

**PENGARUH GAYA HIDUP (*LIFESTYLE*) DAN  
KEBUTUHAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN *SMARTPHONE* IPHONE  
(Studi Kasus Mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidempuan)**



**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Melengkapi Syarat-Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi  
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

**Oleh**

**ROBIATUL ADAWIYAH**

**NIM. 20 402 00128**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN**

**2024**

**PENGARUH GAYA HIDUP (*LIFESTYLE*) DAN  
KEBUTUHAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN *SMARTPHONE* IPHONE  
(Studi Kasus Mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidimpuan)**



**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Melengkapi Syarat-Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi  
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

**Oleh**

**ROBIATUL ADAWIYAH**

**NIM. 20 402 00128**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN  
2024**

**PENGARUH GAYA HIDUP (*LIFESTYLE*) DAN  
KEBUTUHAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN *SMARTPHONE* IPHONE  
(Studi Kasus Mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidimpuan)**



**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Melengkapi Syarat-Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi  
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

**Oleh  
ROBIATUL ADAWIYAH  
NIM. 20 402 00128**

**Pembimbing I**

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, sweeping loop followed by a smaller, more intricate mark.

**Sry Lestari, S.H.I., M.E.I.  
NIP.198905052 01903 2 008**

**Pembimbingan II**

A handwritten signature in black ink, featuring a large, bold, sweeping stroke that curves upwards and then downwards, followed by a smaller, more detailed mark.

**Arti Damisa, M.E.I.  
NIP.198912202 02321 2 039**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY  
PADANGSIDIMPUAN**

**2024**

Hal :Skripsi  
a.n. Robiatul Adawiyah  
Lampiran : 6 (Enam) Exemplar

Padangsidimpuan, 23 Juli 2024  
Kepada Yth,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Islam  
UIN SYAHADA Padangsidimpuan  
Di-  
Padangsidimpuan

**Assalamu'alaikum Wr.Wb**

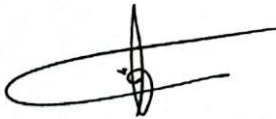
Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. Robiatul Adawiyah yang berjudul "**Pengaruh Gaya Hidup (*Lifestyle*) dan Kebutuhan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone (Studi Kasus Mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidimpuan)**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

Seiring dengan hal diatas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang Munaqasyah untuk mempertanggung jawabkan Skripsinya ini.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerja sama dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

**Wassalamu'alaikum Wr.Wb**

**Pembimbing I**



**Sry Lestari, S.H.I., M.E.I.**  
NIP.198905052 01903 2 008

**Pembimbing II**



**Arfi Damisa, M.E.I.**  
NIP.198912202 02321 2 039

## SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Robiatul Adawiyah  
NIM : 2040200128  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup (Lifestyle) dan Kebutuhan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone (Studi Kasus Mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidimpuan)

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan Pasal 14 Ayat 12 Tahun 2023. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 3 Tahun 2023 tentang Kode Etik Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 23 Juli 2024

Saya yang Menyatakan,



Robiatul Adawiyah

NIM.20 402 00128

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

---

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Robiatul Adawiyah  
NIM : 20 402 00128  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

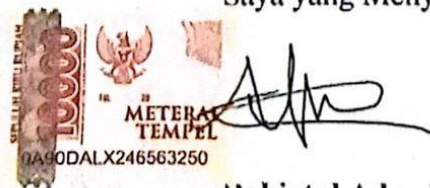
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-Exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Pengaruh Gaya Hidup (*Lifestyle*) dan Kebutuhan Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* iPhone (Studi Kasus Mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidimpuan) ”**. Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/ formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidimpuan

Pada Tanggal : 24 Juli 2024

Saya yang Menyatakan,



The image shows an official stamp from Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. The stamp includes the university's logo, the text 'METERAI TEMPEL', and a unique identification number '0A90DALX246563250'. A handwritten signature is placed over the stamp.

**Robiatul Adawiyah**  
**NIM.20 402 00128**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733  
Telepon. (0634) 22080 Faximile. (0634) 24022  
Website: [www.uinsyahada.co.id](http://www.uinsyahada.co.id)

**DEWAN PENGUJI**  
**SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

Nama : Robiatul Adawiyah  
NIM : 20 402 00128  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup (*Lifestyle*) dan Kebutuhan Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Iphone (Studi Kasus Mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidimpuan)

**Ketua**

Muhammad Wandisyah R. Hutagalung, M.E  
NIDN. 2027029303

**Sekretaris**

Zularka Matondang, M.Si  
NIDN. 2017058302

**Anggota**

Muhammad Wandisyah R. Hutagalung, ME  
NIDN. 2026056902

Zularka Matondang, M.Si  
NIDN. 2017058302

M. Yarham, M.H  
NIDN. 2009109202

Arti Damisa, M.E.I  
NIDN. 2020128902

**Pelaksanaan Sidang Munaqasyah**

Di : Padangsidimpuan  
Hari/Tanggal : Senin/ 29 Juli 2024  
Pukul : 14.00 WIB s/d 16.30 WIB  
Hasil/Nilai : Lulus/ 76 (B)  
IPK : 3,73  
Predikat : Pujian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA UNIVERSITAS  
ISLAM NEGERI**

**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733

Telepon.(0634) 22080 Faximile. (0634) 24022

### **PENGESAHAN**

**JUDUL SKRIPSI** : **PENGARUH GAYA HIDUP (*LIFESTYLE*) DAN  
KEBUTUHAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
*SMARTPHONE* IPHONE (STUDI KASUS MAHASISWA  
UIN SYAHADA PADANGSIDIMPUAN)**

**NAMA** : **ROBIATUL ADAWIYAH**

**NIM** : **20 402 00128**

**Indeks Prestasi Kumulatif** : **3,73**

**Predikat** : **Pujian**

Telah dapat diterima untuk Memenuhi  
Syarat dalam Memperoleh Gelar  
**Sarjana Ekonomi (S.E)**  
dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidimpuan, 06 Agustus 2024

Dekan,



**Prof. Dr. Darwis Harahap, S.H.I, M.Si. I**  
NIP. 197808182009011015



## ABSTRAK

**Nama : Robiatul Adawiyah**

**NIM : 20 402 00128**

**Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup (*Lifestyle*) dan Kebutuhan Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Iphone (Studi Kasus Mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidempuan)**

Iphone merupakan salah satu merek *smartphone* yang hits disemua kalangan. Kemunculan produk *smartphone* terbaru yang paling sesuai dengan gaya hidup mahasiswa yang tentunya dapat menunjang segala aktivitasnya di perkuliahan. Meningkatnya gaya hidup akan membuat kebutuhan juga semakin meningkat karena karena konsumen tidak hanya mementingkan gaya hidupnya saja tetapi akan mementingkan tingkat kebutuhannya juga. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup (*lifestyle*) dan kebutuhan terhadap keputusan pembelian *smartphone* iPhone di kalangan mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidempuan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari kuesioner. Jumlah sampel sebesar 67 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup (*lifestyle*) tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian *smartphone* iPhone di kalangan mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidempuan. Pengaruh ini dapat dijelaskan oleh besarnya tingkat signifikan sebesar  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $0,294 < 1,669$ ). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kebutuhan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian *smartphone* iPhone di kalangan mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidempuan. Pengaruh ini dapat dijelaskan oleh besarnya tingkat signifikan sebesar  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $6,940 > 1,669$ ). Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup (*lifestyle*) dan kebutuhan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian *smartphone* iPhone di kalangan mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidempuan. Pengaruh ini dapat dijelaskan oleh besarnya tingkat signifikan sebesar  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $49,293 > 3,140$ ). Program yang digunakan adalah SPSS Versi 26.

**Kata Kunci : Gaya Hidup (*Lifestyle*), Kebutuhan, Keputusan Pembelian**

## ABSTRACT

**Name : Robiatul Adawiyah**

**Reg. Number : 20 402 00128**

**Thesis Title : The Influence of Lifestyle and Needs on Purchasing Decisions for iPhone *Smartphones* (Case Study of UIN SYAHADA Padangsidimpuan Students)**

iPhone is one of the smartphone brands that hits all circles. The emergence of the latest *smartphone* products that best suit the lifestyle of students which of course can support all their activities in lectures. The increasing lifestyle will make needs also increase because consumers are not only concerned with their lifestyle but will also be concerned with the level of their needs. This study aims to analyse the effect of *lifestyle* and needs on purchasing decisions for iPhone *smartphones* among UIN SYAHADA Padangsidimpuan students. The data used in this study are primary data obtained from questionnaires. The sample size was 67 respondents. The results showed that *lifestyle* has no partial effect on purchasing decisions for iPhone *smartphones* among students of UIN SYAHADA Padangsidimpuan. This effect can be explained by the significant level of  $t_{count} > t_{table}$  ( $0.294 < 1.669$ ). The results showed that needs partially influenced the decision to purchase an iPhone *smartphone* among students of UIN SYAHADA Padangsidimpuan. This influence can be explained by the significant level of  $t_{count} > t_{table}$  ( $6.940 > 1.669$ ). The results showed that *lifestyle* and needs simultaneously influence the decision to purchase an iPhone *smartphone* among students of UIN SYAHADA Padangsidimpuan. This influence can be explained by the significant level of  $F_{count} > F_{table}$  ( $49.293 > 3.140$ ). The programme used is SPSS Version 26.

**Keywords: *Lifestyle*, Needs, Purchasing Decisions**

## ملخص البحث

الاسم	روبيات العدوية
رقم التسجيل	٢٠٤٠٢٠٠١٢٨:
عنوان البحث	تأثير نمط الحياة والاحتياجات على قرارات شراء الهواتف الذكية من آبل (دراسة حالة لطلاب جامعة عين سيهادا بادانغديسمبوان)

الهاتف الذكي هو أحد أدوات التواصل التي تضرب جميع الأوساط. فظهور أحدث منتجات الهواتف الذكية التي تتناسب مع نمط حياة الطلاب، والتي يمكن بالطبع أن تدعم جميع أنشطتهم في المحاضرات. كما أن تزايد نمط الحياة سيجعل الاحتياجات تزداد أيضاً لأن المستهلكين لا يهتمون فقط بنمط حياتهم بل سيهتمون أيضاً بمستوى احتياجاتهم. تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تأثير نمط الحياة والاحتياجات على قرارات شراء الهواتف الذكية من نوع آيفون بين طلاب جامعة عين سيهادا بادانغديسمبوان. البيانات المستخدمة في هذه الدراسة هي بيانات أولية تم الحصول عليها من الاستبيانات. كان حجم العينة ٦٧ مستجيباً. أظهرت النتائج أنه ليس لنمط الحياة تأثير جزئي على قرارات شراء الهواتف الذكية من نوع آيفون بين طلاب جامعة عين سيهادا بادانغديسمبوان. يمكن تفسير هذا التأثير من خلال المستوى الهام لـ  $t$ -العدد  $> ٠,٢٩٤$   $< ١,٦٦٩$ . أظهرت النتائج أن الاحتياجات أثرت بشكل جزئي على قرار شراء هاتف ذكي من نوع آيفون بين طلاب جامعة سيهادا بادانغديسمبوان. يمكن تفسير هذا التأثير من خلال المستوى الهام لـ  $t$ -العدد  $> ٦,٩٤٠$   $> ١,٦٦٩$ . أظهرت النتائج أن نمط الحياة والاحتياجات يؤثران في الوقت نفسه على قرار شراء هاتف ذكي من نوع آيفون بين طلاب جامعة عين سيهادا بادانغديسمبوان. يمكن تفسير هذا التأثير من خلال المستوى الهام و-العدد  $> ٤٩,٢٩٣$   $> ٣,٣١٤٠$ . البرنامج المستخدم هو الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية الإصدار ٢٦.

الكلمات المفتاحية نمط الحياة، والاحتياجات، وقرارات الشراء

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh*

Alhamdulillah, puji syukur Peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT. Yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya dan senantiasa mencurahkan kelapangan hati dan kejernihan pikiran sehingga Peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Shalawat dan salam peneliti panjatkan kepada Nabi besar Muhammad SAW. Yang telah membawa ajaran Islam demi keselamatan dan kebahagiaan manusia di dunia dan akhirat kelak.

Skripsi ini berjudul: **“Pengaruh Gaya Hidup (*Lifestyle*) dan Kebutuhan Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Iphone (Studi Kasus Mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidimpuan)”**. Ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad addary Padangsidimpuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang terbatas dan jauh dari kata sempurna. Sehingga tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, maka sulit bagi Peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, Peneliti mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu Peneliti menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., selaku Rektor UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsisimpuan, Bapak Dr. Erawadi, M.Ag, selaku

Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Dr. Anhar, M.A, selaku Wakil Rektor Bidang administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwanuddin, M.ag, selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Hubungan Institusi.

2. Bapak Prof. Dr. Darwis Harahap, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Bapak Dr. Abdul Nasser hasibuan, S.E, M.Si., selaku Wakil Dekan I Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Ibu Dr. Rukiah, S.E, M.Si, selaku Wakil Dekan II Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Ibu Dra. Replita, M.Si, selaku Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama dan Alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary padangsidimpuan.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A, selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, ibu Rini Hayati, M.P, selaku sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah, serta seluruh Civitas Akademik UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.
4. Ibu Sry Lestari, M.E.I, selaku Pembimbing I dan Ibu Arti Damisa, M.E.I, selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktu, tenaga dan ilmunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan petunjuk yang sangat berharga bagi Peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga menjadi amal yang baik dan mendapat balasan dari Allah SWT.

5. Bapak Yusri Fahmi, M.Hum., selaku kepala perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada Peneliti untuk memperoleh buku-buku yang Peneliti butuhkan dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang dengan ikhlas memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi Peneliti dalam proses perkuliahan di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
7. Teruntuk Cinta Pertama saya, Ayahanda tercinta Almarhum Ayahanda Sugiarto, beliau memang tidak sempat menemani penulis dalam perjalanan menempuh pendidikan mendapatkan gelar ini. Alhamdulillah kini penulis sudah berada di tahap ini, menyelesaikan karya tulis sederhana ini sebagai perwujudan atas jerih payah ayah selama ini. Semoga Allah SWT melapangkan dan menempatkan ayah di tempat yang paling mulia. Aamiin Allahumma Aamiin.
8. Teruntuk wanita cantikku Ibunda Siti Aminah wanita hebat yang selalu mendoakan anak-anaknya dan selalu memberikan curahan kasih sayang, cinta, dukungan dan motivasi yang tiada hentinya. Memberikan dukungan moril dan materil demi kesuksesan studi sampai saat ini tiada mengenal lelah untuk pendidikan peneliti. Semoga ibu senantiasa selalu dalam lindungan Allah SWT.
9. Untuk Abangda Muhammad Awaluddin dan Kakakku Amalia Sry Emsiyah yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada peneliti walaupun dengan banyaknya celotehan tapi itu adalah sebuah bentuk motivasi untuk peneliti. Teruntuk ponakan-ponakanku tersayang Muhammad Alvan Rizky dan

Muhammad Aryan Khalid. Terimakasih sudah menjadi *mood booster* abo selama penyusunan skripsi ini.

