

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, GAYA HIDUP  
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN**

**(Studi pada Konsumen Muslim Aini Modiste  
Pekalongan)**

**SKRIPSI**

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



Oleh:

**SHOFA SILVIA**

**NIM. 4117377**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN  
2024**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, GAYA HIDUP  
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN**

**(Studi pada Konsumen Muslim Aini Modiste  
Pekalongan)**

**SKRIPSI**

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



Oleh:

**SHOFA SILVIA**

**NIM. 4117377**

**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 di bawah ini :

Nama : Shofa Silvia

NIM : 4117377

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Muslim Aini Modiste 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, 26 Mei 2024



(Shofa Silvia)

## NOTA PEMBIMBING

Pratomo Cahyo Kurniawan, M.Ak

Lamp. : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr Shofa Silvia

Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.g. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah PEKALONGAN

*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkannaskah skripsi Saudara/i:

Nama : Shofa Silvia  
NIM : 4117377  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Muslim Aini Modiste Pekalongan)

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Atasperhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

*Wassalamualaikum Wr. Wb.*

Pekalongan, 26 Mei 2024

Pembimbing,

  
**Pratomo Cahyo Kurniawan, M.Ak**

NIP. 19890708202012101



**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.uingusdur.ac.id

## **PENGESAHAN**

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

Nama : **Shofa Silvia**  
NIM : **4117377**  
Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Muslim Aini Modiste Pekalongan)**  
Dosen Pembimbing : **Pratomo Cahyo Kurniawan, M.Ak**

Telah diujikan pada hari kamis tanggal 13 Juni 2024 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji

**Penguji I**

  
**Ade Gunawan, M.M.**  
NIP. 198104252015031002

**Penguji II**

  
**Ina Mutmainah, M.Ak.**  
NIP. 199203312019032007

Pekalongan, 25 Juni 2024  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, SH., M.H.**  
NIP. 197502201999032001

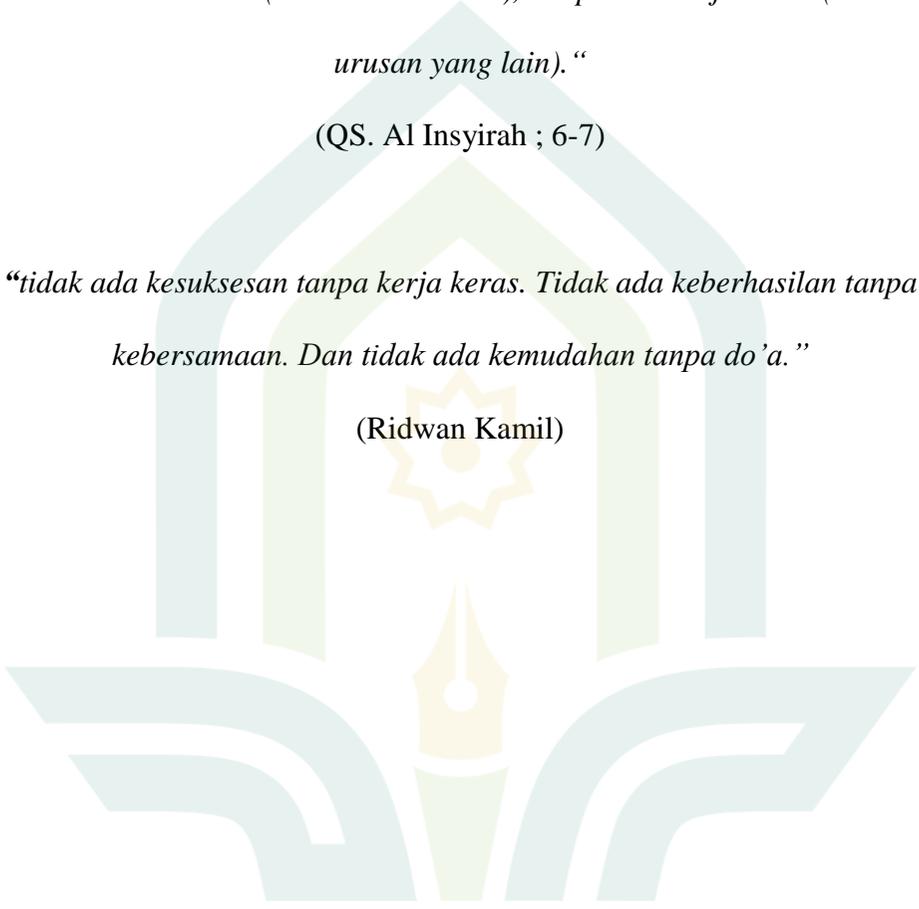
## MOTTO

*“Sesungguhnya Bersama kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain).”*

(QS. Al Insyirah ; 6-7)

*“tidak ada kesuksesan tanpa kerja keras. Tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan. Dan tidak ada kemudahan tanpa do'a.”*

(Ridwan Kamil)



