan keputusan pembelian burung Lovebird (studi kasus di pasar Unggas Kedungwuni)**

Dengan ini mohon agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas, perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Pekalongan, 1/Maret 2019
Pembimbing,



M. Aris Safi'i M.E.I
NIP.1985/012 201503 1 004

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Pahlawan KAJEN Pekalongan, Website: www.febi.iainpekalongan.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara/i:

Nama : **IMAM SOFYAN**

NIM : **2013115216**

Judul Skripsi : **PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN GAYA HIDUP TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN BURUNG LOVEBIRD (STUDI KASUS DI PASAR UNGGAS KEDUNGWUNI)**

telah diujikan pada hari Selasa tanggal 05 Maret 2020 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji

Penguji I

Penguji II

Tamamudin, SE. MM
NIP. 19791030 200604 1 018

Agus Arwani, M.Ag
NIP. 19760807 201412 1 002

Pekalongan, 05 Maret 2020

Disahkan oleh

Dekan



Dr. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H
NIP. 19750220 199903 2 001



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi itu sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	š	es (dengan titik di atas)
ج	jim	J	Je
ح	ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	Kh	ka dan ha
د	dal	D	De
ذ	zal	Z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	zai	Z	Zet
س	sin	S	Es
ش	syin	Sy	es dan ye
ص	sad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	Koma terbalik (di atas)
غ	gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	qaf	Q	Qi
ك	kaf	K	Ka
ل	lam	L	El
م	mim	M	Em
ن	nun	N	En



و	wau	W	We
ه	ha	H	Ha
ء	hamzah	`	Apostrof
ي	ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal panjang
أ = a		أ = ā
إ = i	أ ي = ai	إ ي = ī
أ = u	أ و = au	أ و = ū

3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh :

مرأة جميلة

ditulis

mar'atun jamīlah

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh :

فاطمة

ditulis

fātimah

4. Syaddad (tasydid, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut.

Contoh:

ربنا

ditulis

rabbānā

البر

ditulis

al-birr

5. Kata sandang (artikel)

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



Contoh:

الشمس	ditulis	<i>asy-syamsu</i>
الرجل	ditulis	<i>ar-rojulu</i>
السيدة	ditulis	<i>as-sayyidah</i>

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qomariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر	ditulis	<i>al-qamar</i>
البديع	ditulis	<i>al-badi'</i>
الجلال	ditulis	<i>al-jalāl</i>

6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof / `/.

Contoh:

أمرت	ditulis	<i>umirtu</i>
شيء	ditulis	<i>syai'un</i>

PERSEMBAHAN

Dengan penuh hormat dan rasa cinta serta kasih sayang yang tulus, ku persembahkan Skripsi ini untuk orang-orang yang senantiasa mendo'akan kesuksesanku dan memberikan semangat dalam hidupku, khususnya untuk:

1. Bapak Abdul Ghoni dan Ibu Chonisah tercinta yang selalu memberikan doa dan restunya.
2. Kakak-kakakku yang selalu memberikan dorongan
3. Seseorang yang menjadi *partner* perjuanganku
4. Teman-teman dan sahabat seperjuangan





MOTTO

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan peniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu (QS. An-Nisa : 29)”

“Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu diseru untuk menunaikan sholat jumat, maka bersegeralah kamu mengingat Allah. Tinggalkanlah jual-beli. Yang demikian itu lebih baik bagimu jika kamu mengetahui (QS. Al-Jumu’ah : 9)”



ABSTRAK

Imam Sofyan. 2019. *Pengaruh, Harga, kualitas Produk dan Gaya Hidup terhadap pengambilan keputusan pembelian burung Lovebird (studi kasus di pasar Unggas Kedungwuni)*. Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan. Dosen Pembimbing Aris Safi'I, M.E.I

Gaya hidup memengaruhi perilaku seseorang yang nantinya akan menentukan pilihan-pilihannya. Gaya hidup konsumen merupakan ekspresi keluar dari nilai-nilai dan kebutuhan konsumen. Gaya hidup dapat berubah tetapi perubahannya tersebut bukan karena berubahnya kebutuhan. Keputusan pembelian harus didasari dengan suka sama suka, atas keridhaan dari kedua belah pihak, tanpa ada keterpaksaan. Adapun dalam keputusan pembelian Burung Lovebird, dapat dipengaruhi oleh kualitas durasi kicauannya, warna menarik, unik dan langka yang dimiliki Burung Lovebird tersebut yang sebelumnya konsumen belum pernah memiliki jenis warna Burung Lovebirdnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian burung lovebird. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Data yang digunakan data primeryaitu melalui kuesioner. Dalam penelitian ini meneliti tentang semua konsumen Burung Lovebird di pasar unggas Kedungwuni Kabupaten Pekalongan dari Januari sampai Bulan Februari tahun 2019 dengan jumlah 96 orang. Penentuan teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, di temukan jumlah sampel sebesar 100 orang. Model analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda, dengan menggunakan alat analisis SPSS 20.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Harga berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian burung love bird di Pasar Kedungwuni Kabupaten Pekalongan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian burung love bird di Pasar Kedungwuni Kabupaten Pekalongan dengan nilai signifikansi $0,071 > 0,05$. Gaya hidup berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian burung love bird di Pasar Kedungwuni Kabupaten Pekalongan dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Berdasarkan uji F, diperoleh F hitung 44,894 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, berarti hipotesa diterima yaitu terdapat pengaruh variabel harga (X1), kualitas produk (X2), gaya hidup secara signifikan dan positif terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Hal ini berarti model regresi dalam penelitian ini dapat digunakan untuk memprediksi keputusan pembelian atau dapat dikatakan bahwa harga, kualitas produk dan gaya hidup secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian.





KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini yang berjudul *pengaruh harga, kualitas produk dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian burung lovebird (studi kasus di pasar unggas Kedungwuni)*

Skripsi ini dibuat dalam rangka memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana ekonomi. Untuk itu, penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag selaku Rektor IAIN Pekalongan.
2. Ibu Dr.Hj.Shinta Dewi Rismawati, SH, MH selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Aris Safi'i, M.E.I selaku pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu dan dengan sabar memberikan bimbingan serta arahan yang berharga ditengah kesibukan yang padat.
4. Bapak Dr. Maghfur, M.Ag selaku Dosen wali yang bersedia selalu membimbing mengarahkan sehingga memberikan banyak pengalaman kepada penulis
5. Kedua Orang Tua saya yang dengan ikhlas memberikan doa dan dukungan dengan penuh kasih sayang, serta dukungan moril yang tiada henti kepada penulis
6. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu dalam penelitian skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan barakah atas kebaikan dan jasa-jasa mereka semua dengan rahmat dan kebaikan yang terbaik dari-Nya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca pada umumnya dan bagi penulis pada khususnya.

Pekalongan, 1 Maret 2019

Penulis,

Imam Sofyan

NIM.2013115216



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
PERSEMBAHAN	viii
MOTTO	ix
ABSTRAK	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Penulisan	9
BAB II KERANGKA TEORI	11
A. Landasan Teori	11
1. Harga (<i>price</i>)	11
2. Kualitas Produk	16
3. Gaya Hidup	19
4. Keputusan Pembelian	23
B. Tinjauan Pustaka	27
C. Kerangka Berfikir	33
D. Hipotesis	37
BAB III METODE PENELITIAN	39



A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	39
B. Sumber Data.....	40
1. Data Primer	40
2. Data Sekunder	40
C. Setting Penelitian	41
D. Variabel Penelitian.....	41
E. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	42
F. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data Penelitian.....	45
G. Teknik pengolahan dan Analisis data	46
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	52
A. Deskripsi Data.....	52
B. Analisis Data.....	55
1. Analisis Deskriptif	55
2. Uji Validitas	59
3. Uji Reliabilitas	60
4. Uji Asumsi Klasik.....	61
a. Uji Normalitas.....	61
b. Uji Multikolinieritas.....	62
c. Uji Heteroskedastisitas.....	63
5. Analisis Regresi Linier Berganda	63
6. Uji Hipotesis.....	65
a. Uji T	65
b. Uji F	67
c. Koefisien Determinasi.....	69
C. Pembahasan.....	70
BAB V PENUTUP.....	74
A. Kesimpulan	74
B. Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN.....	82