10. Kepada saudara Perdi Syahmadi Hasibuan, Siti Robayan, Nirwana Hasibuan, Siti Oktaviani, Amelia Hapipah Pohan, Latifah Rahmi, Winda Khoiriyah, sahabat-sahabat yang selalu ada dalam suka duka dan selalu memberikan support, tenaga pikiran materi maupun bantuan, terima kasih telah menjadi bagian perjalanan saya hingga penyusunan skripsi ini. Dan seluruh teman-teman Ekonomi Syariah angkatan 2020 yang telah berperan banyak memberikan pengalaman dan pembelajaran selama di bangku kuliah, dan kepada seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

11. Terima kasih kepada diri sendiri, Robiatul Adawiyah. Terima kasih telah menjadi manusia yang pantang menyerah selalu bersemangat untuk membanggakan dan membahagiakan kedua orangtua dibalik banyaknya tekanan di luar keadaan. Terima kasih, semangat terus dan kamu hebat.

Semoga Allah SWT. Senantiasa memberikan balasan yang jauh lebih baik atas kebaikan yang telah diberikan kepada Peneliti. Peneliti mengucapkan rasa syukur yang tidak terhingga kepada Allah Swt. Karena atas rahmat dan karunia-Nya Peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Harapan Peneliti semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan Peneliti. *Aamiin Ya Rabbal Alamin.*

Peneliti meyakini sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada diri peneliti. Dan skripsi ini jauh dari kata sempurna, untuk itu Peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

*Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh*

Padangsidempuan, 04 Juni 2024

Peneliti

Robiatul Adawiyah

NIM.20 402 00128



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### 1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	zet ( dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	šad	š	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
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

## 2. Vokal

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

### a. Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	ḍammah	U	U

### b. Vokal Rangkap

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

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
َ..ى	fathah dan ya	Ai	a dan i
ُ..و	fathah dan wau	Au	a dan u

c. *Maddah*

*Maddah* adalah vokal yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ..اِ..اِ..	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
اِ..اِ..	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
اِ..و..	ḍammah dan wau	ū	u dan garis di atas

3. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua yaitu:

a. *Ta marbutah* hidup

*Ta marbutah* yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan ḍammah, transliterasinya adalah /t/.

b. *Ta marbutah* mati

*Ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

4. *Syaddah (Tasydid)*

*Syaddah* atau *tasydid* dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

## 5. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ٱ. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

### a. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

### b. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

## 6. Hamzah

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa *hamzah* ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila *hamzah* itu diletakkan di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa Alif.

## 7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

## **8. Huruf Kapital**

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut. Bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku 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.

## **9. Tajwid**

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu *tajwid*. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman *tajwid*.

## DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	
BERITA ACARA MUNAQSAH	
LEMBAR PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK .....	i
KATA PENGANTAR.....	iii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN .....	ix
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL .....	xvii
DAFTAR GAMBAR .....	xviii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	8
C. Batasan Masalah.....	8
D. Definisi Operasional Variabel.....	9
E. Rumusan Masalah .....	11
F. Tujuan Penelitian.....	11
G. Manfaat Penelitian .....	12
BAB II LANDASAN TEORI .....	13
A. Kerangka Teori .....	13
1. Keputusan Pembelian.....	13
a. Pengertian Keputusan Pembelian.....	13
b. Indikator Keputusan Pembelian .....	15
c. Keputusan Pembelian dalam Perspektif Islam.....	16
2. Gaya Hidup ( <i>Lifestyle</i> ).....	18
a. Pengertian Gaya Hidup ( <i>Lifestyle</i> ) .....	18
b. Gaya Hidup ( <i>Lifestyle</i> ) dalam Perspektif Islam .....	19
c. Indikator Gaya Hidup ( <i>Lifestyle</i> ) .....	21
3. Kebutuhan .....	22
a. Pengertian Kebutuhan .....	22
b. Teori Kebutuhan.....	23
B. Kajian/Penelitian Terdahulu .....	27
C. Kerangka Pikir .....	35
D. Hipotesis .....	36
BAB III METODE PENELITIAN .....	37
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	37
B. Jenis Penelitian .....	37
C. Populasi dan Sampel .....	38
1. Populasi.....	38
2. Sampel.....	38

<b>D. Instrument dan Pengumpulan Data .....</b>	<b>39</b>
1. Angket (Kuesioner).....	39
2. Wawancara .....	40
3. Observasi .....	40
<b>E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....</b>	<b>41</b>
1. Uji Validitas .....	41
2. Uji Reliabilitas.....	42
<b>F. Teknik Analisis Data.....</b>	<b>42</b>
1. Statistik Deskriptif.....	42
2. Uji Normalitas .....	42
3. Uji Asumsi Klasik.....	43
a. Uji Multikolinieritas .....	43
b. Uji Heteroskedastisitas.....	43
4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	44
5. Uji Hipotesis .....	44
a. Uji Parsial (Uji t).....	44
b. Uji Simultas (Uji f).....	45
c. Uji Koefisien Determinasi Berganda .....	45
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>47</b>
<b>A. Gambaran Umum UIN SYAHADA Padangsidempuan . .....</b>	<b>47</b>
1. Sejarah UIN SYAHADA Padangsidempuan.....	47
2. Fakultas dan Program Studi di UIN SYAHADA Padangsidempuan.....	49
3. Kemahasiswaan.....	51
4. Fasilitas dari Kampus.....	51
<b>B. Deskripsi Data Penelitian.....</b>	<b>51</b>
<b>C. Analisis Data .....</b>	<b>52</b>
1. Statistik Deskriptif.....	52
2. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	53
a. Uji Validitas.....	53
b. Uji Reliabilitas .....	55
3. Uji Normalitas .....	56
4. Uji Asumsi Klasik.....	57
a. Uji Multikolinieritas .....	57
b. Uji Heteroskedastisitas.....	58
5. Analisis Regresi Linier Berganda.....	59
6. Uji Koefisien Determinasi Berganda.....	61
7. Uji Hipotesis .....	61
a. Uji Parsial (Uji t).....	61
b. Uji Simultas (Uji f).....	63
<b>D. Pembahasan Dan Hasil Penelitian .....</b>	<b>64</b>
<b>E. Keterbatasan Penelitian .....</b>	<b>69</b>
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>70</b>
<b>A. Kesimpulan.....</b>	<b>70</b>
<b>B. Implikasi Hasil Penelitian .....</b>	<b>71</b>
<b>C. Saran .....</b>	<b>72</b>

**DAFTAR PUSTAKA  
DAFTAR RIWAYAT HIDUP  
LAMPIRAN-LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Definisi Operasional Variabel .....	9
Tabel II.1 Penelitian Terduhulu .....	28
Tabel III.1 skala Likert .....	41
Tabel IV.1 Hasil Uji Statistik Deskriptif .....	54
Tabel IV.2 Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup ( <i>Lifestyle</i> ) .....	55
Tabel IV.3 Hasil Uji Validitas Variabel Kebutuhan .....	55
Tabel IV.4 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian .....	56
Tabel IV.5 Hasil Uji Reliabilitas .....	56
Tabel IV.6 Hasil Uji Normalitas .....	58
Tabel IV.7 Hasil Uji Multikolinieritas .....	59
Tabel IV.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	60
Tabel IV.9 Uji Regresi Linier Berganda .....	61
Tabel IV.10 Uji Koefisien Determinasi Berganda .....	62
Tabel IV.11 Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t) .....	63
Tabel IV.11 Hasil Uji Signifikansi simultan (Uji f) .....	64

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Pangsa Pasar <i>Smartphone</i> di Indonesia.....	3
Gambar II.1 Teori Hirarki Maslow .....	24
Gambar II.2 Kerangka Pikir.....	36

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

iPhone adalah produk *smartphone* pertama dari *Apple* yang diluncurkan pertama kali pada Juni 2007. Sejak pertama kali diluncurkan, perusahaan *Apple* telah menjual lebih dari 470 juta unit iPhone.<sup>1</sup> Volume penjualan iPhone di Indonesia terus mengalami peningkatan. Pada tahun 2021, iPhone telah terjual sebanyak 242 juta unit dan mengalami peningkatan dibandingkan tahun 2020 yang terjual sebanyak 196,9 juta unit.<sup>2</sup>

iPhone menghadirkan teknologi cukup berbeda dari segi *software* dan *hardware*. Penggunaan iPhone di Indonesia sangat digemari karena iPhone memiliki fitur kamera yang jernih, keamanan data yang baik dan menghadirkan produk dengan kualitas bagus dan canggih. Hal tersebut menjadikan iPhone diminati dan digunakan oleh masyarakat dari berbagai kalangan termasuk anak muda. iPhone memiliki berbagai keunggulan yang mampu menarik anak muda termasuk mahasiswa untuk menggunakannya. Gaya hidup di kalangan anak muda dan mahasiswa yang semakin modern mampu menjadikan iPhone semakin terkenal dan digemari.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup>Eka Dharma Pranoto, *Tembus 100 Juta Sebulan Go ... Go ... Go ...* (Yogyakarta: ANDI, 2024), hal. 197.

<sup>2</sup>Hesti Ayu Lestari and Ginanjar Rahmawan, "Pengaruh Fanatisme, Gaya Hidup Hedonis dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk iPhone di Indonesia," *JIM: Jurnal Ilmu Manajemen* Vol. 11, No. 1, 2023, hal. 129–137.

<sup>3</sup>Aulia Ath Thaariq Iskandar and Suci Rahma Nio, "Pengaruh Brand Image dengan Keputusan Pembelian Terhadap Smartphone iPhone pada Mahasiswa di Kota Padang," *CAUSALITA : Journal Of Psychology*, Vol. 1, No. 2, September 2023, hal. 132–140.

iPhone lebih populer di kalangan anak muda maupun mahasiswa karena merupakan *smartphone* yang disukai di kalangan tersebut.<sup>4</sup>Adanya fitur unggulan dari iPhone yang menunjang dan mempermudah kehidupan sehari-hari mahasiswa mendorong banyak mahasiswa untuk memiliki iPhone. Selain itu, mahasiswa lebih memilih untuk mengganti *smartphone* yang telah dimiliki sebelumnya dengan iPhone karena banyak mahasiswa lain yang menggunakan iPhone, iPhone memiliki kamera yang berkualitas tinggi dan iPhone menawarkan beberapa fitur premium.<sup>5</sup>

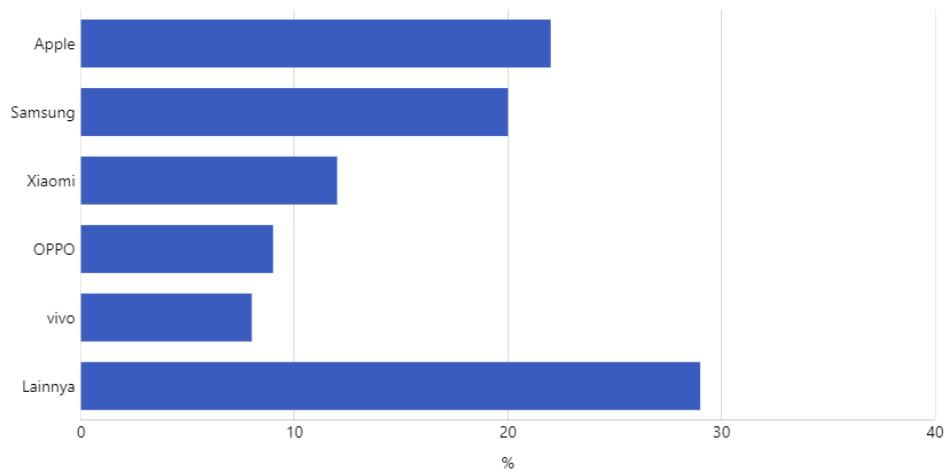
Beberapa merek *smartphone* telah bersaing untuk menjadi peringkat pertama yang mendominasi pasar di Indonesia, dengan demikian banyak beberapa merek yang mengeluarkan beberapa fitur-fitur *smartphone* untuk menunjang kebutuhan dan keinginan dari masyarakat khususnya yang ada di Indonesia. Menurut databoks dan katadata.co.id laporan *firmariset Canalys Apple* berhasil merebut posisi teratas pengguna pasar *smartphone* global di kuartal IV 2021 yang menyumbang 22% dari pengiriman *smartphone* global pada kuartal IV 2021.

---

<sup>4</sup>Rama Dian Sari et al., "iPhone dalam Perspektif Nilai Tanda dan Simbol di Kalangan Mahasiswa FISIP Unsri," *JSU Jurnal Sosiologi USK: Media Pemikiran dan Aplikasi* Vol.17, No. 2, 2023, hal. 1–16.

<sup>5</sup>Wahyu Exstrada, "Gaya Hidup dengan Keputusan Pembelian iPhone pada Mahasiswa," *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi* Vol. 8, No. 4, 2020, hal. 729–737.

**Gambar I.1 Pangsa Pasar *Smartphone* di Indonesia**



Berdasarkan laporan diatas menunjukkan hal ini terjadi berkat permintaan yang kuat terhadap Iphone. Meski berhasil menempati posisi teratas, tetapi distribusi iPhone *Apple* tersebut hanya tumbuh 1% dibandingkan dengan periode yang sama tahun lalu. Pada Kuartal IV 2021, pangsa pasar Apple sebesar 23%. Sementara Samsung menempati posisi kedua atau turun dari posisi teratas pada tercatat, pangsa pasar merek *smartphone* buatan Korea Selatan ini di kuartal IV 2022 sebesar 20%. Xiaomi berada di posisi ketiga dengan pangsa pasar sebesar 12%. Oppo dan Vivo di urutan berikutnya dengan pangsa pasar masing-masing sebesar 9% dan 8%. Sisanya, yakni sebanyak 29% merupakan merek lain.<sup>6</sup>

Komunitas pengguna *smartphone* saat ini dihadapkan pada berbagai merek *smartphone* terkenal, namun keputusan untuk membeli iPhone masih menjadi pilihan utama. Hal ini dikarenakan iPhone telah melakukan inovasi

---

<sup>6</sup>Databoks dan kata.com, -Apple Rebut Posisi Pangsa Pasar Smartphone Global di Kuartal IV 2021, (diakses 20 Juni 2024 Pukul 20.20 WIB).

dalam desain dan fungsi untuk memenuhi kebutuhannya. Berdasarkan penjelasan tersebut gaya hidup dan kebutuhan dapat mendorong seseorang untuk tertarik memilih dan membeli produk *smartphone* bermerek iPhone ini.