## **PERSEMBAHAN**

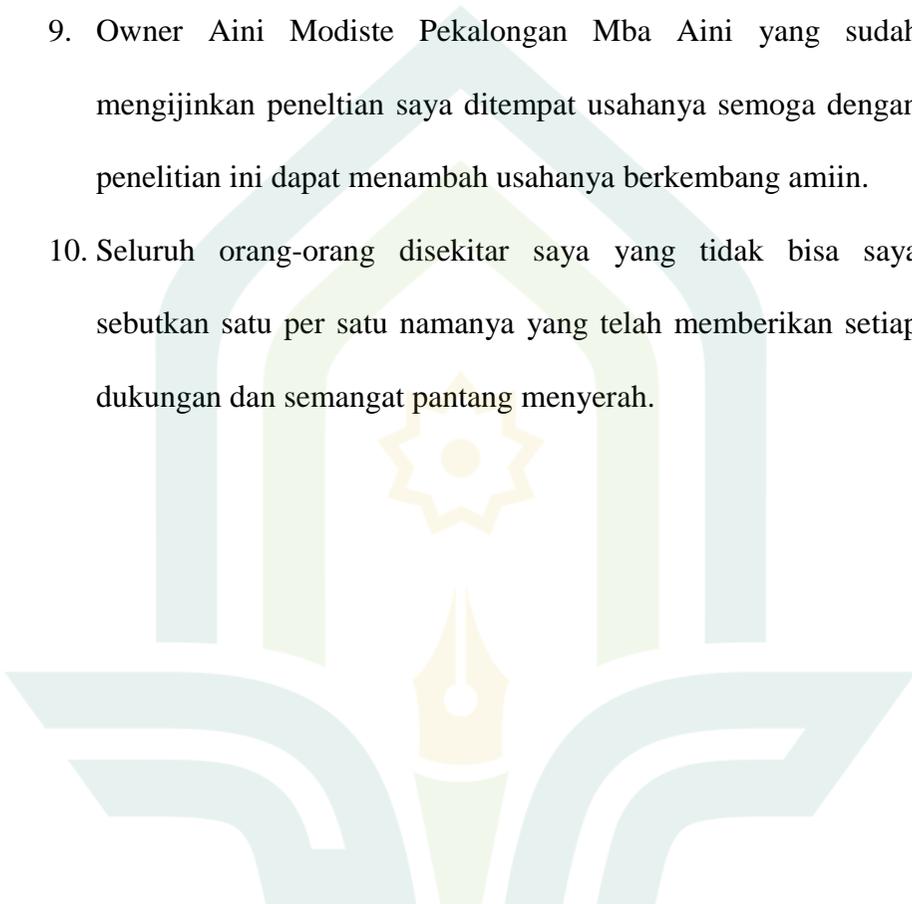
Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari 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 saya tercinta, Bapak M. Munif dan Ibu Casnoah yang telah memberikan segala kasih sayang, kesabaran, semangat, bimbingan, dukungan, dan do'anya yang senantiasa mengiringi setiap langkah saya.

2. Kakak dan adik saya tercinta Mas Khoiruddin, Mas Rokhim, Amru dan Slamet Lutfi Maulana yang selalu menemani perjalanan hidup saya sampai sekarang dengan berbagai canda tawa dan keusilannya.
3. Almamater saya jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Dosen pembimbing saya Bapak Pratomo Cahyo Kurniawan, M.Ak. yang telah membimbing dan memotivasi saya dalam pembuatan Skripsi ini.
5. Dosen Wali saya Bapak Muh. Izza, M.E.I yang dari awal semester telah membimbing, memberikan motivasi dan ilmunya yang bermanfaat.
6. Sabahat-sahabat saya Asya Fitri Mulyo S, Rina Febriastuti, Qurrotul Aini, Naily Murtafiana, Kurnia Ningsih, Arina Azimatul Maula yang telah kebersamai dan mendukung saya dalam penyusunan skripsi ini.
7. Teman-teman seperjuangan saya dari kelas EKOS L regular sore yang telah bersama-sama melewati semester demi semester dengan berbagai kenangan, Walaupun kuliah dan bekerja tapi

tidak mengurangi rasa lelah kalian untuk terus menyelesaikan Pendidikan ini.

8. Teman-teman mahasiswa UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan angkatan 2017.
9. Owner Aini Modiste Pekalongan Mba Aini yang sudah mengijinkan peneltian saya ditempat usahanya semoga dengan penelitian ini dapat menambah usahanya berkembang amiin.
10. Seluruh orang-orang disekitar saya yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu namanya yang telah memberikan setiap dukungan dan semangat pantang menyerah.