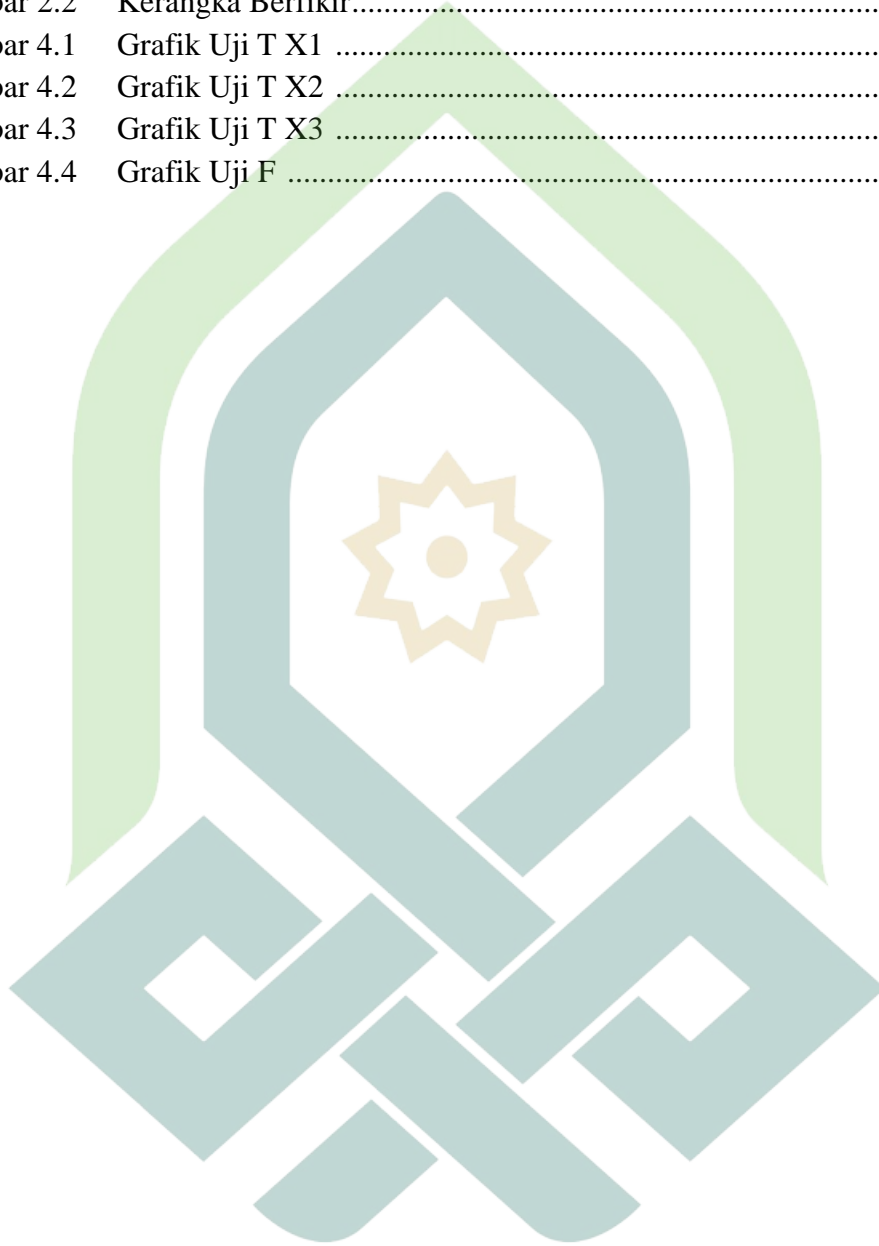
DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Variabel Penelitian dan Indikatornya	42
Tabel 4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	53
Tabel 4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4.3	Distribusi Frekuensi Variabel Harga (X1).....	55
Tabel 4.4	Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk (X2).....	56
Tabel 4.5	Distribusi Frekuensi Variabel Gaya Hidup (X3)	57
Tabel 4.6	Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	58
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Harga (X1)	59
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X2).....	59
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Gaya Hidup (X3)	60
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	60
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas.....	61
Tabel 4.12	Hasil Uji Normalitas	61
Tabel 4.13	Hasil Uji Multikolinearitas	62
Tabel 4.14	Hasil Uji Heteroskedastisitas	63
Tabel 4.15	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	64
Tabel 4.16	Hasil Uji t.....	65
Tabel 4.17	Hasil Uji F.....	68
Tabel 4.18	Hasil Koefisien Determinasi	69



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Proses Keputusan Membeli.....	27
Gambar 2.2	Kerangka Berfikir.....	34
Gambar 4.1	Grafik Uji T X1	66
Gambar 4.2	Grafik Uji T X2	67
Gambar 4.3	Grafik Uji T X3	67
Gambar 4.4	Grafik Uji F	69





DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	82
Lampiran 1	Lembar Kuesioner
Lampiran 2	Data Karakteristik Responden
Lampiran 3	Data Mentah Penelitian
Lampiran 4	Rumus, Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
Lampiran 5	Hasil Uji Asumsi Klasik
Lampiran 6	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
Lampiran 7	Dokumentasi
Lampiran 8	Surat Pengantar Penelitian
Lampiran 9	Surat Keterangan Penelitian
Lampiran 10	Daftar Riwayat Hidup



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini, persaingan semakin ketat membuat perubahan dalam dunia bisnis semakin cepat. Konsumen menuntut suatu produk yang sesuai dengan selera, kebutuhan dan daya beli mereka. Hal ini menyebabkan permintaan pasar semakin begitu ketat. Karena tuntutan keinginan konsumen yang semakin kompleks. Selain itu dalam situasi pemasaran yang semakin ketat persaingannya, peran kualitas, produk akan semakin besar dalam perkembangan pasar.¹

Semakin ketat bisnis yang ada terutama persaingan yang berasal dari pasar unggas membuat pasar semakin dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen. Sehingga pasar yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya dalam usaha-usaha pemasaran sebuah produk yang dilakukan. Pentingnya memahami perilaku dan gaya hidup konsumen muslim telah menjadi perhatian berbagai macam pasar salah satunya yaitu pasar unggas.

Pasar unggas merupakan tempat dimana terjadi jual beli berbagai macam unggas berupa ayam, dan jenis-jenis burung, selain itu juga menjual

¹Dedi Nurdiansyah, *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Olah Raga Merek Adidas Di Bandar Lampung* (Universitas Lampung 2017). hlm 2

makanan untuk unggas serta kandang atau tempat unggas. Di Kabupaten Pekalongan terdapat beberapa pasar unggas meliputi pasar unggas Wiradesa, Kajen, Doro, Wonopringgo, Kesesi, dan Kedungwuni. Pada pasar unggas Kedungwuni terdapat macam-macam burung antara lain Murai Batu, Cucak Ijo, Kacer, Kenari, Kolibri, Pleci, dan Lovebird. Pada penelitian ini peneliti mengambil tempat di pasar unggas Kedungwuni dengan jenis burung Lovebird karena pada tahun sekarang ini masih musimnya burung jenis Lovebird untuk di kembangbiakkan.