Menurut Kotler dalam buku Nurhayati keputusan pembelian adalah sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang dilalui konsumen. Keputusan pembelian adalah pilihan satu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif.<sup>7</sup>

Menurut Kotler dan Keller dalam buku Nurhayati terdapat beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur keputusan pembelian, antara lain : pilihan produk, pilihan merek, waktu pembelian dan jumlah pembelian.<sup>8</sup> Praktiknya, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, di antaranya gaya hidup dan kebutuhan.

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya.<sup>9</sup> Gaya hidup manusia akan selalu berkembang mengikuti perubahan zaman dan melatarbelakangi sifat khas individu.<sup>10</sup> Gaya hidup pada dasarnya merupakan suatu perilaku yang

---

<sup>7</sup>Nurhayati, *Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen* (Pekalongan: NEM, 2023), hal 31.

<sup>8</sup> Kiki Farida Ferine and Yuda, *Deterinasi Keputusan Pembelian Produk Fashipn di Situs Online Shop* (Yogyakarta: Selat Media Patners, 2022), hal.10

<sup>9</sup>Jun Wang et al., "Relationship Between Smartphone Addiction and Eating Disorders and Lifestyle Among Chinese College Students," *Frontiers in Public Health*, Vol.11, No.2 , 2023, hal. 16.

<sup>10</sup>Rini Hayati Lubis and Nurul Izzah, *Faktor Penentu Gaya Hidup Halal Generasi Z di Sumatera Utara* (Depok: Bypass, 2022), hal. 13.

mencerminkan masalah apa yang sebenarnya ada di dalam alam pikir pelanggan yang cenderung berbaur dengan berbagai hal yang terkait dengan masalah emosi dan psikologis konsumen. Hal ini juga didukung dengan adanya penelitian terdahulu oleh Rahayu dan Kusnanto. Dalam penelitian ini menjelaskan bahwa gaya hidup dapat mempengaruhi keputusan pembelian calon konsumen dimana gaya hidup *modern* dapat dijadikan kekuatan dalam menarik konsumen.<sup>11</sup>

Seperti pada mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidimpuan berinisial WA, yang selalu ingin mengikuti perkembangan zaman diketahui bahwa awalnya pembelian iPhone karena ikut-ikutan teman, dimana rata-rata temannya menggunakan iPhone sehingga dia tertarik untuk membelinya.<sup>12</sup> Sama halnya juga dengan mahasiswa berinisial MS yang memutuskan membeli iPhone agar terlihat lebih *highclass* karena harga *smartphone* ini lebih mahal dibandingkan dengan *smartphone* lain.<sup>13</sup>

Kebutuhan merupakan konstruk mengenai kekuatan di bagian otak mengorganisir berbagai proses seperti, berfikir dan berbuat untuk mengubah kondisi yang ada dan tidak memuaskan. Beberapa indikator dari kebutuhan diantaranya : fungsi barang yang dibeli dan tujuan barang tersebut dibeli.<sup>14</sup> Kebutuhan menjadi pertimbangan individu dalam pengambilan

---

<sup>11</sup>Rahayu dan Kusnanto, 'Pengaruh Gaya Hidup dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian smartphone" *Jurnal Manajemen*, Volume 13, No.2, September 2021, hlm. 257-263.

<sup>12</sup> Widya Ananda, Mahasiswi, *Wawancara* (UIN SYAHADA Padangsidimpuan, 13 Juni 2024. Pukul 10.25 WIB).

<sup>13</sup> Madina Sartika, Mahasiswi, *Wawancara* (UIN SYAHADA Padangsidimpuan, 13 Juni 2024. Pukul 11.20 WIB).

<sup>14</sup>Amran Rasli, Salman Bashir, and Mohd Fauzi Abu-Hussin, "Congruency Between Maslow's Hierarchy of Needs Theory and the Principles of Maqasid Shari'Ah," *Journal of Islamic Thought and Civilization* Vol. 12, No. 2, 2022, hal. 72.

keputusan. Penelitian Rajuddin dan Muthalib menunjukkan bahwa kebutuhan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone*.<sup>15</sup> Namun, penelitian Karomah dan Nurhidayati membuktikan bahwa kebutuhan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.<sup>16</sup>

Berdasarkan hasil observasi awal peneliti pada mahasiswa UIN SYAHADA pengguna iPhone berinisial DS mengatakan bahwa ia membeli *smartphone* iPhone untuk menunjang perkuliahannya, karena berkat fitur-fitur yang terdapat dalam *smartphone* ia data-data perkuliahannya bisa aman dan juga tugas-tugas kuliah misal membuat video hasilnya lebih jernih dibandingkan *smartphone* lain.<sup>17</sup> Mahasiswa UIN SYAHADA berinisial FA juga membeli *iphone* karena memiliki fitur premium yang ditawarkan. Berkat aplikasi-aplikasi canggih yang ditawarkan oleh produk iPhone yang memudahkan dalam mengambil gambar dengan kreatif, sehingga bisa menunjang kegiatannya untuk menjadi seorang konten *creator*.<sup>18</sup> Kejernihan dan fitur yang tersedia pada kamera *iphone* dianggap cocok untuk menunjang pekerjaan para content creator.

Studi terkait dengan gaya hidup terhadap keputusan pembelian sudah dilakukan oleh peneliti terdahulu. Salah satunya studi yang dilakukan oleh

---

<sup>15</sup>Wa Ode Nursaadha Rajuddin and Dzulfikri Azis Muthalib, "Keputusan Pembelian Smartphone di Kota Kendari (Studi Kasus pada Mahasiswa Pascasarjana Universitas Halu Oleo)," *JIM: Journal Of International Management*, Vol. 1, No. 2, 2023, hal. 84–101.

<sup>16</sup>Lia Alfi Karomah and Maulida Nurhidayati, "Pengaruh Pengetahuan Produk, Kebutuhan dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Murabahah Mikro di BPRS Mitra Mentari Sejahtera Ponorogo," *JPSDA: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, Vol. 3, No. 2, August 2023, hal. 161–174.

<sup>17</sup>Diana Sari, Mahasiswi, *Wawancara* (UIN SYAHADA Padangsidimpuan, 15 Juni. 2024 Pukul 10.30 WIB).

<sup>18</sup>Fauziah Andriyani, Mahasiswi, *Wawancara* (UIN SYAHADA Padangsidimpuan, 15 Juni 2024. Pukul 14.30 WIB).



Fadilla yang menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone*.<sup>19</sup> Bertolak belakang dengan studi yang dilakukan Kurniawan, yang membuktikan bahwa gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone*.<sup>20</sup> Studi lain dilakukan Rajuddin dan Muthalib yang memperoleh hasil bahwa kebutuhan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone*.<sup>21</sup> Bertolak belakang dengan studi yang dilakukan Karomah dan Nurhidayati, yang membuktikan bahwa kebutuhan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.<sup>22</sup>

Berdasarkan hasil *survey* awal yang telah dilakukan oleh peneliti ditemukan hasil bahwa pengguna iPhone di UIN SYAHADA masih sedikit dibandingkan android. Namun dari beberapa pengakuan mahasiswa sebahagian besar ingin menggunakan iPhone dibandingkan android karena dengan banyaknya fitur-fitur kelebihan yang ditawarkan *smartphone* bermerek iPhone ini walaupun harganya yang relatif mahal dibandingkan *smartphone* lain. Mereka bahkan rela menyisihkan uang jajan untuk ditabung demi dapat membeli *smartphone* bermerek iPhone ini.

---

<sup>19</sup>Renita Hayuningtrias, Afni Rizqianti, and Ajat Sudrajat, "Pengaruh Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Android di Kalangan Mahasiswa UNSIKA," *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, Vol. 5, No. 3, 2022, hal. 227 – 236.

<sup>20</sup>Moh Zaki Kurniawan, "Pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Wilayah Blitar," *Jurnal Ilmiah Universitas Trunojoyo Madura*, Vol. 7, No. 2, 2021, hal. 152–164.

<sup>21</sup>Wa Ode Nursaadha Rajuddin and Dzulfikri Azis Muthalib, "Keputusan Pembelian Smartphone di Kota Kendari (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pascasarjana Univesitas Halu Oleo)," *JIM: Journal Of International Management*, Vol. 1, No. 2, 2023, hal. 84–101.

<sup>22</sup>Lia Alfi Karomah and Maulida Nurhidayati, "Pengaruh Pengetahuan Produk, Kebutuhan dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Murabahah Mikro di BPRS Mitra Mentari Sejahtera Ponorogo," *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, Vol. 3, No. 2, 2023, hal. 161–174.

Berdasarkan rangkaian permasalahan dan inkonsistensi studi terdahulu yang diuraikan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Gaya Hidup (*Lifestyle*) dan Kebutuhan Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* iPhone (Studi Kasus Mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidempuan).”**

#### **B. Identifikasi Masalah**

Dari latar belakang yang telah dituliskan, peneliti memberikan identifikasi masalah yang akan dijadikan bahan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagian Mahasiswa melakukan pengambilan keputusan pembelian berdasarkan gaya hidup yang sedang berkembang saat ini.
2. Berdasarkan data di databoks penjualan iPhone semakin meningkat tetapi faktanya di UIN SYAHADA masih dominan memakai android.
3. Adanya *gap research* dari inkonsistensi hasil penelitian terdahulu terkait dengan gaya hidup dan kebutuhan terhadap keputusan pembelian *smartphone*.

#### **C. Batasan Masalah**

Karena adanya beberapa faktor yang menyebabkan penelitian ini tidak dapat dilakukan secara mendalam, maka tidak semua masalah yang telah diidentifikasi akan diteliti. Untuk itu batasan penelitian ini meliputi keputusan dalam pembelian(y) dalam hubungannya dengan variable-variabel gaya hidup (*lifestyle*) ( $x_1$ ) dan kebutuhan ( $x_2$ ). Unit analisis dalam penelitian

ini adalah pengguna *smartphone* iPhone di UIN SYAHADA Padangsidempuan.

#### D. Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional Variabel merupakan penjabaran dari variabel-variabel penelitian, dimensi, dan indikator yang digunakan untuk mengukur variabel yang digunakan dalam penelitian tersebut. Pada bagian ini peneliti menjelaskan secara operasional tentang setiap variabel yang akan diteliti yaitu sebagai berikut:

**Tabel I.1**  
**Definisi Operasional Variabel**

No	Jenis Variabel	Defenisi Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
1	Keputusan Pembelian (y)	Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.	Indikator keputusan pembelian, terdiri dari: <sup>23</sup> 1. Pilihan produk 2. Pilihan merek 3. Waktu pembelian 4. Jumlah pembelian	Ordinal

<sup>23</sup>Kiki Farida Ferine and Yuda, *Deterinasi Keputusan Pembelian Produk Fashipn di Situs Online Shop* (Yogyakarta: Selat Media Patners, 2022), hal. 5-10.

No	Jenis Variabel	Defenisi Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
2	Gaya Hidup ( <i>lifestyle</i> ) (x <sub>1</sub> )	Gaya hidup merupakan cara hidup yang ditentukan oleh bagaimana orang menghabiskan waktu (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dan pendapat mereka tentang diri mereka sendiri dan lingkungan disekitar mereka (opini)	Ada beberapa indikator gaya hidup: <sup>24</sup> 1. Aktivitas ( <i>activities</i> ) 2. Minat 3. Opini	Ordinal
3	Kebutuhan (x <sub>2</sub> )	Kebutuhan manusia bukan hanya semata-mata merupakan hal-hal yang dikehendaki untuk memenuhi tuntutan primer, seperti makan, pakaian, rumah dan tuntutan keamanan yang bertujuan sekedar untuk mempertahankan dan memelihara kelangsungan hidup saja. <sup>25</sup>	Indikator kebutuhan terdiri dari: <sup>26</sup> 1. Fungsi barang yang dibeli 2. Tujuan barang di beli	Ordinal

<sup>24</sup>Murat Akkaya, "Understanding the Impacts of Lifestyle Segmentation & Perceived Value on Brand Purchase Intention: An Empirical Study in Different Product Categories," *European Research on Management and Business Economics*, Vol. 27, No. 3, 2021, hal. 1–11.

<sup>25</sup>Muhammad Abu Wildan and Lailatus Sa'adah, *Pentingnya Motivasi Untuk Meningkatkan Kinerja Karyawan* (Jombang: LPPM Universitas KH A Wahab Hasbullah, 2021), hal. 19.

<sup>26</sup>Rasli, Bashir, and Abu-Hussin, "Congruency Between Maslow's Hierarchy of Needs Theory and the Principles of Maqasid Shari'ah.", *Jurnal Of Islamic Thought And Civilization*, Vol. 12, No. 2, 2022, hal. 82-88.

### **E. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti merumuskan pokok permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah gaya hidup (*lifestyle*) berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* iPhone pada Mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidempuan?
2. Apakah kebutuhan berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* iPhone pada Mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidempuan?
3. Apakah gaya hidup (*lifestyle*) dan kebutuhan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian *smartphone* iPhone pada Mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidempuan?

### **F. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan Rumusan Masalah diatas maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup (*lifestyle*) terhadap keputusan pembelian *smartphone* iPhone pada Mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidempuan.
2. Untuk mengetahui pengaruh kebutuhan terhadap keputusan pembelian *smartphone* iPhone pada Mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidempuan.
3. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup (*lifestyle*) dan kebutuhan secara simultan terhadap keputusan pembelian *smartphone* iPhone pada Mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidempuan.

## **G. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan teori bidang ilmu ekonomi syariah khususnya terkait dengan gaya hidup dan kebutuhan dalam meningkatkan keputusan pembelian.