## Abstrak

### **Shofa Silvia. Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Muslim Aini Modiste Pekalongan)**

Kualitas produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan produsen dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Gaya hidup dapat didefinisikan sebagai kehidupan seseorang dalam membelanjakan dan mengurangi uang dengan mengalokasikan waktunya. Kegiatan promosi sebagai sarana untuk memengaruhi dan mengajak agar timbul kepercayaan dan keyakinan atas barang yang dijualbelikan merupakan kebutuhan dan seseuai dengan keinginannya.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, gaya hidup dan promosi terhadap keputusan pembelian (studi kasus konsumen Aini Modiste Pekalongan). Metode penelitian yang digunakan menggunakan kuantitatif. Penelitian menggunakan uji deskriptif, asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis dengan bantuan SPSS 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hasil uji t nilai signifikansi variabel kualitas produk (X1)  $0,001 < 0,05$  dan  $t_{hitung} 4,465 > t_{tabel} 1,98447$  dan variabel promosi (X3)  $0,005 < 0,05$  dan  $t_{hitung} 2,908 > t_{tabel} 1,98447$  berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan nilai signifikansi variabel gaya hidup (X2)  $0,232 > 0,05$  dan  $t_{hitung} 1,202 < t_{tabel} 1,98447$  tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Pada uji f variabel kualitas produk, gaya hidup dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap variabel keputusan pembelian dengan nilai tabel  $F_{hitung}$  sebesar  $35,636 > F_{tabel}$  sebesar  $2,470$  dan tingkat signifikansinya  $F 0,001 < 0,05$ . Nilai Adjusted R Square sebesar  $0,512$  atau  $51,2\%$ . Artinya variabel kualitas produk, gaya hidup dan promosi mempengaruhi berubahnya keputusan pembelian sebesar  $51,2\%$  dan sisanya  $48,8\%$  dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

Kata Kunci : kualitas produk, gaya hidup, promosi, keputusan pembelian.

## Abstract

### **Shofa Silvia. The Influence of Product Quality, Lifestyle and Promotion on Purchasing Decisions (Study of Muslim Consumers Aini Modiste Pekalongan)**

Product quality is everything that producers offer to meet consumer needs. Lifestyle can be defined as a person's life in spending and reducing money by allocating their time. Promotional activities as a means to influence and encourage trust and confidence in the goods being bought and sold are necessary and in accordance with their wishes.

This research aims to analyze the influence of product quality, lifestyle and promotion on purchasing decisions (case study of Aini Modiste Pekalongan consumers). The research method used is quantitative. The research uses descriptive tests, classical assumptions, multiple linear regression analysis, hypothesis testing with the help of SPSS 25.

The results of the research show that the t test results show that the significance value of the product quality variable (X1) is  $0.001 < 0.05$  and t count is  $4.465 > t$  table  $1.98447$  and the promotion variable (X3) is  $0.005 < 0.05$  and t count is  $2.908 > t$  table  $1, 98447$  has a significant effect on purchasing decisions. Meanwhile, the significance value of the lifestyle variable (X2)  $0.232 > 0.05$  and t count  $1.202 < t$  table  $1.98447$  do not have a significant effect on purchasing decisions. In the f test, product quality, lifestyle and promotion variables simultaneously influence purchasing decision variables with a calculated F table value of  $35.636 > F$  table of  $2.470$  and the significance level is  $F 0.001 < 0.05$ . The Adjusted R Square value is  $0.512$  or  $51.2\%$ . This means that product quality, lifestyle and promotion variables influence changes in purchasing decisions by  $51.2\%$  and the remaining  $48.8\%$  are influenced by other variables outside the research.

Keywords: product quality, lifestyle, promotions, purchasing decisions.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas produk, Gaya Hidup dan Promosi terhadap Keputusan pembelian (Studi Kasus Konsumen Muslim Aini Modiste Pekalongan)”. Sholawat serta salam tetap tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW yang syafaatnya dinanti-nantikan diakhirat kelak. Penulisan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi tugas akhir guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Penulis menyadari bahwa dalam pembuatan skripsi ini telah mendapat banyak bantuan dari berbagai pihak baik berupa dukungan, bimbingan, motivasi, maupun materil. Maka pada kesempatan ini penulis sampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, SH, M.H. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Syariah dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Tamamudin, M.M, selaku wakil dekan 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

4. Bapak Dr. AM. M. Khafidz MS, M.Ag, selaku Wakil Dekan 2 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Bapak Drs. H. A. Tubagus Surur, M.Ag, selaku Wakil Dekan 3 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
6. Bapak Muhammad Aris Safi'i, M.E.I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
7. Ibu Happy Sista Devy, M.M. selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
8. Bapak Pratomo Cahyo Kurniawan, M.Ak selaku Dosen Pembimbing saya dalam penyusunan skripsi.
9. Dosen Wali saya bapak Muh. Izza, M.E.I yang dari awal semester telah membimbing, memberikan motivasi dan ilmunya yang bermanfaat
10. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan beserta staff yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
11. Keluarga tercinta yang telah memberikan dukungan, semangat, motivasi, do'a dan bimbingan kepada penulis.
12. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu penulis dalam segala hal terutama berkaitan dengan penyusunan skripsi ini.