Masyarakat mulai berfikir selektif dan cerdas dalam memilih suatu produk, sehingga mereka akan mendapatkan kegunaan atau manfaat yang mereka cari dari sebuah produk. Bahkan, konsumen tidak ragu untuk mengeluarkan biaya lebih untuk mendapatkan produk yang berkualitas. Ketatnya persaingan akan memposisikan pemasar untuk selalu mengembangkan dan merebut pangsa pasar.

Karakteristik suatu produk bisa memengaruhi struktur pasar dimana produk tersebut diperjual belikan jika produk-produk lain merupakan produk pengganti (subtitut) yang baik dari suatu produk, maka tingkat persaingan di pasar akan semakin ketat.² Kualitas memiliki arti yang sangat penting dalam keputusan pembelian konsumen. Apabila kualitas produk yang dihasilkan baik maka konsumen maka konsumen cenderung akan melakukan pembelian ulang terhadap suatu pembelian produk. Sebaliknya jika kualitas produk tidak sesuai dengan harapan, maka konsumen akan mengalihkan pembeliannya

² Lincolin Arsyad, *Ekonomi Manajerial*, (BPFE Yogyakarta: cetakan keempat 2008) hlm, 339



pada produk sejenis lainnya. Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan maka diperlukan standarisasi kualitas. Cara ini dimaksudkan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan dapat memenuhi standart yang ditetapkan sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan.

Kualitas harus diukur melalui sudut pandang konsumen terhadap kualitas produk itu sendiri, sehingga selera konsumen disini sangat berpengaruh jadi dalam mengelola kualitas suatu produk harus sesuai dengan kegunaan yang diinginkan oleh konsumen. Dalam hal ini yang terpenting adalah menjaga konsistensi dari output produk pada tingkat kualitas yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen dengan demikian kualitas produk yang baik dapat membantu konsumen dalam membuat keputusan pembelian sehingga konsumen dapat tertarik terhadap suatu produk yang diproduksi suatu perusahaan akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk tersebut dengan kualitas yang ditawarkan.

Gaya hidup merupakan salah satu cara mengelompokkan konsumen secara psikografis pada prinsipnya gaya hidup adalah bagaimana seseorang menghabiskan waktu dan uangnya. Gaya hidup memengaruhi perilaku seseorang yang nantinya akan menentukan pilihan-pilihannya. Gaya hidup konsumen merupakan ekspresi keluar dari nilai-nilai dan kebutuhan



konsumen. Gaya hidup dapat berubah tetapi perubahannya tersebut bukan karena berubahnya kebutuhan.³

Gaya hidup memiliki dua aspek pada konsumen. Pertama berfungsi sebagai pendorong, motivator (keinginan untuk mempertahankan atau menunjang gaya hidup sekarang) untuk berbagai kegiatan membeli. Artinya kebutuhan untuk membuat keputusan membeli timbul dari siapa kita, apa kita dan masalah-masalah serta peluang apa saja yang kita hadapi dalam kehidupan. Aspek kedua adalah bahwa gaya hidup dapat berubah sebagai hasil suatu proses pengambilan keputusan konsumen. Hasil-hasil dari keputusan yang dibuat konsumen tentang produk barang (barang atau jasa) memberi informasi tentang motivasi dan sikap yang dapat mengubah atau memperkuat gaya hidup.⁴

Perkembangan jumlah penduduk yang semakin meningkat akan berdampak pada semakin meningkatnya jumlah kebutuhan masyarakat, salah satu diantaranya adalah kebutuhan akan produk.⁵ Produk merupakan elemen kunci dalam penawaran pasar untuk itu perencanaan bauran pemasaran harus dimulai dengan memformulasikan suatu penawaran untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen sasaran.

³ Hildiarti Wahyuningsih, *Pengaruh Gaya Hidup Perempuan Karir Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Di Pasar Tradisional Kota Makassar* (Makassar : Sekripsi 2014). hlm 4

⁴ A.S Munandar, *Psikologi Industri Dan Organisasi*, (Depok: Penerbit Universitas Indonesia UI Press, 2001) hlm 26

⁵ Azrul Lukman Wibowo, *Pengaruh Kualitas Produk, Merek Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakan Burung Pada Kios Pasar Hafis Jaya Jepara II*, (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nahdhotul Ulama, 2013). hlm 3



Definisi keputusan pembelian menurut nugroho adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasi pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternative, dan memilih salah satu diantaranya.⁶ Proses pemindahan kepemilikan dalam perdagangan disebut jual beli yang ada pada surat An-Nisa ayat 29.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya :

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (QS. An-Nisa : 29)