### **2. Manfaat Umum**

#### **a. Bagi Peneliti**

Bagi peneliti, penelitian ini menjadi penerapan ilmu manajemen bisnis yang diperoleh dari bangku kuliah dan sebagai penerapan ilmu manajemen pada lingkup masyarakat secara langsung. Selain itu, peneliti juga bisa memperoleh ilmu-ilmu dan pengalaman-pengalaman baru dari fenomena yang ditemui selama proses penelitian.

#### **b. Manfaat ilmiah**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penambahan ilmu pengetahuan, khususnya bagi manajemen pemasaran, serta menjadi bahan bacaan di perpustakaan dan dapat memberikan referensi bagi mahasiswa lain.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Kerangka Teori**

##### **1. Keputusan Pembelian**

###### **a. Pengertian Keputusan Pembelian**

Menurut Kotler dalam buku Nurhayati keputusan pembelian adalah sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang dilalui konsumen. Keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan konsumen akan pembelian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk memilih dua atau beberapa faktor. Keputusan pembelian merupakan pilihan satu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif.<sup>1</sup>

Keputusan pembelian adalah kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsume benar-benar membeli. Keputusan pembelian juga dianggap sebagai suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak

---

<sup>1</sup>Nurhayati, *Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen*.(Pekalongan: NEM, 2023), hal 29.

melakukan pembelian dan keputusan tersebut diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya.<sup>2</sup>

Keputusan pembelian adalah proses pemilihan salah satu alternatif penyelesaian masalah yang dikumpulkan seorang konsumen dan mewujudkannya dalam tindakan lanjut yang nyata. Aktivitas yang berlangsung dalam keputusan pembelian yakni rutinitas konsumen dalam melakukan pembelian, kualitas yang diperoleh dari suatu keputusan pembelian, serta komitmen atau loyalitas konsumen yang sudah biasa beli dengan produk pesaing. Menurut Kotler, proses keputusan pembelian dibagi menjadi lima, yakni pengendalian masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan pasca pembelian.<sup>3</sup> Proses konsumen dalam pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan yang penting, karena dalam proses tersebut dapat memuat berbagai langkah yang terjadi sebelum melakukan keputusan.<sup>4</sup>

Keputusan pembelian dalam Islam harus sejalan dengan Al-Qur'an dan Sunnah. Agar kemaslahatan tetap selaras dengan syara' maka perlu adanya batasan-batasan dalam mengambil keputusan pembelian. Batasan tersebut antara lain: menggunakan barang yang

---

<sup>2</sup>Didik Gunawan et al, *Keputusan Pembelian Skincare Safi Berbasis Media Marketing* (Padang: PT Inovasi Pratama Internasional, 2022), hal. 8.

<sup>3</sup>Dhiraj Kelly Sawlani, *Keputusan Pembelian Online: Kualitas Website, Keamanan dan Kepercayaan* (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2021), hal. 19.

<sup>4</sup>Benedetta Crisafulli, La Toya Quamina, and Jaywant Singh, "Competence Is Power: How Digital Influencers Impact Buying Decisions in B2B Markets," *Industrial Marketing Management*, Vol. 104, 2022, hal. 97.



berguna, halal, dibutuhkan dan tidak mengesampingkan pahala serta akhirat. Setiap konsumen Muslim harus menggunakan produk yang halal dan baik, agar lebih selektif dalam pengambilan keputusan pembelian.<sup>5</sup>

Pengambilan keputusan pada dasarnya memilih satu alternative dari beberapa alternative keputusan. Pengambilan keputusan merupakan salah satu langkah dari langkah-langkah yang lebih panjang yang membuat proses pengambilan keputusan.<sup>6</sup>

Dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar membeli.

#### **b. Indikator Keputusan Pembelian**

Menurut Kotler dan Keller, terdapat beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur keputusan pembelian, antara lain:<sup>7</sup>

- 1) Pilihan produk, Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan lain. Dalam hal ini perusahaan harus memusatkan perhatiannya kepada orang-orang yang berminat membeli sebuah produk serta

---

<sup>5</sup>Jofanda Putri Rahayu and Khusnul Fikriyah, "Pengaruh Pengetahuan Konsumen Muslim Tentang Masalah dan Khayar Terhadap Keputusan Pembelian dalam Islam," *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* Vol. 4, No. 3, 2021, hal. 134–146.

<sup>6</sup>Aris Munandar and Ahmad Hasan Ridwan, "Tafsir Surat An-Nisa Ayat 29 Sebagai Landasan Hukum Akad Ba'i Assalam dalam Praktek Jual Beli Online," *Rayah Al-Islam* Vol. 7, No. 1, 2023, hal.77.

<sup>7</sup>Kiki Farida Ferine and Yuda, *Deterinasi Keputusan Pembelian Produk Fashipn di Situs Online Shop* (Yogyakarta: Selat Media Patners, 2022), hal.10.

alternatif yang dipertimbangkan. Misalnya: kebutuhan suatu produk, keberagaman varian produk dan kualitas produk.

- 2) Pilihan merek, Pembeli harus mengambil keputusan tentang merek mana yang akan dibeli. Setiap merek memiliki perbedaan-perbedaan tersendiri. Dalam hal ini perusahaan harus mengetahui bagaimana konsumen memilih sebuah merek. Misalnya: kepercayaan dan popularitas merek.
- 3) Waktu pembelian, Keputusan konsumen dalam pemilihan waktu pembelian bisa berbeda-beda, misalnya: ada yang membeli sebulan sekali, tiga bulan sekali, enam bulan sekali atau satu tahun sekali.
- 4) Jumlah pembelian, Konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibelinya pada suatu saat. Pembelian yang dilakukan mungkin lebih dari satu. Dalam hal ini perusahaan harus mempersiapkan banyaknya produk sesuai dengan keinginan yang berbeda-beda dari para pembeli.

**c. Keputusan Pembelian Dalam Perspektif Islam**

Pengambilan keputusan pada dasarnya memilih satu alternatif dari beberapa alternatif keputusan. Pengambilan keputusan merupakan satu langkah dari langkah-langkah yang lebih panjang yang membuat proses pengambilan keputusan. Proses pemindahan

kepemilikan dalam perdagangan disebut jual beli yang pada surat An-Nisa' ayat 29:<sup>8</sup>

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا اِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَاٍ فَتَبَيَّنُوْا  
اَنْتُمْصِبُوْا قَوْمًا بِّجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوْا عَلٰى مَا فَعَلْتُمْ نٰدِمِيْنَ

*Artinya : Wahai orang-orang yang beriman! Jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu.*<sup>9</sup>

Ayat ini turun, memberikan penjelasan bagi umat manusia semuanya untuk selalu tabayun dalam segala berita yang disampaikan. Kemudian ayat ini menyuruh kita berhati-hati dalam menindakkan sesuatu yang akibatnya tidak dapat diperbaiki, supaya tidak ada pihak atau kaum yang dirugikan, yang disebabkan berita yang belum pasti kebenarannya.<sup>10</sup> Dari penjelasan di atas dapat diketahui bahwa sebagai umat muslim hendaknya berhati-hati dalam menerima suatu berita atau informasi siapa saja termasuk produk yang akan dibeli. Begitu juga sebelum memutuskan dalam membeli atau menggunakan suatu produk hendaknya konsumen mengetahui terlebih dahulu kebutuhan dan masalah yang dihadapinya. konsumen mencari informasi terlebih dahulu apakah produk tersebut baik atau tidak.

---

<sup>8</sup> M. Ahul Haqi, Gaya Hidup Konsumtif Perspektif Al Quran (Studi Ayat Ayat Tabzir Dan Israf Dalam Tafsir Al Azhar), Skripsi, (Pekalongan: UIN K.H. Abdurrahman Wahid, 2023), hal. 20-25

<sup>9</sup> Al-Qur'an dan terjemahnya. (Jakarta : Kementerian Agama RI 2022) hal.83.

<sup>10</sup> Ibnu Katsir, Tafsir Ibnu Katsir, 7:316

## 2. Gaya Hidup (*Lifestyle*)

### a. Pengertian Gaya Hidup (*Lifestyle*)

Gaya hidup adalah pola seseorang hidup dengan menggunakan uang dan waktunya sebagai untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Gaya hidup merupakan bagian dari pencitraan diri. Gaya hidup mempengaruhi perilaku seseorang untuk menentukan pilihan-pilihan barang konsumsi yang dibeli.<sup>11</sup>

Gaya hidup secara sederhana dianggap sebagai tindakan seseorang dalam menghabiskan uang dan waktunya. Gaya hidup merupakan ciri sebuah dunia modern, atau yang biasa disebut dengan modernitas. Siapapun yang hidup dalam masyarakat modern, akan menggunakan gagasan tentang gaya hidup untuk menggambarkan tindakannya sendiri maupun orang lain. Gaya hidup adalah pola-pola tindakan yang membedakan antara satu orang dengan orang lain.<sup>12</sup>

Gaya hidup merupakan cara hidup yang ditentukan oleh bagaimana orang menghabiskan waktu (aktivitas), apa yang mereka anggap penting di lingkungan mereka (kepentingan), dan pendapat mereka tentang diri mereka sendiri dan lingkungan di sekitar mereka (pendapat).<sup>13</sup> Gaya hidup konsumen yang sudah lama ada menunjukkan bagaimana konsumen berpikir, hidup, bertindak, dan perilaku.

---

<sup>11</sup>Betrix, *Buku Ajar Sosiologi Ekonomi* (Jambi: PT Sonpedia Publishing Indonesia, 2023), hal. 38.

<sup>12</sup>Ahmad Mulyana, *Gaya Hidup Metroseksual: Perspektif Komunikatif* (Jakarta: Bumi Aksara, 2022), hal. 71.

Gaya hidup umumnya ditentukan oleh latar belakang demografis konsumen individu, pengalaman, situasi atau tindakan saat ini, karakteristik sosial ekonomi, dan kecenderungan perilaku.<sup>14</sup>Gaya hidup dapat dimanfaatkan untuk menggeneralisasi kelompok konsumen multidimensi yang lebih realistis yang mewakili sub-sekmen untuk produk atau merek tertentu. Ini merupakan jawaban atas motivasi dan aspirasi yang lebih dalam dibalik pembelian dan penggunaan produk.<sup>15</sup>

#### **b. Gaya Hidup Dalam Perspektif Islam**

Gaya hidup menjadi cerminan terhadap gaya pengonsumsian yang memiliki penggambaran alternatif dari individu tentang cara seseorang memanfaatkan penggunaan uang serta waktunya. Pada perspektif Islam, dalam mengonsumsi tak terpisahkan oleh peran iman. Peran iman sebagai suatu pengukuran yang terpenting dikarenakan iman memberi pola pandangan keduniaan yang cenderung memberikan pengaruh terhadap pribadi seseorang, yakni berbentuk tingkah laku, pola hidup, selera, berbagai sikap yang ditunjukkan pada individu lainnya, sumber daya maupun ekologi.

---

<sup>13</sup>Murat Akkaya, "Understanding the Impacts of Lifestyle Segmentation & Perceived Value on Brand Purchase Intention: An Empirical Study in Different Product Categories," *European Research on Management and Business Economics*, Vol. 27, No. 3, 2021, hal. 1–11.

<sup>14</sup>Chengmin Zhou et al., "Wooden Door Preferences Based on Lifestyle Theory and Consumer Behaviour Theory," *BioResources*, Vol. 18, No. 1, 2023, hal. 124-127.

<sup>15</sup>Andrej Géci et al., "The Influence of Lifestyle on Consumer Behavior and Decision Making in Research Aimed at Protein Bars," *Potravinarstvo Slovak Journal of Food Sciences*, Vol. 14, No. 3, 2020, hal. 22-26.

Iman memberikan pengaruh yang besar terhadap sifat, kuantitas maupun mutu dalam mengonsumsi mulai dari berbentuk kepuasan secara materiil ataupun spiritualitas. Hal ini yang dikatakan menjadi bentuk usaha meningkatkan dunia maupun akhirat agar tetap seimbang. Iman memberi penyaringan terhadap moralitas ketika membelanjakan harta serta sekaligus turut memberikan motivasi ketika memanfaatkan penggunaan sumber daya ataupun penghasilan yang ditujukan pada berbagai perihal dengan keefektifan serta keefisienan. Pada pandangan Islam, konsumsi ataupun menghabiskan uang bukan sekadar ditujukan terhadap materiil saja, namun turut kepada macam-macam pengonsumsi secara sosial yang terdiri dari zakat maupun sedekah.<sup>16</sup> Dalam mengonsumsi secara sosial nyatanya mendapat syarat terpenting pada Al-Qur'an antara lain berada dalam kandungan surat Al Hadid:7

وَلَوْ بَسَطَ اللَّهُ الرِّزْقَ لِعِبَادِهِ لَبَغَوْا فِي الْأَرْضِ وَلَكِنْ نُنزِّلُ  
بِقَدَرٍ مَّا يَشَاءُ إِنَّهُ بِعِبَادِهِ خَبِيرٌ بَصِيرٌ

*Artinya : Dan sekiranya Allah melapangkan rezeki kepada hamba-hamba-Nya niscaya mereka akan berbuat melampaui batas di bumi, tetapi Dia menurunkan dengan ukuran yang Dia kehendaki. Sungguh, Dia Mahateliti terhadap (keadaan) hamba-hamba-Nya, Maha Melihat.<sup>17</sup>*

Berdasarkan terjemahan tersebut jelaslah bahwa bergaya hidup islami hukumnya wajib atas setiap muslim, dan gaya hidup

---

<sup>16</sup> M. Ahul Haqi, *Gaya Hidup Konsumtif Perspektif Al Quran (Studi Ayat Ayat Tabzir Dan Israf Dalam Tafsir Al Azhar)*, Skripsi, (Pekalongan: UIN K.H. Abdurrahman Wahid, 2023), hal. 11-13

<sup>17</sup> Al-Qur'an dan terjemahnya.(Jakarta : Kementerian Agama RI 2022) hal. 578.

jahili adalah haram baginya. Hanya saja dalam kenyataan justru membuat kita sangat prihatin dan sangat menyesal, sebab justru gaya hidup jahili (yang diharamkan) itulah yang melingkupi sebagian besar umat Islam.<sup>18</sup>

Berdasarkan beberapa definisi yang telah dicantumkan diatas maka ditarik kesimpulan bahwa gaya hidup merupakan faktor pribadi dalam keputusan pembelian konsumen. Pada dasarnya seseorang menghabiskan waktu hanya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Hanya karena mereka ingin dilihat orang-orang disekitar mereka.