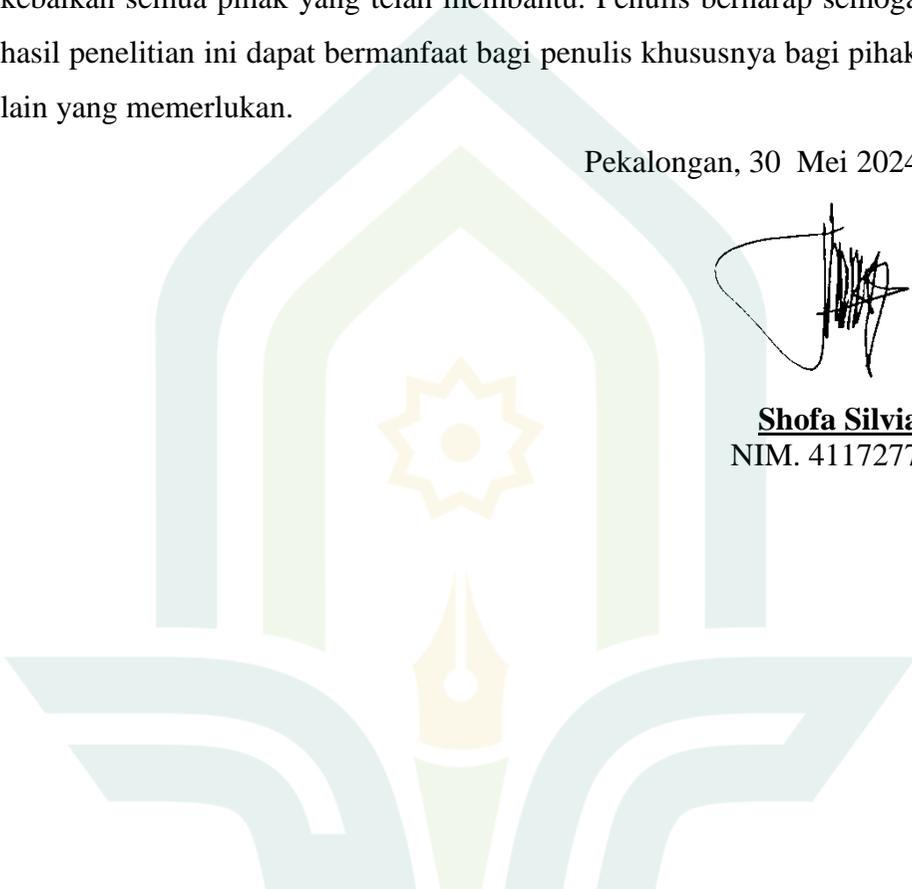
Dengan rendah hati penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Mengingat keterbatasan dan pengetahuan yang penulis peroleh saat ini. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik serta saran yang bersifat membangun guna kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap semoga Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Penulis berharap semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya bagi pihak lain yang memerlukan.

Pekalongan, 30 Mei 2024



**Shofa Silvia**  
NIM. 4117277



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA</b> .....	<b>ii</b>
<b>NOTA PEMBIMBING</b> .....	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>x</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiv</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xxi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xxii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Sistematika Pembahasan .....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>7</b>
A. Tinjauan Pustaka .....	7
B. Telaah Pustaka.....	19
C. Kerangka Berfikir .....	26
D. Hipotesis .....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>31</b>
A. Metode Penelitian .....	31
1. Jenis dan pendekatan penelitian.....	31
2. Setting penelitian.....	31

3. Populasi dan sampel penelitian .....	31
4. Variable penelitian .....	33
5. Teknik Sampling.....	35
6. Sumber data.....	35
7. Teknik pengumpulan data.....	35
8. Metode analisis data.....	37
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>42</b>
A. Gambaran Umum .....	42
B. Analisis Deskriptif.....	42
C. Uji Instrumen .....	53
1. Uji Validitas .....	53
2. Uji Reliabilitas .....	54
D. Uji Asumsi Klasik .....	55
1. Uji Normalitas.....	55
2. Uji Multikolinearitas .....	56
3. Uji Heteroskedastisitas.....	57
E. Uji Model.....	58
1. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	58
F. Analisis Regresi.....	59
G. Uji Hipotesis .....	60
H. Pembahasan .....	63
1. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian	63
2. Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian .....	65
3. Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian.....	67
4. Pengaruh kualitas produk, gaya hidup dan promosi terhadap keputusan pembelian .....	69
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>70</b>
A. Simpulan.....	70
B. Saran .....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>72</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>I</b>

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku 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 sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini 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	ṣ	es (dengan titik di atas)

ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka danha
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	ṣ	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	Ghain	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
ا = a		آ = ā
إ = i	أَي = ai	إِي = ī
أ = u	أَوْ = au	أُو = ū

## 3. Ta Marbutah

*Ta marbutah* hidup

dilambangkan dengan

/t/Contoh:

مرآة جميلة

ditulis

*mar'atun jamilah*

*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-barr*

## 5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ 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-</i> <i>sayyidinah</i>

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

Contoh:

القمر	ditulis	<i>al-qamar</i>
البدیع	ditulis	<i>al-badi'</i>
الجالل	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 (^/).