Keputusan pembelian harus didasari dengan suka sama suka, atas keridhaan dari kedua belah pihak, tanpa ada keterpaksaan. Adapun dalam keputusan pembelian Burung Lovebird, dapat dipengaruhi oleh kualitas durasi kicaunya, warna menarik, unik dan langka yang dimiliki Burung Lovebird tersebut yang sebelumnya konsumen belum pernah memiliki jenis warna Burung Lovebirdnya. Konsumen akan menilai penawaran tersebut bukan hanya dari kualitas kicaunya dan warnanya saja tetapi juga mempertimbangkan faktor-faktor lainnya seperti harga, kesehatan burungnya

⁶ Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta : PT Kencana Media, 2013) hlm 342



dan yang terpenting Burung Lovebird tidak mengalami stress atau cacat dari fisik Burung Lovebird tersebut. Harga merupakan variabel yang sangat strategis dan penting bagi pengecer, karena mempengaruhi jumlah penjualan dan berapa banyak uang yang akan diperoleh.⁷ Harga ditetapkan agar mampu memberikan tingkat profit yang menguntungkan bagi pedagang Burung Lovebird dan menjadi salah satu yang mempengaruhi konsumen muslim atau pecinta hobi Burung Lovebird membelinya.

Semakin tinggi harga burung Lovebird maka kualitas yang ditawarkan akan bagus, begitupun sebaliknya. Di Pasar Kedungwuni terdapat para pedagang sekaligus peternak, Reseller, Joki Lomba, dan Juri Kontes lomba kicau Burung lovebird ini berkumpul bertransaksi di pasar tersebut, bahkan produk kualitas unggulan Burung Lovebird yang bermacam-macam warnanya, durasi kicaunya, dan harganya pun lebih murah dibandingkan di pasar lainnya. Harga yang ditawarkan dapat dijangkau oleh para pecinta Burung Lovebird atau konsumen muslim yang memiliki hobi kicauan Burung Lovebird. Gaya hidup juga memiliki peran dimana sesuatu yang menggambarkan sifat dan tingkah laku seseorang yang akan membeli produk. Tingginya gaya hidup seseorang akan membuat tingkat pemilihan akan suatu produk juga tinggi dengan melihat harga dan kualitas produk tersebut.

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan dilatar belakang diatas, maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui “**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN**

⁷ Muhammad Romadhoni, “*Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Sepatu Nike Pada Mahasiswa Fik UNY (Universitas Negeri Yogyakarta 2015)*”. hlm 5



PEMBELIAN BURUNG LOVEBIRD (STUDI KASUS PADA PASAR UNGGAS DI KEDUNGWUNI)”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, terdapat beberapa hal yang menjadi pokok masalah dalam penelitian, yaitu sebagai berikut :

1. Apakah harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian Burung *Lovebird* di Pasar Unggas Kedungwuni?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian Burung *Lovebird* di Pasar Unggas Kedungwuni?
3. Apakah gaya hidup berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian Burung *Lovebird* di Pasar Unggas Kedungwuni?
4. Apakah harga, kualitas produk dan gaya hidup secara simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian Burung *Lovebird* di Pasar Unggas Kedungwuni?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diajukan, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui dan menganalisis variabel harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian Burung *Lovebird* di Pasar Unggas Kedungwuni.

2. Untuk mengetahui dan menganalisis variabel kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian Burung Loverbird di Pasar Unggas Kedungwuni.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis variabel gaya hidup berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian Burung Loverbird di Pasar Unggas Kedungwuni.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis variabel harga, kualitas produk dan gaya hidup secara simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian Burung Loverbird di Pasar Unggas Kedungwuni.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi penulis maupun pihak-pihak yang berkepentingan, baik secara teoritis maupun praktis. Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini sebagai berikut.

1. Kegunaan teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber pengetahuan, rujukan serta acuan bagi semua pihak yang ingin mendalami ilmu ekonomi islam. Selain itu juga bisa menjadi acuan pemasaran terkait untuk lebih meningkatkan produktivitas di pasar unggas serta melestarikan unggas agar tidak punah. Diharapkan penelitian ini bermanfaat pula bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

2. Kegunaan praktis

Dapat memberikan sumbangan pemikiran untuk pengembangan pengetahuan pemasaran dan menjadi rujukan penelitian berikutnya tentang pengaruh harga, kualitas produk dan gaya hidup berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian Burung Lovebird.

E. Sistematika Penulisan

Dalam sistematika penulisan, peneliti membaginya menjadi lima pokok bahasan yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Sistematika Penulisan.

BAB II KERANGKA TEORI

Bab ini berisi tentang landasan teori atau teori-teori pendukung yang digunakan dalam penelitian ini dan studi empiris yang memaparkan tentang tinjauan pustaka yang berisi hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan masalah penelitian. Kemudian kerangka berpikir yaitu suatu model konseptual yang menghubungkan antara teori dan masalah yang telah diidentifikasi, dan hipotesis yaitu kesimpulan awal atau dugaan sementara atas penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini memaparkan tentang jenis dan pendekatan penelitian, variabel penelitian, populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel, instrument dan teknik pengumpulan data penelitian, serta teknik pengolahan dan analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang analisis dari penggolongan data, baik analisis data secara deskriptif maupun analisis hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan. Selanjutnya, dilakukan pembahasan mengenai pengaruh variabel dependen yang diteliti.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran-saran.





BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Konsumen dalam mengambil keputusan pembelian didasarkan pada harga suatu produk. Demikian pula dalam pembelian burung love bird, harga yang bersaing akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Harga berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian burung love bird di Pasar Kedungwuni Kabupaten Pekalongan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 5,316 > t_{tabel} 1,662$.
2. Kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian burung love bird di Pasar Kedungwuni Kabupaten Pekalongan dengan nilai signifikansi $0,071 > 0,05$ dan nilai $t_{hitung} -1,825 < t_{tabel} 1,662$ karena seringkali kualitas produk yang diharapkan pembeli tidak sesuai dengan yang diterima, demikian pula dengan kegunaan produk
3. Gaya hidup setiap individu sangatlah berbeda-beda dengan kepuasan tersendiri bagi seseorang sehingga Gaya hidup berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian burung love bird di Pasar Kedungwuni Kabupaten Pekalongan dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 4,613 > t_{tabel} 1,662$.

4. Berdasarkan uji F, diperoleh F hitung 44,894 dan nilai F tabel sebesar 2,71. Hasil analisis data menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, berarti hipotesa diterima yaitu terdapat pengaruh variabel harga (X1), kualitas produk (X2), gaya hidup secara signifikan dan positif terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Hal ini berarti model regresi dalam penelitian ini dapat digunakan untuk memprediksi keputusan pembelian atau dapat dikatakan bahwa harga, kualitas produk dan gaya hidup secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

B. Saran

1. Bagi Pasar Kedungwuni
Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian burung love bird di Pasar Kedungwuni Kabupaten Pekalongan sehingga penentuan harga perlu dipertimbangkan agar dapat bersaing dengan pasar hewan lainnya dengan persaingan yang sangat kompetitif.
2. Bagi Peneliti lain
Peneliti lain yang akan melakukan penelitian terkait dengan keputusan pembelian, sebaiknya melakukan penelitian dengan objek yang berbeda dan variabel lainnya sehingga dapat diketahui faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

A. BUKU

- Algifari, *Analisis Regresi, 2013 (Teori, Kasus dan Solusi)*, Cet. Ke-4, Yogyakarta: BPFE.
- Arsyad, Lincolin, 2008, *Ekonomi Manajerial*, BPFE Yogyakarta: cetakan keempat.
- Fahmi, Irham, 2016, *Teoridan Teknik Pengambilan Keputusan kualitatif dan kuantitatif*, Yogyakarta: Raja Grafindo Persada.
- Fauzi, Mochamad, 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif Sebuah Pengantar*, Semarang: Walisongo Press.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, Edisi 5. Semarang: Undip.
- Hurriyati, Ratih, 2010, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, cet Ke-3, Bandung : Alfabeta.
- Kementrian Agama RI, 2011, *Al-Qur'an Dan Tafsirnya*, Jakarta: Widya Cahaya.
- Kotler, Philip & Garry Amstrong, 2001, *Prinsip-prinsip Pemasaran jilid I*, Ed ke-8, Jakarta : Airlangga.
- Kotler, Philip Dan Garry Amstrong, 2001, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Terjemahan Damos Sihombing, Jakarta : Airlangga.
- Kotler, Philip, 2005, *Management Pemasaran Edisi Kesebelas*, Jakarta: Indeks.



- Masyuri dan Zainuddin, 2011 *Metodologi Penelitian Pendekatan Prakis dan Aplikatif*, Bandung: PT Refika Aditama.
- Munandar A.S, 2001, *Psikologi Industry Dan Organisasi*, Depok: UI Press.
- Mowen Jhon C dan Mechael Minor, 2001, *Perilaku Konsumsi Jilid I Edisi Ke 5*, Jakarta: Erlangga.
- Nuryadin, Muhammadi Birusman, 2007, *Harga Dalam Perspektif Islam*, Samarinda: Mazahib, vol. IV, No. 1.
- Rozalinda, 2015, *Ekonomi Islam; teori dan aplikasinya pada aktivitas ekonomi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Roy, Hilton Perry and Charlotte Brownlow, 2004 *SPSS Explained*, East Sussex : Routledge.
- Saifudin, Azwar, 1998, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Setiadi, Nugroho J., 2010, *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen*, Jakarta: Prenada Media.
- Setyobudi, Ismanto, 2104, *Konsumen dan Pelayanan Prima* Yogyakarta: Gava Media.
- Siregar, Syofian, 2013, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS* Jakarta: Kencana.
- Stanton, William J, 2004, *Prinsip Pemasaran* Terjemahan Yohanes Lamarto, Edisi 7 Jil. 1, Jakarta: Airlangga.
- Sugiono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono, 2009, *Statistika Untuk Penelitian*, Bandung: CV. Alfabeta.



Sugiyono, 2010, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung :Alfabeta.