### **c. Indikator Gaya Hidup (*Lifestyle*)**

Ada beberapa indikator gaya hidup menurut Kotler dan Amstrong yaitu:

1) Aktivitas (*activities*), dapat berupa pekerjaan, hobi, belanja, olahraga atau acara sosial. Melalui aktivitas konsumen, pelaku bisnis dapat memahami aktivitas konsumen apa saja yang tersedia untuk target pasarnya, sehingga memudahkan pelaku bisnis untuk menyusun strategi dari informasi yang diperolehnya. Dengan kata lain, pelaku bisnis dapat menghasilkan produk yang mendukung aktivitas keseharian dan gaya hidup konsumen.

---

<sup>18</sup> Fikri Irfansyah and Sri Abidah Suryaningsih, "Pengaruh Gaya Hidup Islami dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Samyang pada Mahasiswa S1 Ekonomi Islam Universitas Negeri Surabaya Angkatan 2018–2020," *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, Vol. 5, No. 1, 2022, hal. 43 – 53.

- 2) Minat (*interest*), tindakan yang disertai dengan perhatian khusus atau berkelanjutan. Minat adalah faktor pribadi yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan konsumen. Setiap perusahaan harus selalu memahami kepentingan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami minat pelanggan mereka, perusahaan dapat lebih mudah membuat konsep pemasaran untuk mempengaruhi proses pembelian pasar sasaran mereka. Dengan cara ini konsumen akan menyukai produk yang ditawarkan.<sup>19</sup>
- 3) Opini (*opinion*), tanggapan lisan atau tertulis yang diberikan orang terhadap suatu situasi. Opini digunakan untuk menggambarkan interpretasi, harapan, dan evaluasi, seperti keyakinan tentang niat orang lain, antisipasi peristiwa masa depan. Karena konsumen percaya bahwa produk yang digunakan dapat memberikan keuntungan.<sup>20</sup>

### 3. Kebutuhan

#### a. Pengertian Kebutuhan

Secara bahasa dalam KBBI dijelaskan kata kebutuhan berasal dari dari katas dasar “butuh” yang ditambahkan awalan “ke-” dan akhiran “-an” yang memiliki makna “memerlukan, sangat perlu menggunakan”. Kebutuhan adalah segala sesuatu yang diperlukan

---

<sup>19</sup> Murat Akkaya, “Understanding the Impacts of Lifestyle Segmentation & Perceived Value on Brand Purchase Intention: An Empirical Study in Different Product Categories,” *European Research on Management and Business Economics*, Vol. 27, No. 3, 2021, hal. 1–6.

<sup>20</sup> Murat Akkaya, “Understanding the Impacts of Lifestyle Segmentation & Perceived Value on Brand Purchase Intention: An Empirical Study in Different Product Categories,” *European Research on Management and Business Economics*, Vol. 27, No. 3, 2021, hal. 7–11.



manusia untuk mensejahterakan hidupnya. Kebutuhan mencerminkan perasaan ketidakpuasan atau kekurangan dalam diri manusia yang ingin dipuaskan.

Kebutuhan manusia bukan hanya semata-mata merupakan hal-hal yang dikehendaki untuk memenuhi tuntutan primer, seperti makan, pakaian, rumah dan tuntutan keamanan yang bertujuan sekedar untuk mempertahankan dan memelihara kelangsungan hidup saja. Pengertian kebutuhan tentu lebih luas daripada sekedar pemenuhan tuntutan primer manusia. Kebutuhan mencakup dua hal, yakni hal yang memang harus dimiliki karena hal itu betul-betul merupakan sesuatu yang diperlukan, padahal sesungguhnya baru merupakan keinginan belaka. Kebutuhan yang dirasakan oleh seseorang dalam pekerjaannya mungkin merupakan alat untuk memenuhi kebutuhan lainnya. Kadang-kadang kebutuhan yang ingin dipenuhi dengan pemenuhan kebutuhan yang sebelumnya tidak disadari oleh yang bersangkutan. Itu sebabnya terdapat dua macam kebutuhan manusia yaitu kebutuhan yang disadari dan kebutuhan yang tidak disadari.<sup>21</sup>

b. Teori Kebutuhan

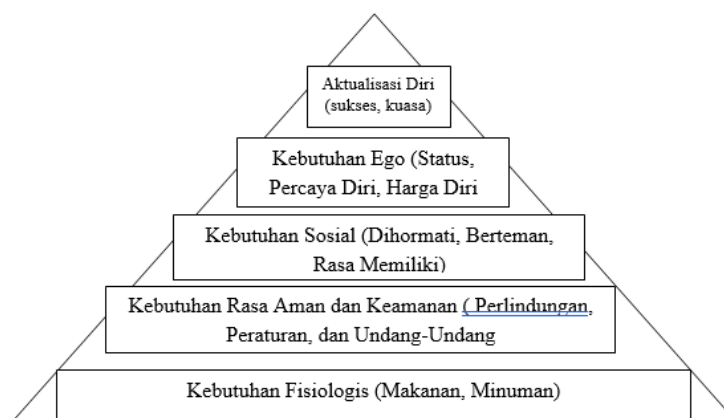
Salah satu teori kebutuhan yang cukup populer yaitu teori Abraham Maslow. Teori kebutuhan berjenjang yang dikenal sebagai teori Maslow atau Hierarki Kebutuhan manusia yang mengemukakan

---

<sup>21</sup>Muhammad Abu Wildan and Lailatus Sa'adah, *Pentingnya Motivasi untuk Meningkatkan Kinerja Karyawan* (Jombang: LPPM Universitas KH A Wahab Hasbullah, 2021), hal 19.

lima kebutuhan manusia berdasarkan tingkat kepentingannya. Manusia berusaha memenuhi kebutuhan dari tingkat yang paling rendah yakni kebutuhan fisiologis kemudian akan naik tingkat setelah kebutuhan sebelumnya terpenuhi, begitu seterusnya hingga sampai kepada kebutuhan yang paling tinggi

**Gambar II.1**  
**Teori Hirarki Maslow**



Berdasarkan gambar di atas, dapat dijelaskan tingkatan kebutuhan sebagai berikut:<sup>22</sup>

- 1) Kebutuhan Fisiologis, merupakan kebutuhan dasar manusia yaitu kebutuhan tubuh manusia untuk mempertahankan hidup. Kebutuhan tersebut meliputi makanan, air, udara, rumah, pakaian dan lainnya.
- 2) Kebutuhan Rasa Aman, merupakan kebutuhan tingkat kedua setelah kebutuhan dasar. Ini merupakan kebutuhan perlindungan bagi fisik manusia. Manusia membutuhkan perlindungan dari

<sup>22</sup>Rasli, Bashir, and Abu-Hussin, "Congruency Between Maslow's Hierarchy of Needs Theory and the Principles of Maqasid Shari'Ah." *Jurnal Of Islamic Thought and Civilization*, Vol. 12, No. 2, 2022, hal. 82-88.

gangguan kriminalitas sehingga ia bisa hidup dengan aman dan nyaman.

- 3) **Kebutuhan Sosial**, merupakan kebutuhan berdasarkan rasa memiliki dan memiliki agar dapat diterima oleh orang-orang sekelilingnya atau tanpa didasari setiap konsumen mengambil keputusan setiap hari atau lingkungannya. Kebutuhan tersebut berdasarkan kepada perlunya manusia berhubungan satu dengan lainnya.
- 4) **Kebutuhan Ego**, merupakan kebutuhan untuk mencapai derajat yang lebih tinggi dari yang lainnya. Manusia berusaha mencapai prestos, reputasi dan status yang lebih baik. Manusia memiliki ego yang kuat untuk bisa mencapai prestasi yang lebih baik untuk dirinya maupun lebih baik dari orang lain.
- 5) **Kebutuhan Aktualisasi Diri**, merupakan kebutuhan yang berlandaskan atau keinginan dari seseorang individu untuk menjadikan dirinya sebagai seorang yang terbaik sesuai dengan potensi dan kemampuan yang dimiliki. Seorang individu perlu mengekspresikan dirinya dalam suatu aktivitas untuk membuktikan dirinya bahwa ia mampu melakukan hal tersebut.

Adapun hubungan antar variabel dalam penelitian ini jelaskan sebagai berikut:

#### 1. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian

Gaya hidup konsumen yang sudah lama ada menunjukkan bagaimana konsumen berpikir, hidup, bertindak, dan perilaku. Gaya hidup

umumnya ditentukan oleh latar belakang demografis konsumen individu, pengalaman, situasi atau tindakan saat ini, karakteristik sosial ekonomi, dan kecenderungan perilaku.<sup>23</sup> Gaya hidup dapat dimanfaatkan untuk menggeneralisasi kelompok konsumen multidimensi yang lebih realistis yang mewakili sub-sekmen untuk produk atau merek tertentu.

Gaya hidup sebagai jawaban atas motivasi dan aspirasi yang lebih dalam dibalik pembelian dan penggunaan produk.<sup>24</sup> Berdasarkan studi yang dilakukan Hayuningtrias, Rizqianti dan Sudrajat yang menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone*.<sup>25</sup> Artinya gaya hidup individu memiliki kontribusi dalam pengambilan keputusan konsumen.

## 2. Pengaruh Kebutuhan terhadap Keputusan Pembelian

Kebutuhan manusia bukan hanya semata-mata merupakan hal-hal yang dikehendaki untuk memenuhi tuntutan primer, seperti makan, pakaian, rumah dan tuntutan keamanan yang bertujuan sekedar untuk mempertahankan dan memelihara kelangsungan hidup saja. Pengertian kebutuhan tentu lebih luas daripada sekedar pemenuhan tuntutan primer manusia. Terdapat dua macam kebutuhan manusia yaitu kebutuhan yang disadari dan kebutuhan yang tidak disadari.<sup>26</sup>

---

<sup>23</sup>Zhou et al., "Wooden Door Preferences Based on Lifestyle Theory and Consumer Behaviour Theory." Vol. 18, No. 1, Januari 2023, hal. 17.

<sup>24</sup>Géci et al., "The Influence of Lifestyle on Consumer Behavior and Decision Making in Research Aimed at Protein Bars.", *Jurnal Akademik*, Vol. 14 No. 3, 2020, hal. 34

<sup>25</sup>Hayuningtrias, Rizqianti, and Sudrajat, "Pengaruh Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Android di Kalangan Mahasiswa UNSIKA." *Jurnal Ilmiah Manajemen Forkimma*, Vol. 5, No. 3, 2022, hal. 52.

<sup>26</sup>Muhammad Abu Wildan and Lailatus Sa'adah, *Pentingnya Motivasi untuk Meningkatkan Kinerja Karyawan* (Jombang: LPPM Universitas KH A Wahab Hasbullah, 2021), hal. 19.

Berdasarkan studi yang dilakukan Rajuddin dan Muthalib yang memperoleh hasil bahwa kebutuhan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone*.<sup>27</sup> Artinya dengan adanya kebutuhan, maka keputusan pembelian semakin meningkat. Konsumen akan melakukan pembelian suatu produk karena merasa membutuhkan.

## B. Kajian/Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dalam penelitian ini diperoleh dari jurnal baik nasional maupun internasional. Berikut tinjauan empiris dalam penelitian ini.

**Tabel II.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	Fadilla et al., (2023) <sup>28</sup>  At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad addary Padangsidempuan	“ <i>The Influence of Beauty Influencers, Lifestyle and Halal Label on the Purchase Decision of Somethinc Cushion Product</i> ”	Untuk menganalisis pengaruh <i>beauty influencer</i> , gaya hidup dan label halal terhadap pembelian <i>cushion</i> produk Somethinc	Sampel terdiri dari 110 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Syiah Kuala yang menggunakan produk <i>Cushion Somethinc</i> . Analisis data dilakukan dengan	<i>Beauty influencer</i> memiliki nilai t hitung 5,487 dengan signifikansi 0,000, <i>beauty influencer</i> dianggap berpengaruh terhadap keputusan pembelian; gaya hidup memiliki nilai t hitung 8,609 dengan

<sup>27</sup>Rajuddin and Muthalib, “Keputusan Pembelian Smartphone di Kota Kendari (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pascasarjana Universitas Halu Oleo)”, *Jurnal Ekonomi, Teknologi dan Entrepreneur*, Vol. 2, No. 2, 2023, hal. 76.

<sup>28</sup>Dina Fadilla et al., “The Influence Of Beauty Influencers, Lifestyle, and Halal Label On The Purchase Decision Of Somethinc Cushion Product,” *At-tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam* Vol. 9, No. 2, December 2023, hal. 192–204.

				analisis regresi linier berganda	signifikansi 0,000, gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian; label halal memiliki nilai signifikansi 5,824 dengan signifikansi 0,000, label halal dianggap berpengaruh pada keputusan pembelian cushion.
2	Karomah dan Maulida Nurhidayati (2023). <sup>29</sup>  JPSDA: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam.	Pengaruh Pengetahuan Produk, Kebutuhan dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Murabahah Mikro di BPRS Mitra Mentari Sejahtera Ponorogo.	Untuk menganalisis pengaruh Pengetahuan Produk, Kebutuhan dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Murabahah Mikro di BPRS Mitra Mentari	Menggunakan 75 responden dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda.	Nilai Signifikan sebesar 0,488 > 0,05 sehingga pengetahuan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Murabahah Mikro di BPRS Mitra Mentari Sejahtera

<sup>29</sup>Karomah, Lia Alfi, and Maulida Nurhidayati. "Pengaruh Pengetahuan Produk, Kebutuhan dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Murabahah Mikro di BPRS Mitra Mentari Sejahtera Ponorogo." *JPSDA: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, Vol.3, no. 2, 2023, hal. 161–174.