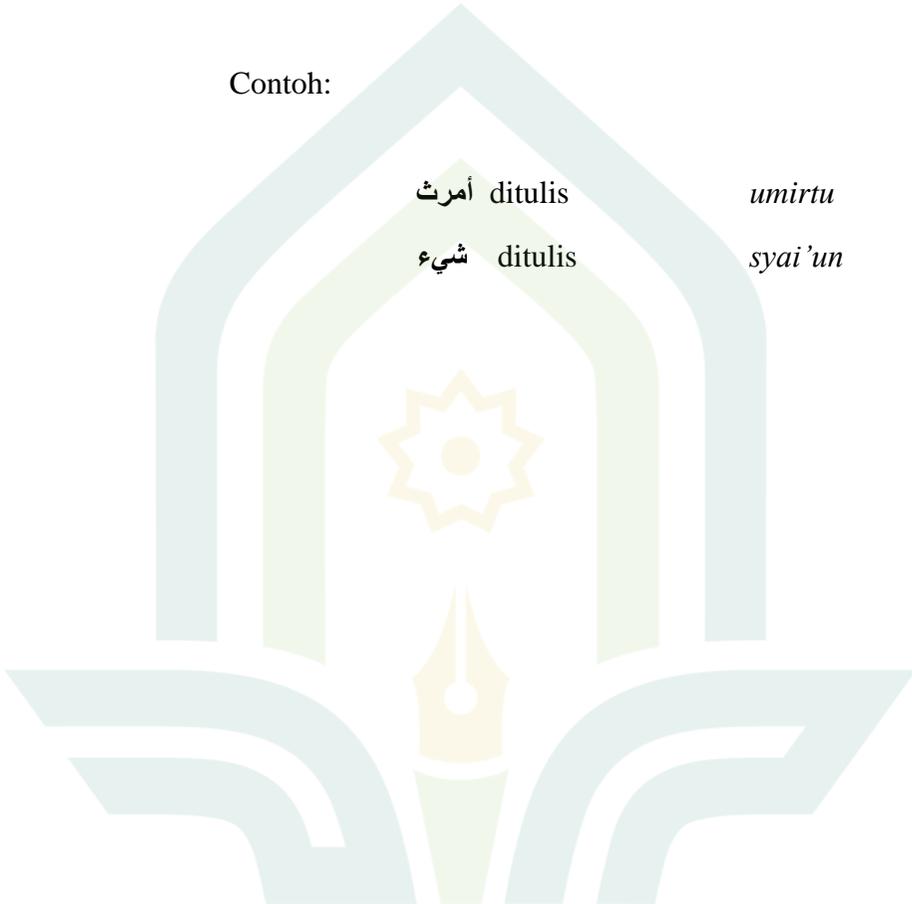
Contoh:

أمرت ditulis

*umirtu*

شيء ditulis

*syai'un*



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jenis Produk.....	3
Tabel 1.2 Data Penjualan.....	3
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	19
Tabel 2.2 Kerangka berfikir.....	27
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	43
Tabel 4.2 Usia Responden.....	43
Tabel 4.3 Pendidikan Responden.....	44
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden.....	44
Tabel 4.5 Pendapatan Responden.....	45
Tabel 4.6 Banyaknya Pembelian Responden.....	46
Tabel 4.7 Isian Responden Variabel Kualitas Produk.....	46
Tabel 4.8 Isian Responden Variabel Gaya Hidup.....	49
Tabel 4.9 Isian Responden Variabel Promosi.....	50
Tabel 4.10 Isian Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	51
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas.....	53
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas.....	54
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas.....	55
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	56
Tabel 4.15 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	57
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	68
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	59
Tabel 4.18 Hasil Uji T.....	61
Tabel 4.19 Hasil Uji F.....	62

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Angket Penelitian.....	II
Lampiran 2 Data Mentah Penelitian.....	X
Lampiran 3 Analisis Deskriptif .....	XXII
Lampiran 4 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	XXIV
Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik.....	XXXIII
Lampiran 6 Uji Model.....	XLII
Lampiran 7 Analisis Regresi Linier Berganda .....	XLIV
Lampiran 8 Daftar table r .....	XLV
Lampiran 9 Daftar table t .....	XLVII
Lampiran 10 Surat Izin Penelitian.....	XLIX
Lampiran 11 Surat telah melakukan Penelitian.....	L
Lampiran 12 Dokumentasi Penelitian .....	LI
Lampiran 13 Daftar Riwayat Hidup.....	LII

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pasar industri fesyen muslim berkembang pesat tidak hanya di negara-negara Muslim tetapi juga di negara-negara non-Muslim. Busana muslim atau yang dikenal dengan gaya busana muslimah, terus berkembang dan berkembang menjadi salah satu tren terdepan di dunia fashion dalam beberapa tahun terakhir. Nilai konsumsi fesyen muslim Indonesia pada tahun 2020 sebesar US\$20 miliar. Hal ini menunjukkan bahwa industri fesyen sebagai kontributor yang signifikan terhadap perekonomian Indonesia.