Sujarweni, Wiratna, 2012, *Statistika Untuk Penulisan*, Yogyakarta : Graha Ilmu.

Sumarwan, Ujang, 2011, *Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*, Cet. 1 Ed.2, Bogor: penerbit Ghalia Indonesia.

Suryani, Tatik, 2013, *Perilaku Konsumen di Era Internet Implikasinya Pada Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Graha Ilmu.

Tamrin, Abdullah, dkk, 2013 *Management Pemasaran*, Jakarta: PT Raja Grafindo, Persada.

Umar, Husen, 1998, *Riset Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi*, Jakarta: PT SUN.

Utami, Cristina Whidya, 2008, *Strategi Pemasaran Ritel*, Jakarta: PT Indeks.

Veitzal Rivai, 2012, *Islamic Business And Economic Ethics*, Jakarta: Bumi Aksara.

B. SEKRIPSI/JURNAL

Briyan Bayu Setiawan, 2014, *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Rumah* (Studi Kasus Konsumen Perumahan Graham Pesona Hexa Mandiri), Jurnal: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro.

Bon Adventura Efrian Antyadika, 2015, *Analisis Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. (Study Kasus

Wong Art Bakery & Café Semarang), *Skripsi*, Semarang: Universitas Diponegoro.

Fitriani, Eni, 2017, *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Halu Oleo*, *Skripsi*, Kendari: Universitas Halu Oleo.

Kurniasari, Nova Dhita, 2013, *Analisis Pengaruh Harga Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Waroeng Steak & Shake Cabang Jl.Sriwijaya11 Semarang, Skripsi*, Semarang: Universitas Diponegoro.

Lestari, Ayu, 2016, *Pengaruh Harga Dan Produk Terhadap Keputusan Membeli Produk El-Zatta, Sekar Studi Kasus Pada Mahasiswa UIN Raden Fattah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Skripsi*, Palembang: UIN Raden Fattah.

Maharani, Nina, 2014, *Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Iphone Dibandung*, *Jurnal*, Bandung: Universitas Islam Bandung.

Mauliana, Agustin, 2017, *Analisis Proses Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Sayuran Dibangka Botanical Garden (Bbg) Pangkalpinang, Skripsi*, Bangka Belitung: Universitas Bangka Belitung.

Mendey, Silva, 2014, *Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. *Jurnal Menegement Pemasaran*, (Maret. Vol 6, no. 1 : 92-100.

- Nurdiansyah, Dedi, 2017, *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Olah Raga Merek Adidas Di Bandar Lampung*, Skripsi, Lampung: Universitas Lampung.
- Purwosembodo, Niki, 2014, *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Terhadap Produk Ice Cream Magnum Wall's*, Skripsi, UPN Veteran JawaTimur.
- Romadhoni, Muhammad, 2015, *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Sepatu Nike Pada Mahasiswa FIK UNY*, Skripsi, Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Sugiharti, Mahmudah, 2014, *Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Swalayan Surya Pusat Ponorogo)*, Skripsi, Ponorogo: Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Wahyuningsih, Hildiarti, 2014, *pengaruh Gaya Hidup Perempuan Karir terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian di Pasar Tradisional Kota Makassar*, Skripsi, Makassar: Universitas Hasanuddin Makassar.
- Wibowo, Azrul Lukman, 2013, *Pengaruh Kualitas Produk, Merek Dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakan Burung Pada Kios Pasar Hafis Jaya Jepara II*, Skripsi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nahdlotul Ulama.
- Widyasari Suzy dan Erna Triastuti Fifilia, 2014, *Pengaruh Produk, Harga, Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah (Studi*



Pada Perumahan Graham Estetika Semarang), Universitas Stikubank Semarang.

Hasil Wawancara dengan Bp M. Syarif selaku Pedagang Burung Lovebird di Pasar Unggas Kedungwuni.

C. INTERNET

[Http://academia.edu/kriteria-produk-halal](http://academia.edu/kriteria-produk-halal) (Diakses tanggal 2 september 2018).

Zulfikar Muhammad Wimman, *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Oase Batik Pekalongan)*, <http://eprints.undip.ac.id>, 2011, hlm. 42. (Diakses tanggal 28 Maret 2017)



LAMPIRAN



Lampiran 1

KUOSIONER

IDENTITAS RESPONDEN

No. Responden :(diisi oleh peneliti)

Tanggal pengisian :

1. Nama :
2. Usia :
3. Jenis kelamin : (silahkan pilih dengan tanda silang (X))
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan

I. PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN GAYA HIDUP TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN BURUNG LOVEBIRD (STUDI KASUS PASAR UNGGAS KEDUNGWUNI KABUPATEN PEKALONGAN)