			Sejahtera Ponorogo.		Ponorogo. Nilai signifikan kebutuhan sebesar 0,724 > 0,05 sehingga kebutuhan tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Murabahah Mikro di BPRS Mitra Mentari Sejahtera Ponorogo. Nilai signifikan Promosi sebesar 0,000 < 0,05 sehingga variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Murabahah Mikro di BPRS Mitra Mentari Sejahtera Ponorogo.
3	Sriwahyu dan	“Pengaruh Gaya Hidup dan	Penelitian dilakukan bertujuan	Menggunakan 100 responden	Nilai koefisien gaya hidup sebesar 0,856

	<p>Telagawathi (2021)<sup>30</sup></p> <p>Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha, Universitas Pendidikan Ganesha</p>	<p>Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi di Kabupaten Buleleng”</p>	<p>untuk menganalisis pengaruh dari gaya hidup dan citra merek secara simultan dan secara parsial terhadap keputusan pembelian smartphone Xiaomi di Kabupaten Buleleng.</p>	<p>dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda.</p>	<p>yang berarti gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Nilai koefisien citra merek sebesar 0,232 yang berarti citra merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian juga menunjukkan gaya hidup dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 58,7%.</p>
4	<p>Swatama dan Warmika (2022)<sup>31</sup></p> <p>E-Jurnal Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana</p>	<p>“Peran Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone Yang Dimediasi Oleh Sikap (Studi Pada Konsumen</p>	<p>Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian, sikap terhadap keputusan</p>	<p>Penelitian menggunakan 190 responden dan dianalisis menggunakan analisis jalur.</p>	<p>Besarnya pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian adalah 0,432 dengan nilai signifikansi 0,000 sehingga gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan</p>

<sup>30</sup>Novia Sriwahyuni and Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, “Pengaruh Gaya Hidup dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi di Kabupaten Buleleng,” *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, Vol. 13, No. 1, 2021, hal. 25.

<sup>31</sup>I Gede Agung Adi Swatama and I Gde Kt Warmika, “Peran Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone yang Dimediasi oleh Sikap (Studi pada Konsumen Pengguna Iphone di Kabupaten Gianyar),” *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, Vol. 11, No. 6, 2022, hal.14.



		Pengguna Iphone di Kabupaten Gianyar)”	pembelian, dan peran sikap dalam memediasi pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian smartphone Iphone di Kota Gianyar.		terhadap keputusan pembelian. Besarnya pengaruh gaya hidup terhadap sikap adalah 0,620 dengan nilai signifikansi 0,000 sehingga gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap. Besarnya pengaruh sikap terhadap keputusan pembelian sebesar 0,541 dengan signifikansi 0,000 sehingga sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji sobel menunjukkan nilai tabulasi Z $3,556 > 1,96$ sehingga sikap memediasi hubungan antara gaya hidup terhadap keputusan pembelian.
5	Wajuddin dan	“Analisis Kebutuhan Dan Gaya	Tujuan penelitian dilakukan	Menggunakan 100 responden	Nilai <i>standardized</i> kebutuhan

	<p>Muthalib (2022)<sup>32</sup></p> <p>JIM: <i>Journal of International Management</i> Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sulawesi Tenggara</p>	<p>Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Di Kota Kendari (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pascasarjana Univesitas Halu Oleo)”</p>	<p>yaitu untuk mengetahui pengaruh baik parsial maupun simultan antara kebutuhan dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian <i>smartphone</i>.</p>	<p>dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda.</p>	<p>terhadap keputusan pembelian adalah 0,390 dengan nilai probabilitas 0,05 sehingga kebutuhan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Nilai <i>standardized</i> gaya hidup terhadap keputusan pembelian adalah 0,436 dengan nilai probabilitas 0,05 sehingga gaya hidup secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Nilai <i>R-Square</i> sebesar 0,551 menunjukkan besarnya kontribusi langsung kebutuhan dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian sebesar 55,1%.</p>
--	--	--	---	--	--

<sup>32</sup>Rajuddin and Muthalib, “Keputusan Pembelian Smartphone di Kota Kendari (Studi Kasus pada Mahasiswa Pascasarjana Univesitas Halu Oleo)”, *Jurnal Ekonomi, Teknologi dan Entrepreneur*, Vol. 2, No. 2, 2023, hal. 22.

6	Bari dan Hidayat (2022) <sup>33</sup>  MOTIVASI Jurnal Manajemen dan Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang	“Teori Hirarki Kebutuhan Maslow Terhadap Keputusan Pembelian Merek Gadget”	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor yang paling mempengaruhi bagi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian merek gadget berdasarkan variabel kebutuhan yang disesuaikan dengan teori hirarki kebutuhan milik Abraham Maslow.	Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan jumlah responden yang tinggal di Kota Palembang.	Sejumlah 38 responden atau 10% dari total responden memilih kebutuhan rasa aman sebagai faktor utama pengambilan keputusan; sejumlah 137 responden atau 40% dari responden memilih kebutuhan sosial sebagai alasan utama pengambilan keputusan; sejumlah 45 responden atau 13% memiliki alasan kebutuhan ego pada faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian; sejumlah 130 responden atau 37% memilih kebutuhan aktualisasi diri sebagai faktor yang mempengaruhi proses keputusan pembelian merek <i>gadget</i> .
---	--	--	---	--	--

<sup>33</sup>Andriansyah Bari and Randy Hidayat, “Teori Hirarki Kebutuhan Maslow Terhadap Keputusan Pembelian Merek Gadget,” *Jurnal Motivasi*, Vol. 7, No. 1, 2022, hal. 8–14.

7	Dermawan, Baktiono dan Arif (2021) <sup>34</sup>  IJIEEB: <i>International Journal of Integrated Education, Engineering and Business</i> , Narotama University	“ <i>Lifestyle, Brand Image, Product Attributes and How They Affect on Purchasing Decisions</i> ”	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, citra merek, dan atribut produk terhadap keputusan pembelian pada produk Smartphone Samsung di Surabaya Timur.	Sampelnya berjumlah 97 responden dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda.	Gaya hidup memiliki nilai t hitung 2,875 dengan signifikansi 0,005 dan atribut produk memiliki nilai t hitung 2,677 dengan signifikansi 0,009 sehingga secara parsial gaya hidup dan atribut produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan <i>brand image</i> memiliki nilai t hitung sebesar 0,368 dengan signifikansi 0,713 sehingga <i>brand image</i> tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
8	Kurniawan Moh. Zaki (2021). <sup>35</sup>  JIUTM:	Pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap	Untuk menganalisis pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan	Sampelnya berjumlah 40 responden dan dianalisis	Gaya hidup memiliki nilai t hitung 1,837 dengan signifikansi 0,05, harga memiliki nilai t

<sup>34</sup>Ego Dermawan, R Agus Baktiono, and Muchamad Arif, “Lifestyle , Brand Image , Product Attributes and How They Affect on Purchasing Decisions,” *IJIEEB (International Journal of Integrated Education, Engineering Business)* Vol. 4, No. 02, 2021, hal. 14.

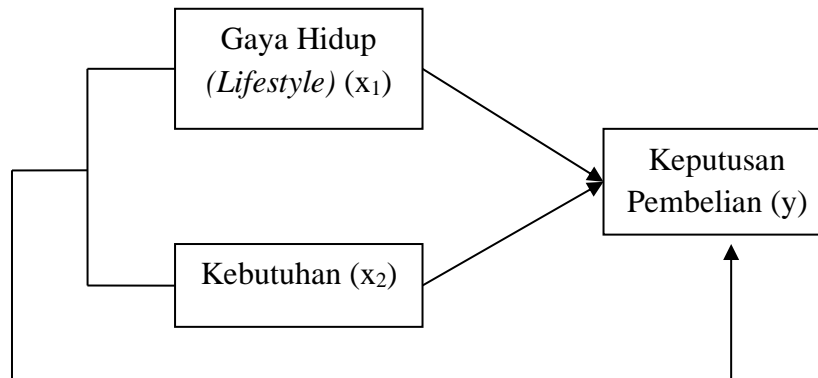
<sup>35</sup> Kurniawan, Moh Zaki. “Pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Wilayah Blitar.” *Jurnal Ilmiah Universitas Trunojoyo Madura*, Vol. 7, No. 2 (2021): 152–164.

	Jurnal Ilmiah Universitas Trunojoyo Madura. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura.	Keputusan Pembelian <i>Smartphon</i> r Samsung Wilayah Blitar.	Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphon</i> r Samsung Wilayah Blitar.	menggunakan regresi linier berganda.	hitung 0,538 dan kualitas produk memiliki t hitung 3,034 sedangkan t tabelnya sebesar 2,02619. Sehingga gaya hidup dan harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian <i>smartphone</i> Samsung di Blitar, sedangkan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian <i>smartphone</i> Samsung di Blitar.
--	---	--	---	--------------------------------------	---

### C. Kerangka Pikir

Secara sistematis kerangka berpikir dalam penelitian yang akan penulis teliti adalah sebagai berikut

**Gambar II.2**  
**Kerangka Pikir**



#### **D. Hipotesis**

Hipotesis yaitu dugaan sementara berkenaan dengan rumusan masalah yang menanyakan hubungan antar dua atau lebih variabel. Dari latar belakang, landasan teori yang dipaparkan diatas dan penelitian terdahulu, secara sistematis dapat diuraikan hipotesis sebagai berikut:

H1: Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smarthphone* Iphone pada mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidempuan.

H2: Kebutuhan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smarthphone* Iphone pada mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidempuan.

H3: Gaya hidup dan kebutuhan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smarthphone* Iphone pada mahasiswa UIN SYAHADA Pdangsidempuan.

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian berada di kampus UIN SYAHADA Padangsidempuan yang beralamat lengkap di Jalan T. Rizal Nurdin, Km. 4,5 Sihitang. Padangsidempuan. Kode Pos 22733. Adapun waktu penelitian ini dilakukan yaitu sejak diterbitkannya ijin penelitian sampai data diperoleh, yaitu Januari sampai Mei 2024.

##### **B. Jenis Penelitian**

Pendekatan kuantitatif digunakan untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menghasilkan temuan-temuan baru yang dapat diperoleh dengan menggunakan prosedur-prosedur secara statistik dari suatu pengukuran. Penelitian kuantitatif juga dianggap sebagai penelitian untuk menguji teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel yang biasanya diukur dengan instrument penelitian sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis menggunakan prosedur-prosedur statistik.<sup>1</sup> Adapun jenis penelitian adalah asosiatif kausal. Penelitian asosiatif kasual adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antar variabel penelitian.

---

<sup>1</sup>Mochammad Ronaldy Aji Saputra, Fitria Idham Chalid, and Heri Budianto, *Metode Ilmiah dan Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Kepustakaan (Bahan Ajar Madrasah Riset)* (Sidoarjo: Nizamia Learning Center, 2023), hal. 85.

## C. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan dari subjek atau objek yang akan menjadi target penelitian. Adapun Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa/i yang menggunakan ataupun yang pernah menggunakan *smartphone* Iphone di UIN SYAHADA Padangsidempuan. Populasi sasaran adalah populasi yang benar-benar dijadikan sumber data. Populasi sasaran dalam penelitian ini adalah mahasiswa/i yang menggunakan *smartphone* Iphone di UIN SYAHADA Padangsidempuan angkatan 2020 yang merupakan mahasiswa/i aktif di keseluruhan jurusan di UIN SYAHADA Padangsidempuan.

### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Adapun metode pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* yaitu cara menentukan sampel berdasarkan pertimbangan yang telah ditetapkan oleh peneliti. Teknik *purposive sampling* memilih sekelompok subyek berdasarkan karakteristik tertentu yang dinilai memiliki keterkaitan dengan ciri-ciri atau karakteristik dari populasi yang akan diteliti. Sehingga peneliti hanya perlu menghubungkan unit sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu. Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini yaitu:

- a. Mahasiswa aktif UIN SYAHADA Padangsidempuan angkatan 2020.



- b. Menggunakan atau pernah menggunakan *smartphone* iphone.

#### **D. Instrumen dan Pengumpulan Data**

Instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya :

Sumber data dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Angket (Kuesioner)

Metode angket merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis kemudian dikirim untuk diisi oleh para responden. Kuesioner adalah sekumpulan pernyataan-pernyataan tertentu secara tertulis untuk mendapatkan informasi dengan beberapa opsi jawaban. Penelitian kuesioner ini menggunakan kriteria jawaban dengan skala likert. Skala Likert merupakan teknik penskalaan untuk mengukur sikap, pendapat, atau persepsi seseorang tentang dirinya atau kelompoknya atau sekelompok orang yang berhubungan dengan suatu hal.<sup>2</sup>

Dalam penelitian ini skala likert menggunakan lima jawaban dalam bentuk angka atau nilai, di mana angka 1 digunakan sebagai nilai terendah dan angka 5 digunakan sebagai nilai tertinggi yang mencerminkan respons positif. Berikut adalah referensi utama untuk melihat skala likert yang digunakan dalam penelitian ini.

---

<sup>2</sup>Mochammad Ronaldy Aji Saputra, Fitria Idham Chalid, and Heri Budianto, *Metode Ilmiah dan Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Kepustakaan (Bahan Ajar Madrasah Riset)* (Sidoarjo: Nizamia Learning Center, 2023), hal. 85.

**Tabel III.1**  
**Skala Likert**

No	Jawaban	Skor
1	Sangat setuju	5
2	Setuju	4
3	Netral	3
4	Tidak setuju	2
5	Sangat tidak setuju	1

## 2. Wawancara

Wawancara adalah komunikasi dua arah untuk memperoleh informasi dari responden yang terkait. Dapat pula dikatakan bahwa wawancara merupakan percakapan tatap muka (face to face) antara pewawancara dengan narasumber, dimana pewawancara bertanya langsung tentang suatu obyek yang diteliti dan telah dirancang sebelumnya. Wawancara yang dipilih peneliti adalah wawancara semistruktur, yaitu jenis wawancara yang sudah termasuk dalam kategori in-depth interview, dimana wawancara semistruktur dilakukan dengan mengajukan pertanyaan secara bebas dibandingkan wawancara terstruktur namun masih tetap berada pada pedoman wawancara yang sudah dibuat.

## 3. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Observasi juga tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain. Melalui kegiatan observasi peneliti dapat belajar tentang perilaku dan makna dari perilaku tersebut.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari:

1. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui pihak lain. Adapun data sekunder dalam penelitian ini berupa buku dan jurnal terdahulu sebagai bahan referensi penelitian.

2. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari observasi dan kuesioner. Teknik Pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan dalam kegiatannya mengumpulkan data, agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan memudahkan peneliti.