Masyarakat saat ini menyadari akan kebutuhan bahwa kebutuhan fesyen bukan hanya untuk sekedar berpakaian, tapi juga sebagai gaya hidup, sebagai sarana yang menunjukkan ekspresi identitas diri. Tuntutan di dalam masyarakat untuk selalu update terhadap fesyen, untuk selalu mengikuti perkembangan fashion agar tetap terlihat menarik diantara teman-teman pergaulannya.

Persaingan di dunia fesyen dapat dikatakan sangat ketat dan dinamis, karena industri ini selalu berubah-ubah mengikuti tren dan selera konsumen yang terus berubah seiring waktu. Perusahaan harus mampu bersaing agar dapat mempertahankan usahanya. Dengan mempelajari perilaku konsumen, perusahaan akan mengetahui kesempatan baru yang berasal dari belum terpenuhinya kebutuhan dan kemudian mengidentifikasikannya untuk mengadakan segmentasi pasar. Perusahaan dapat mengembangkan (produk), mempromosikan, menentukan harga, dan mendistribusikan produknya secara lebih baik.

Kualitas produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan produsen dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Penelitian terkait hubungan kualitas produk dengan keputusan pembelian yang sudah pernah dilakukan sebelumnya, menurut

hasil (Prasetyo, 2021) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan pada penelitian (Yuda, 2021) menunjukkan hasil yang berbeda bahwa kualitas produk.

Faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yaitu gaya hidup. Gaya hidup dapat didefinisikan sebagai kehidupan seseorang dalam menembelanjakan dan mengurangi uang dengan mengalokasikan waktunya. Penelitian terkait hubungan gaya hidup dengan keputusan pembelian yang sudah pernah dilakukan sebelumnya, menurut hasil penelitian (Samoeri, 2021) menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun sebaliknya hasil pada penelitian (Rohman, 2022), menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh negatif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah promosi. Kegiatan promosi sebagai sarana untuk mempengaruhi dan mengajak agar timbul kepercayaan dan keyakinan atas barang yang dijualbelikan merupakan kebutuhan dan sesuai dengan keinginannya.

Penelitian terkait hubungan promosi dengan keputusan pembelian yang sudah pernah dilakukan sebelumnya, menurut hasil penelitian (Wahyuningtiyas, 2021) menyatakan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan pada penelitian (Claudia dan Sugiyanto, 2023) menunjukkan hasil yang berlawanan bahwa promosi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pada penelitian ini, peneliti memilih Aini Modiste Pekalongan sebagai obyek penelitian. Aini Modiste Pekalongan merupakan salah satu produsen hijab dan pakaian muslimah. Aini modiste menawarkan produk berkualitas dengan harga yang premium tapi masih terjangkau, dan pelayanan yang cukup

baik. Aini Modiste Pekalongan buka pukul 08.00 WIB hingga pukul 17.00 WIB. Aini Modiste Pekalongan setiap harinya ramai karena diminati oleh banyak konsumen.

**Tabel 1.1 Data Jenis Produk Aini Modiste  
Pekalongan**

Produk	Harga
Hijab	40.000-65.000
Gamis	90.000-110.000
Rok	50.000-60.000
Setelan	100.000-110.000
Daster	45.000-65.000
Celana	50.000-60.000
Koko Anak	60.000-80.000

Sumber : Data sekunder Aini Modiste Pekalongan

Permasalahan lain yang dihadapi dalam operasional Aini modiste Pekalongan mengalami fluktuasi penjualan sejak bulan Mei sampai Desember 2023 sebagai berikut:

**Tabel 1.2  
Omzet Penjualan Batik Aini Modiste Pekalongan  
Per Bulan Tahun 2023**

Bulan	Jumlah Per Potong
Mei	1.580
Juni	1.465
Juli	1.560
Agustus	1.690
September	1.600
Oktober	1.670
November	1.780
Desember	1.820

Sumber: Data sekunder Aini Modiste  
Pekalongan

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat dilihat jumlah penjualan

Aini Modiste Pekalongan per bulan tahun 2023 mengalami fluktuasi. Adanya fluktuasi jumlah penjualan di setiap bulannya, mengindikasikan ada faktor-faktor tertentu yang mempengaruhi minat pembelian. Untuk itu Aini Modiste Pekalongan perlu mengatur strategi pemasaran agar pelanggan tertarik terhadap produk-produk yang ditawarkan, salah satunya dengan melakukan promosi di media sosial dan dengan hasil mempertahankan dan terus memperbaiki kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen. Berdasarkan uraian di atas maka dalam penelitian ini peneliti tertarik mengambil judul: “Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian ( Studi Kasus Konsumen Muslim Aini Modiste Pekalongan)”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan hasil yang telah dikemukakan diatas, terdapat masalah dalam penelitian dan dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Aini Modiste Pekalongan ?
2. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Aini Modiste Pekalongan ?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Aini Modiste Pekalongan ?
4. Apakah kualitas produk, gaya hidup dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Aini Modiste Pekalongan ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang diatas, maka tujuan dalam penelitian sebagai berikut:

1. Menjelaskan pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Aini Modiste Pekalongan
2. Menjelaskan pengaruh gaya hidup terhadap keputusan

pembelian di Aini Modiste Pekalongan

3. Menjelaskan pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian di Aini Modiste Pekalongan
4. Menjelaskan pengaruh kualitas produk, gaya hidup dan promosi terhadap keputusan pembelian di Aini Modiste Pekalongan

#### **D. Manfaat Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang diatas, maka manfaat yang diharapkan peneliti dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
  - a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi peneliti, khususnya mengenai minat pembelian di Toko Aini Modiste Pekalongan
  - b. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat pula sebagai bahan kajian bagi pihak lain atau peneliti-peneliti berikutnya yang berminat mengkaji bidang pemasaran mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian .
2. Manfaat Praktis
  - a. Hasil penelitian ini dapat memberikan masukan dan memberikan pertimbangan bagi pihak pengelola Aini Modiste Pekalongan agar dapat lebih mengerti dan memahami konsumen minat pembelian ulang terhadap produk yang ditawarkan. Selain itu, dapat dijadikan bahan referensi untuk penelitian selanjutnya

## **F. Sistematika Pembahasan**

Sistematika penulisan dalam penelitian merupakan gambaran terhadap isi penelitian secara menyeluruh yang dibagi dalam lima bab :

Bab I Pendahuluan. Memaparkan mengenai latar belakang masalah sebagai alasan penelitian ini diadakan. Rumusan masalah yang berisikan pertanyaan terkait masalah penelitian. Terdapat pula tujuan dan manfaat dari penelitian dengan harapan penelitian ini dapat bermanfaat untuk banyak pihak.

Bab II Landasan Teori. Mencakup teori-teori sesuai kebutuhan penelitian ini serta review pada riset terdahulu terdapat pula kerangka pemikiran peneliti terkait penelitian dan hipotesis penelitian untuk memberikan jawaban sementara pada pokok permasalahan.

Bab III Metode Penelitian. Bab ini menguraikan berbagai metode penelitian didalamnya terdapat jenis penelitian, pendekatan penelitian, setting penelitian, populasi dan sampel penelitian, variabel penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data.

Bab IV Analisis Data dan Pembahasan. Berisi analisis data-data penelitian yang sudah dilakukan pengolahan data kemudian diinterpretasikan secara sederhana guna menjawab permasalahan dalam perumusan masalah.

Bab V Simpulan. Berisi kesimpulan yang berlandaskan pada hasil analisis dari pengolahan data dan mencakup pembahasan yang dipaparkan didalam penelitian ini, serta memuat keterbatasan penelitian yang dilakukan dan berisikan saran untuk peneliti di masa mendatang.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. SIMPULAN**

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang diuraikan di bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian di Aini Modiste Pekalongan. Jadi dapat dikatakan bahwa dengan menjaga kualitas produk yang memenuhi atau melebihi ekspektasi, konsumen akan merasa yakin bahwa Aini Modiste Pekalongan dapat diandalkan sehingga akan meningkatkan pembelian.
2. Gaya hidup tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian di Aini Modiste Pekalongan. Gaya hidup ssetiap orang berbeda-beda yang dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti perbedaan pendapatan, minat, trend fashion, kebutuhan dan sebagainya.
3. Promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian di Aini Modiste Pekalongan.
4. Berdasarkan hasil pengujian simultan ( uji f) melalui perhitungan SPSS yang dilakukan dalam penelitian dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen yaitu kualitas produk, gaya hidup dan promosi secara simultan (bersama-sama) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen keputusan pembelian.

Variabel kualitas produk, gaya hidup dan promosi mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 51.2% dan sisanya 48,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