Petunjuk pengisian

1. Isilah daftar pertanyaan berikut dengan cara member tanda checklist (√) pada salah satu jawaban yang tersedia sesuai dengan persepsi Bpk/Ibu? Saudara. Tidak ada jawaban benar atau salah, peneliti lebih melihat angka-angka terbaik dari persepsi Bpk/Ibu/Saudara tentang penagruh harga, kualitas produk dan gaya hidup terhadap pengambilan keputusan pembelian burung lovebird (studi kasus pasar unggas kedungwuni kabupaten pekalongan)
2. Jawaban tersedia berupa huruf yang mempunyai arti sebagai berikut :
 - a. SS = Sangat Setuju
 - b. S = Setuju
 - c. N = Netral
 - d. TS = Tidak Setuju
 - e. STS = Sangat Tidak Setuju



X1 = Harga

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Harga Burung Lovebird di pasar Kedungwuni terjangkau					
2	Harga Burung Lovebird di pasar Kedungwuni bervariasi sesuai dengan jenis burung lovebird, misalnya dari segi durasi kicaunya, jenis warnanya, dll.					
3	Harga burung lovebird sesuai dengan hasil dari kualitas atau kriteria yang diharapkan					
4	Harga Produk Burung Lovebird Di Pasar Kedungwuni Lebih murah dibandingkan dengan selain Pasar Kedungwuni					
5	Harga Burung Lovebird di pasar Kedungwuni sesuai dengan kualitas Burung Lovebird nya					

X2 = Kualitas Produk

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Burung Lovebird memiliki kualitas produk yang baik, durasi kicaumannya dan jenis warnanya					
2	Kualitas produk Burung Lovebird memiliki kesesuaian dengan yang ditawarkan melalui medsos atau melalui iklan di masyarakat					
3	Keunikan dari kualitas Burung Lovebird sendiri dari macam jenis burung lovebird					



	lainnya					
4	Kualitas Burung Lovebird dipasar kedungwuni memiliki reputasi yang kuat, bermacam warnanya dan memiliki durasi kicaunya sehingga menarik pembeli					
5	Pembeli Puas Dan Senang Setiap Membeli Burung Loevbird Di Pasar Kedungwuni					

X3 = Gaya Hidup

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Tujuan membeli Burung Lovebird untuk kontes perlombaan dan mengembangbiakkan					
2	Pembeli juga mengikuti komunitas kicau mania yang masih tren di daerah sekitar kedungwuni					
3	Burung lovebird bisa meningkatkan kepercayaan diri pembeli ketika di konteskan di perlombaan					
4	Kualitas Burung Lovebird yang ditawarkan di pasar bervareasi warna dan jenis kicaumannya					
5	Harga Burung Lovebird saat ini sesuai dengan spesifikasi yang diperoleh pembeli					

Y = Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Pembeli mengetahui informasi mengenai tentang Burung Lovebird di pasar					



	Kedungwuni dari teman atau tetangga atau juga di lapangan perlombaan					
2	Durasi dan keunikan warna atau jenis Burung Lovebird menjadi pilihan Pembeli dalam membeli Burung tersebut di pasar Kedungwuni					
3	Pembeli merasa puas setelah membeli Burung Lovebird di pasar Kedungwuni					
4	karena Pembeli puas, Pembeli akan membeli Burung Lovebird di pasar Kedungwuni lagi.					
5	Pembeli akan mempromosikan Burung Lovebird di pasar Kedungwuni kepada orang lain.					



Lampiran 7

Dokumentasi

1. Pasar Unggas Kedungwuni



2. Pengambilan Data Melalui Angket





Lampiran 10

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. IDENTITAS DIRI

- a. Nama lengkap : Imam Sofyan
- b. Tempat Tanggal Lahir : Pekalongan, 15 Juni 1995
- c. Alamat : Pekajangan Gg 24, RT 24/RW09.
- d. Jenis Kelamin : Laki-Laki
- e. Agama : Islam
- f. Status : Belum Menikah
- g. No Hp : 085813323280
- h. Email : imamsofyan228@gmail.com

2. PENDIDIKAN

- a. TK Aba Aisyiyah Bligo (Th. 2000)
- b. SD Muhammadiyah Bligo (Th. 2006-2007)
- c. MTs Muhammadiyah Pekajangan (Th. 2009-2010)
- d. SMK 1 Kedungwuni (Th 2012-2013)
- e. IAIN Pekalongan (Th 2015- Sekarang)

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan seperlunya.

Pekalongan, 1 Maret 2019

Yang Membuat

Imam Sofyan
2013115216



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PEKALONGAN

Jl. Kusuma Bangsa No. 9 Pekalongan, Telp. (0285) 412575 ext : 112 | Faks. (0285) 423418
Website : perpustakaan.iainpekalongan.ac.id | Email : perpustakaan@iainpekalongan.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika IAIN Pekalongan, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : IMAM SOFAN
NIM : 2013115216
Fakultas/Jurusan : FEBI/EKONOMI SYARIAH
E-mail address : Imamsofyan228@gmail.com
No. Hp : 085813323280

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan IAIN Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Tugas Akhir Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

“Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Gaya Hidup Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Burung Lovebird (Studi Kasus Pasar Unggas Kedungwunui Kabupaten Pekalongan)”

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan IAIN Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan IAIN Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, 16 Maret 2020



IMAM SOFYAN
NIM. 2013115216

NB : Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam Flashdisk
(Flashdisk dikembalikan)