## **E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen**

1. Uji validitas

Merupakan pengujian yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mengukur apa yang hendak terukur. Uji validitas dilakukan dengan dua analisis yakni korelasi Pearson dan *Corrected Item Total Correlation*. Teknik uji validitas item dengan korelasi Pearson yakni dengan cara mengorelasikan skor item dengan skor total item. Kemudian, pengujian signifikansi dilakukan dengan kriteria menggunakan r tabel pada tingkat signifikansi dengan uji dua sisi. Jika nilai positif dan r hitung  $>$  r tabel, maka item dapat dinyatakan valid. Jika r hitung  $<$  r tabel maka item dinyatakan tidak valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten. Prinsip reliabilitas yakni memiliki kesamaan bila dilakukan berulang-ulang dalam waktu yang berbeda. Dapat dinyatakan reliabel atau konsisten apabila mempunyai nilai *cronbach's alpha*  $> 0,6$ .<sup>3</sup>

## F. Teknik Analisis Data

### 1. Statistik Deskriptif

Statistik Deskriptif pada dasarnya merupakan proses transformasi data penelitian dalam bentuk yang lebih mudah dipahami dan diinterpretasikan. Tabulasi menyajikan ringkasan, pengaturan, penyusunan data dalam bentuk numerik dan grafik. Statistik Deskriptif umumnya digunakan oleh peneliti untuk memberikan informasi mengenai karakteristik variabel penelitian sekaligus mensupport variabel yang diteliti. Kegiatan yang berhubungan dengan statistik deskriptif seperti menghitung mean (rata-rata), median, modus, mencari standar deviasi dan melihat kemencengan distribusi data dan sebagainya.<sup>4</sup>

### 2. Uji Normalitas

Tujuan dilakukan uji normalitas terhadap serangkaian data adalah untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Pada penelitian ini, uji normalitas data menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov. Kriteria pengambilan keputusan dengan pendekatan Kolmogorov-

---

<sup>3</sup>Fajar Susilowati, *Pengujian Statistik Dengan SPSS* (Jakarta: Pustaka Rumah Cinta, 2020), hal. 36

<sup>4</sup> Molli Wahyuni, *Statistik Deskriptif untuk Penelitian Olah Data Manual dan SPSS Versi 25* (Yogyakarta: Bintang Pustaka Madani), hal. 1-2.

Smirnov yakni nilai Sig atau signifikansi atau nilai probabilitas  $< 0,05$  sehingga distribusi data dianggap normal.<sup>5</sup>

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Multikolinieritas

Uji asumsi multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui terjadi tidaknya penyimpangan antaran variabel independen dengan variabel dependen dalam model regresi dalam penelitian. Asumsi klasik multikolinieritas dalam penelitian mempunyai kriteria. Pertama, memiliki angka tolerance diatas atau lebih dari ( $>$ ) 0,1 tidak terjadi multikolinieritas dan memiliki nilai VIF di bawah atau kurang dari ( $<$ ) 10,00 maka tidak terjadi multikolinieritas.<sup>6</sup>

#### b. Uji Heteroskedastisitas

Dalam penelitian kuantitatif uji asumsi heteroskedastisitas bertujuan untuk adanya ketidak samaan varian dari residual pada semua pengamatan yang dilakukan terhadap model regresi tersebut. Dasar pengambilan keputusan ada dua. Pertama, dikatakan terjadi heteroskedastisitas apabila hasil regresi membentuk pola tertentu yang teratur seperti, melebar, bergelombang atau bahkan menyempit). Kedua, dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas jika pola dari hasil

---

<sup>5</sup>Ita Rahmawati, Lailatus Sa'adah, and M Nur Chabib, *Karakteristik Individu dan Lingkungan Kerja Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan* (Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, 2020), hal. 16.

<sup>6</sup>Ita Rahmawati, Lailatus Sa'adah, and M Nur Chabib, *Karakteristik Individu dan Lingkungan Kerja Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan* (Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, 2020), hal. 16.

uji regresi menyebar di atas atau di bawah sumbu angka 0 pada sumbu

Y. Uji ini dilakukan dengan metode glejser, dengan ketentuan:

- 1) Jika nilai sig > 0,05 maka data tidak terjadi Heteroskedastisitas
- 2) Jika nilai sig < 0,05 maka data terjadi Heteroskedastisitas.

#### 4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel predictor (variabel bebas) terhadap variabel terikat.<sup>7</sup> Adapun persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

$\beta_{1-2}$  = Koefisien regresi

$X_1$  = Gaya hidup

$X_2$  = Kebutuhan

#### 5. Uji Hipotesis

##### a. Uji Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat dan melihat signifikansi dari koefisien regresi suatu model. Uji parsial dalam penelitian ini

---

<sup>7</sup>Ita Rahmawati, Lailatus Sa'adah, and M Nur Chabib, *Karakteristik Individu dan Lingkungan Kerja Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan* (Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, 2020), hal. 16..

menggunakan nilai *level of significance* ( $\alpha$ ) 0,05, dimana ketentuan dalam uji t adalah: jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak sedangkan jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dan jika nilai Sig.  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima begitu juga sebaliknya.

Untuk  $t_{tabel}$  dicari pada  $\alpha = 10\% : 2 = 5\%$  (uji dua sisi) dengan derajat kebebasan  $(df)=n-k$ , dimana  $n$ =jumlah sampel dan  $k$ =jumlah variabel independen.

b. Uji Simultan (Uji f)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara keseluruhan berpengaruh terhadap variabel terikat. Uji simultan dalam penelitian ini menggunakan nilai *level of significance* ( $\alpha$ ) 0,05, dimana dapat dinyatakan berpengaruh simultan apabila nilai signifikansi dari  $F_{hitung} < 0,05$ .<sup>8</sup>

c. Uji Koefisien Determinasi Berganda

Koefisien determinasi merupakan besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel tidak bebas. Semakin tinggi koefisien determinasi, maka semakin tinggi kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel tidak bebas. Nilai koefisien determinasi berkisar antara nol sampai satu. Apabila angka koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka pengaruh variabel bebas

---

<sup>8</sup>Ady Setiawan, *Financial Engineering Pada BUMD Air Minum* (Sleman: Deepublish, 2022), hal. 68..

terhadap variabel tidak bebas semakin kuat, yang berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel tidak bebas. Sedangkan nilai koefisien determinasi yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dengan menjelaskan variasi variabel tidak bebas adalah terbatas.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup>Sri Wahyuni, *Kinerja Sharia Conformity and Profitability Index Dan Faktor Determinan* (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020), hal 79.



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum UIN SYAHADA Padangsidimpuan**

##### **1. Sejarah Singkat**

Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan atau (UIN Syahada Padangsidimpuan) adalah Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri (PTKIN) di Kota Padangsidimpuan, Sumatera Utara, Indonesia. UIN Syahada Padangsidimpuan yang sebelumnya bernama IAIN Padangsidimpuan didirikan berdasarkan pada Surat Keputusan Presiden Nomor 11 tahun 1997 tanggal 21 Maret 1997, serta Keputusan Menteri Agama R.I. Nomor: E/125/1997.

Perguruan tinggi ini merupakan pengembangan Fakultas Tarbiyah Universitas Nahdatul Ulama Sumatera Utara (UNUSU) Padang Sidempuan yang dinegerikan pada 1968 sebagai cabang IAIN Imam Bonjol Padang, Sumatera Barat. Setelah IAIN Sumatera Utara berdiri pada 19 November 1973, fakultas ini diubah menjadi Fakultas Tarbiyah pada perguruan yang sama. Tapi seiring dengan keluarnya ketentuan pemerintah No. 686 Tahun 1992 yang menetapkan bahwa kampus perguruan tinggi hanya berpusat pada satu lokasi dan melarang duplikasi fakultas dan jurusan sejenis pada sebuah perguruan tinggi, maka Fakultas Tarbiyah IAIN Sumatera Utara ini, berubah status menjadi STAIN pada 21 Mei 1997 lewat Keputusan Presiden No.11 Tahun 1997 tertanggal 21

Maret 1997 bertepatan dengan Tanggal 12 Dzulqaidah 1417 H bersamaan dengan 32 STAIN lainnya di seluruh Indonesia.

Alasan lain perubahan status ini, untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat Kabupaten Tapanuli Selatan memiliki perguruan tinggi Islam negeri sendiri. Sekolah tinggi ini diresmikan oleh Menteri Agama pada saat itu, Dr. H. Tarmizi Taher, tanggal 30 Juni 1997 bersama dengan 32 STAIN lainnya. Perguruan tinggi ini merupakan pengembangan lebih lanjut dari Fakultas Tarbiyah IAIN Imam Bonjol, yang kemudian dialih statuskan menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri.

Berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 52 Tahun 2013 tentang Perubahan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Padangsidimpuan Menjadi Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, pada hari Senin 6 Januari 2014, Menteri Agama RI Suryadharma Ali meresmikan STAIN Padangsidimpuan menjadi Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, sekaligus melantik Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL sebagai Rektor pertama. Peresmian dan Pelantikan ini dilaksanakan di auditorium IAIN Padangsidimpuan dan dihadiri oleh Dirjen Pendidikan Islam Prof. Nur Syam, Direktur Pendidikan Tinggi Islam Prof. Dede Rosyada, para bupati dan wali kota se-Tapanuli bahagian Selatan serta ribuan undangan lainnya.

IAIN Padangsidimpuan bertransformasi menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Ali Hasan Ahmad Addary (Syahada) berdasarkan

Peraturan Presiden Republik Indonesia No 87 Tahun 2022 tertanggal 8 Juni 2022. Rektor IAIN Padangsidimpuan pada masa peralihan iain menjadi uin adalah bapak Dr.Darwis Dasopang.

## **2. Fakultas dan Program Studi di UIN SYAHADA Padangsidimpuan**

Pada tahun 2023 UIN Syuhada Padangsidimpuan memiliki empat fakultas dan satu Program Pascasarjana, yaitu:

- a. Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan (dikenal dengan sebutan FTIK)  
dengan jurusan/ program studi:
  - 1) Pendidikan Agama Islam
  - 2) Pendidikan Bahasa Arab
  - 3) Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah
  - 4) Tadris Matematika
  - 5) Pendidikan Anak Usia Dini
  - 6) Tadris Bahasa Inggris
  - 7) Tadris Fisika
  - 8) Tadris Kimia
  - 9) Tadris Biologi
  - 10) Tadris Bahasa Indonesia
  - 11) PPG
- b. Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum (dikenal dengan sebutan FASIH)  
dengan jurusan/ program studi:
  - 1) Hukum Keluarga Islam (Ahwal Al-Syakhshiyah)
  - 2) Hukum Ekonomi Syariah

- 3) Hukum Tata Negara
  - 4) Hukum Pidana Islam
  - 5) Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir
- c. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (dikenal dengan sebutan FEBI)  
dengan jurusan/ program studi:
- 1) Perbankan Syariah
  - 2) Ekonomi Syariah
  - 3) Manajemen Keuangan Syariah
  - 4) Manajemen Bisnis Syariah
  - 5) Akuntansi Syariah
- d. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi (dikenal dengan sebutan FDIK) dengan jurusan/ program studi:
- 1) Komunikasi Penyiaran Islam
  - 2) Bimbingan Konseling Islam
  - 3) Manajemen Dakwah
  - 4) Pengembangan Masyarakat Islam
- e. Program Pascasarjana (S2) dengan program studi:
- 1) Pendidikan Agama Islam (S2)
  - 2) Ekonomi Syariah (S2)
  - 3) Hukum Keluarga Islam (S2)
  - 4) Komunikasi dan Penyiaran Islam (S2)
  - 5) Tadris Matematika (S2)

### **3. Kemahasiswaan**

Terdapat 12 Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) di UIN Syahada Padangsidimpuan, UKM di UIN Syahada Padangsidimpuan yang terbesar sebagai berikut:

- a. Wadah Kreativitas Seni dan Budaya (WKSB) bergerak di bidang kreativitas, seni serta Budaya didirikan 18 September 2007.
- b. Lembaga Amal Sosial Mahasiswa (LASMA) bergerak dibidang amal didirikan September 2007.
- c. UKM Hadits (Himpunan Dakwah Mahasiswa dan Motivasi Islam) didirikan pada tahun 2016.

Selain itu masih banyak lagi UKM yang bergerak dibidang, silat, olahraga, dan kesehatan.

### **4. Fasilitas dari Kampus**

Selain fasilitas kampus yang kian dibenahi, fasilitas kegiatan ekstra mahasiswa juga lengkap termasuk Radio Komunitas (Proxy FM 107.7), Keyboard Qasidah, Gambus, Band, Atraksi, Lap. Volly, Basket, Futsal, Lab Dua Bahasa, Lab Komputer, Asrama Putri, Auditorium STAIN Padangsidimpuan kapasitas 1500 orang. Serta tersedianya wifi gratis radius 500 m dalam kampus.

### **B. Deskripsi Data Penelitian**

Deskripsi data merupakan upaya untuk menampilkan data agar data dapat ditunjukkan secara baik dan mudah. Dalam deskripsi data penyusunan terhadap data meliputi bentuk tampilan yang mudah untuk dibaca serta lengkap. Data

untuk penelitian ini terdapat dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Data dari variabel bebas yaitu data gaya hidup (*lifestyle*) dan kebutuhan. Sedangkan untuk data variabel terikat adalah data keputusan pembelian.

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer yang didapatkan dari hasil pembagian kuesioner dari google form. Data yang diperoleh adalah sebanyak 67 responden. Pengujian dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS Versi 26. Berdasarkan hasil pengujian data kuesioner karakteristik responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini yaitu mahasiswa aktif UIN SYAHADA Padangsidempuan yang menggunakan ataupun pernah menggunakan *smartphone* iPhone.

### C. Analisis Data

Untuk menguji data penelitian maka peneliti menggunakan program SPSS Versi 26 sebagai berikut:

#### 1. Statistik Deskriptif

Statistik Deskriptif merupakan metode-metode yang berkaitan dengan pengumpulan dan penyajian suatu data sehingga memberikan informasi yang berguna. Statistik Deskriptif berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi.