## B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya memberi manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang disampaikan adalah sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian ini dapat dijadikan gambaran, laporan maupun acuan mengenai kualitas produk, gaya hidup dan promosi terhadap keputusan pembelian.
2. Aini Modiste Pekalongan perlu mengupdate trend fashion sesuai dengan gaya hidup dan kebutuhan konsumen dengan mengidentifikasi keinginan konsumen, menjalin komunikasi yang efektif, mengelola permintaan dengan baik, serta memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya sehingga perusahaan dapat maju.
3. Aini Mosite Pekalongan juga perlu mengatur dan menjaga strategi pemasaran agar pelanggan tertarik terhadap produk-produk yang ditawarkan, salah satunya dengan hasil mempertahankan dan terus memperbaiki kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen, serta menetapkan harga standar sesuai dengan kondisi saat ini.
4. Penelitian selanjutnya diharapkan mampu menambah sumber informasi dan literasi yang dapat dijadikan sebagai bahan penelitian. Terlebih jika ditambahkan lagi jurnal-jurnal yang sudah memiliki reputasi baik
5. Bagi akademisi dan peneliti selanjutnya, dengan adanya hasil penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebuah referensi untuk kegiatan mengajarnya ataupun penelitiannya. Selain itu juga bisa mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan pendekatan penelitian, indikator variabel penelitian, dan instrumen analisis yang berbeda.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali Hasan (2010) . *Word Of Mouth Marketing* .Media Pressindo.  
Yogyakarta.
- Anggi Suprayogi.(2020). *Skripsi Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di C59 Bandung*  
<http://repository.unpas.ac.id>
- Aji Rama Prasetyo.(2021). *Analisis Gaya Hidup Hidonis, Harga, Dan Kualitas Produk Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Di-Era Pandemic Covid-19*  
Jurnal Ilmu Manajemen Vol 9 No 3 Hal 990-100
- Beni Ahmad Saebeni.(2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. CV:  
Pustaka Setia.
- Danang sunyoto dan Yanuar Sakso.(2022). *Perilaku Konsumen*.  
Eureka Mesia Aksara Yogyakarta
- Dikdik Harjadi dan Iqbal Arraniri (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk Dalam Kepuasan Pelanggan Milenial*.  
Insania Jakarta
- Ekky Suti Wiboso.(2019). *Skripsi Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UD . Rizky Barokah di Bolangbendo*  
<http://eprints.ubhara.ac.id>
- Hasna Nur Amana.(2022). *skripsi Pengaruh Pendapatan, Gaya*

*Hidup. Trend Fashion, dan Strategi Pemasaran Islami terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Impor Preloved di Toko Catoon Store Pekalongan.* UIN Abdurrahmsn Wahid.<http://103.142.62.240>

Hanifah Juniati Samoeri .(2021). *Skripsi Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan Klit Wajah Universitas Islam Riau* <https://repository.uir.ac.id>

Jefri Putri Nugraha dkk (2021). *Teori Perilaku Konsumen.* PT Nasya Expanding Management Pekalongan

Imam Ghazali.( 2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 21 Update Pls Regresi.* Universitas Diponegoro Semarang

Ilham Dwi Desra Yuda (2021) *Skripsi Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbal Tiens* <https://eprints.walisongo.ac.id>

Kotler, P., & Kevin Lane, K. (2008). *Marketing Manajemen (Edisi Ketiga).*

Erlangga. Jakarta.

Kotler, P., & Keller, Kevin L. (2013). *Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua,*Jakarta: Erlangga. Jakarta.

Kotler, P., & Kevin Lane, K. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 & 2*. PT. Indeks. Jakarta.

Kuncoro.(2001). *Cara Menggunakan dan Memaknai Analisis Asumsi Klasik*.Alfabeta

Laksana, M. F. (2019). *Praktisi Memahami Manajemen Pemasaran*. CV : Al Fath Zumar.

Meiny Febiola,dkk.(2022). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Layanan Go-Food Di Kota Manado*. Jurnal Emba Vol 10 No.4 Oktober 2022, Hal 2176-2185 <https://ejournal.unsrat.ac.id>

Muhammad Rohman. (2022).*Pengaruh Gaya Hidup dan E-Wom Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Di Magelang Selama Pandemic Covid-19 Borobudur*.  
Manajemen Review Vol 2 No 2.  
<https://journal.inimma.ac.id>

Nana Triapnita Nainggolan dkk, (2020). *Perilaku Konsumen Diera Digital*.Yayasan kita menulis Medan.

Puja Rusma (2020). *Pengaruh Kualitas produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Pelanggan produk Elzatta di Kota Padang*. vol 17 no 2 <https://ejurnal.bunghatta.ac.id>

- Purnama, N.I., & Rialdy, N.(2019). *Pengaruh Kualitas Produk dan Personal Selling terhadap Kepuasan Pelanggan Alat-Alat Bangunan pada PT. Rodes Chemindo Medan*. ISSN 2714-8785 Vol 1 No 1.
- Rahmiyatul dkk.(2023) *Pengaruh Promosi, Gaya Hidup Dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo Pada Masyarakat Koya Lhokseumawe Jurnal Visioner & Strategis*. ISSN : 2338-2864 P.41-47 vol 12 no 1 <https://journal.unimal.ac.id>
- Ridho Saputra (2020). *Skripsi Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Label Store Pekan Baru* <https://repository.uir.ac.id>
- Santoso, Singgih & Fandy Tjipto.(2004). *Riset Pemasaran Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. PT. Elek Media Komputindo.
- Sugiyono.(2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.
- Sugiyono.(2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Yuyun Eka Wahyuningtiyas.( 2021 ). *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Harga, Dan Gaya Hidup (Life Style) Terhadap Keputusan Pembelian Kedai Hitz*. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen vol 10 no 6 juni <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id>