**Tabel IV.1**  
**Hasil Uji Statistik Deskriptif**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
GH	67	16,00	30,00	25,0149	3,35520
K	67	12,00	25,00	20,1045	2,91357
KP	67	18,00	35,00	27,2836	3,54113

Valid N (listwise)	67				
-----------------------	----	--	--	--	--

Berdasarkan hasil uji Deskriptif diatas, dapat kita gambarkan distribusi data yang di dapat oleh peneliti adalah :

- a. Variabel Gaya Hidup ( $X_1$ ) dari data tersebut bisa di deskripsikan bahwa nilai minimum 16 sedangkan nilai maksimum sebesar 30, rata-rata Gaya Hidup sebesar 25,0149 dan standar deviasi data Gaya Hidup adalah sebesar 3,35520.
- b. Variabel Kebutuhan ( $X_2$ ) dari data tersebut bisa di deskripsikan bahwa nilai minimum 12 sedangkan nilai maksimum sebesar 25, rata-rata Kebutuhan sebesar 20,1045 dan standar deviasi data Kebutuhan adalah sebesar 2,91357.
- c. Variabel Kebutuhan ( $Y$ ) dari data tersebut bisa di deskripsikan bahwa nilai minimum 18 sedangkan nilai maksimum sebesar 35, rata-rata Kebutuhan sebesar 27,2836 dan standar deviasi data Kebutuhan adalah sebesar 3,54113.

## 2. Uji Validitas dan Reliabilitas

### a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah angket yang digunakan valid atau tidak. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan nilai  $r_{tabel}$ . Dimana  $r_{tabel}$  dicari pada signifikansi 5% atau 0,05 dengan derajat kebebasan  $(df)=n-k$ , dimana  $n$ =jumlah sampel, jadi  $df=67-3=64$ , maka diperoleh  $r_{tabel}$  sebesar 0,2042. Sedangkan  $r_{hitung}$  dapat dilihat pada hasil Corrected Item-Total Correlation. Jika  $r_{hitung}$

lebih besar dari  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} > r_{tabel}$ ) dan nilai  $r$  positif maka butir pernyataan tersebut dikatakan valid.

**Tabel IV.2**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup (*Lifestyle*)**

Item Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Gaya Hidup 1	0,720	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Dengan $df = 64$ , pada taraf signifikansi 5%, maka nilai $r_{tabel} = 0,2042$	Valid
Gaya Hidup 2	0,612		Valid
Gaya Hidup 3	0,559		Valid
Gaya Hidup 4	0,831		Valid
Gaya Hidup 5	0,632		Valid
Gaya Hidup 6	0,705		Valid

Sumber : hasil output spss versi 26 (data diolah)

Pada tabel IV.1 di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-6 untuk variabel Gaya Hidup (*lifestyle*) adalah valid. Berdasarkan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dimana  $r_{tabel}$  adalah 0,2042. Sedangkan  $r_{hitung}$  dapat dilihat pada hasil Corrected Item-Total Correlation dan nilai  $r$  positif.

**Tabel IV.3**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Kebutuhan**

Item Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Kebutuhan 1	0,715	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Dengan $df = 64$ , pada taraf signifikansi 5%, maka nilai $r_{tabel} = 0.2042$	Valid
Kebutuhan 2	0,743		Valid
Kebutuhan 3	0,786		Valid
Kebutuhan 4	0,762		Valid
Kebutuhan 5	0,630		Valid

Sumber : hasil output spss versi 26 (data diolah)

Pada tabel IV.3 di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-5 untuk variabel Kebutuhan adalah valid. Berdasarkan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dimana  $r_{tabel}$  adalah 0.2042. Sedangkan  $r_{hitung}$  dapat dilihat pada hasil Corrected Item-Total Correlation dan nilai  $r$  positif.



**Tabel IV.4**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian**

<b>Item Pernyataan</b>	<b>r<sub>hitung</sub></b>	<b>r<sub>tabel</sub></b>	<b>Keterangan</b>
Keputusan Pembelian 1	0,781	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Dengan $df = 64$ , pada taraf signifikansi 5%, maka nilai $r_{tabel} =$ 0.2042	Valid
Keputusan Pembelian 2	0,473		Valid
Keputusan Pembelian 3	0,674		Valid
Keputusan Pembelian 4	0,767		Valid
Keputusan Pembelian 5	0,775		Valid
Keputusan Pembelian 6	0,671		Valid
Keputusan Pembelian 7	0,621		Valid

Sumber : hasil output spss versi 26 (data diolah)

Pada tabel IV.4 di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-7 untuk variabel keputusan pembelian adalah valid. Berdasarkan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dimana  $r_{tabel}$  adalah 0.2042. Sedangkan  $r_{hitung}$  dapat dilihat pada hasil Corrected Item-Total Correlation dan nilai r positif.

#### **b. Uji Reliabilitas**

Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha*  $> 0,600$ . Uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel IV.5**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

<b>Variabel</b>	<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items
Gaya Hidup ( <i>Lifestyle</i> )	0,786	6
Kebutuhan	0,740	5
Keputusan Pembelian	0,808	7

Sumber : hasil output spss versi 26 (data diolah)

Dari hasil tabel IV.5 di atas menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* untuk variabel gaya hidup (*lifestyle*) adalah  $0,786 > 0,600$  sehingga dapat disimpulkan bahwa angket variabel gaya hidup (*lifestyle*) ( $X_1$ ) adalah reliabel. Selanjutnya, *Cronbach's Alpha* untuk

variabel kebutuhan adalah  $0,740 > 0,600$  sehingga dapat disimpulkan bahwa angket variabel kebutuhan ( $X_2$ ) adalah reliabel. *Cronbach's Alpha* untuk variabel keputusan pembelian adalah  $0,808 > 0,600$  sehingga dapat disimpulkan bahwa angket variabel keputusan pembelian (Y) adalah reliabel.

### 3. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas mempunyai distribusi normal atau tidak. Untuk melakukan uji normalitas dapat dilakukan dengan pengujian SPSS 26 dengan menggunakan *Kolmogorov Smirnov (KS)* pada taraf signifikansi 0,05. Dengan ketentuan:

- 1) Jika nilai *Asym sig 2 tailed*  $> 0,05$  maka data terdistribusi dengan normal.
- 2) Jika nilai *Asym sig 2 tailed*  $< 0,05$  maka data tidak terdistribusi dengan normal.

Hasil perhitungan Uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel IV.6**  
**Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		67
	Mean	.0000000

Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Std. Deviation	2.22171648
Most Extreme Differences	Absolute	.099
	Positive	.065
	Negative	-.099
Test Statistic		.099
Asymp. Sig. (2-tailed)		.174 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Hasil output SPSS versi 26 (data diolah)

Berdasarkan tabel IV.6 di atas terlihat Sig. (2-tailed) adalah 0,174 dan lebih besar dari 0,05 ( $0,174 > 0,05$ ). Jadi dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov Test*.

#### 4. Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Multikolinieritas

Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinieritas adalah jika nilai Tolerance lebih besar dari 0,1 (nilai Tolerance  $> 0,1$ ) dan jika nilai VIF lebih kecil dari 10 (nilai VIF  $< 10$ ). Hasil uji multikolinieritas penelitian ini sebagai berikut:

**Tabel IV.7**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Coefficients <sup>a</sup>	
Model	Collinearity Statistics

		Tolerance	VIF
1	GH	,518	1,930
	K	,518	1,930
a. Dependent Variable: KP			

Sumber: Hasil output SPSS versi 26 (data diolah)

Berdasarkan tabel IV.7 dapat diketahui nilai Tolerance dari variabel gaya hidup adalah  $0,518 > 0,1$ , variabel kebutuhan adalah  $0,518 > 0,1$ . Jadi, dapat disimpulkan nilai Tolerance dari kedua variabel di atas lebih besar dari 0,1 (nilai Tolerance  $> 0,1$ ) sehingga bebas dari multikolinearitas. Selanjutnya berdasarkan nilai VIF dari variabel gaya hidup adalah  $1,930 < 10$ , variabel kebutuhan adalah  $1,930 < 10$ . Jadi, dapat disimpulkan nilai VIF dari kedua variabel di atas lebih kecil dari 10 (nilai VIF  $< 10$ ) sehingga bebas dari multikolinearitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui variabel pengganggu dalam persamaan regresi mempunyai varian yang sama atau tidak. Uji ini dilakukan dengan metode glejser, dengan ketentuan:

- 3) Jika nilai sig  $> 0,05$  maka data tidak terjadi Heteroskedastisitas
- 4) Jika nilai sig  $< 0,05$  maka data terjadi Heteroskedastisitas.

Uji Heteroskedastisitas menggunakan metode uji Glejser data yang diperoleh sebagai berikut:

**Tabel IV.8**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,054	1,292		1,590	,117
	gaya hidup	-,026	,058	-,066	-,382	,704
	Kebutuhan	-,019	,078	,041	,239	,812

a. Dependent Variable: abs

Sumber: Hasil output SPSS versi 26 (data diolah)

Berdasarkan tabel IV.8 di atas dapat dijelaskan bahwa dalam penentuan ada tidaknya terjadi heteroskedastisitas dihitung dengan membandingkan antara nilai signifikan dengan taraf signifikan yaitu diperoleh nilai signifikan gaya hidup sebesar  $0,704 > 0,05$  dan nilai signifikan kebutuhan sebesar  $0,812 > 0,05$  Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model penelitian ini.

## 5. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh gaya hidup (*lifestyle*) ( $X_1$ ) dan kebutuhan ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian *smartphone* iPhone di Kalangan Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Ad-Dary Padangsidimpuan. Hasilnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel IV.9**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>			
Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	7,963	2,192
	gaya hidup	,034	,115
	Kebutuhan	,919	,132

Sumber: Hasil output SPSS versi 26 (data diolah)

Berdasarkan tabel IV.10 di atas dapat dilihat pada kolom *Unstandardized Coefficients* bagian kolom B, maka persamaan analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots$$

$$= 7,963 + 0,034X_1 + 0,919X_2$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

$\beta_{1-2}$  = Koefisien regresi

$X_1$  = Gaya hidup

$X_2$  = Kebutuhan

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 7,963, artinya apabila variabel gaya hidup dan kebutuhan, dianggap konstan atau 0 maka Keputusan Pembelian bernilai 7,963.
- b. Koefisien regresi variabel gaya hidup bernilai positif (+) sebesar 0,034, artinya apabila tingkat nilai gaya hidup meningkat 1 satuan

maka Keputusan Pembelian juga akan meningkat begitu juga sebaliknya.

- c. Koefisien regresi variabel kebutuhan bernilai positif (+) sebesar 0,919, artinya apabila tingkat nilai kebutuhan meningkat 1 satuan maka Keputusan Pembelian juga akan meningkat sebesar 0,919. Begitu juga sebaliknya.

## 6. Uji Koefisien Determinasi Berganda( $R^2$ )

**Tabel IV.10**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi Berganda( $R^2$ )**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,779 <sup>a</sup>	,606	,594	2,25616
a. Predictors: (Constant), kebutuhan, gaya hidup				

Sumber: Hasil output SPSS versi 27 (data diolah)

Dari tabel IV.10 di atas dapat diketahui bahwa nilai  $R^2$  (Adjusted R Square) sebesar 0,594. Menunjukkan bahwa 59,4% variabel gaya hidup dan kebutuhan mempengaruhi Keputusan Pembelian smartphone iPhone di Kalangan Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Ad-Dary Padangsidempuan. Sedangkan 40,6% sisanya dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

## 7. Uji Hipotesis

- a. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan

variasi variabel terikat. Ketentuan dalam uji t adalah: jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak sedangkan jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dan jika nilai Sig.  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Untuk  $t_{tabel}$  dicari pada  $\alpha = 10\% : 2 = 5\%$  (uji dua sisi) dengan derajat kebebasan (df)=n-k, dimana n=jumlah sampel dan k=jumlah variabel independen, jadi df=67-3=64. Dengan pengujian dua sisi (signifikansi=0,05), maka diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 1,669.

Di dapatkan hasil sebagai berikut:

**Tabel IV.11**  
**Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.963	2.192		3.632	.001
	GH	.034	.115	.032	.294	.770
	K	.919	.132	.756	6.940	.000

a. Dependent Variable: KP

Sumber: Hasil output SPSS versi 26 (data diolah)

Berdasarkan tabel IV.11 hasil uji signifikansi parsial (uji t) diatas dapat dilihat bahwa pada variabel gaya hidup memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 0,294,  $t_{tabel}$  sebesar 1,669. Sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  (0,294  $<$  1,669). Selanjutnya, berdasarkan nilai sig. variabel gaya hidup



memiliki nilai sig. 0,770 sehingga nilai sig.  $> 0,05$ ) maka  $H_{a1}$  tidak diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pada variabel kebutuhan memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 6,940  $t_{tabel}$  sebesar 1,669. Sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $6,940 > 1,669$ ). Selanjutnya, berdasarkan nilai sig. variabel kebutuhan memiliki nilai sig. 0,000 sehingga nilai sig.  $< 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ) maka  $H_{a2}$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial kebutuhan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji f)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Ketentuan dalam uji F adalah: jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak sedangkan jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dan jika nilai Sig.  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

**Tabel IV.12**  
**Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji f)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	501,834	2	250,917	49,293	.000 <sup>b</sup>
	Residual	325,778	64	5,090		
	Total	827,612	66			
a. Dependent Variable: kp						
b. Predictors: (Constant), kebutuhan, gaya hidup						

Sumber: Hasil output SPSS versi 26 (data diolah)

Dari hasil tabel IV.12 di atas uji Signifikansi di atas dapat bahwa nilai  $F_{hitung}$  adalah 49,293, sedangkan  $F_{tabel}$  untuk signifikansi  $\alpha = 0,05$  dengan  $df_1$  (jumlah variabel - 1) = 2 dan  $df_2 = (n-k)$  atau  $67-3 = 64$  ( $n$  adalah jumlah data dan  $k$  adalah jumlah variabel), hasil yang diperoleh untuk  $F_{tabel}$  sebesar 3,140. Karena  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $49,293 > 3,140$ ) maka  $H_3$  diterima. Selanjutnya, untuk nilai sig. sebesar 0,000 sehingga nilai sig.  $< 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ) maka  $H_3$  diterima Jadi dapat disimpulkan bahwa gaya hidup dan kebutuhan secara bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan pembelian *smartphone* iPhone di kalangan mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Ad-Dary Padangsidimpuan.

#### D. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul pengaruh gaya hidup (*lifestyle*) dan kebutuhan terhadap keputusan pembelian *smartphone* iPhone di kalangan mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Ad-Dary Padangsidimpuan. Dari hasil analisis data yang dilakukan pada penelitian ini dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 26 diketahui bahwa:

1. Pengaruh gaya hidup (*lifestyle*) ( $x_1$ ) Terhadap Keputusan Pembelian( $y$ )  
Berdasarkan hasil uji signifikansi parsial (uji t) diatas dapat dilihat bahwa pada variabel gaya hidup (*lifestyle*) ( $x_1$ ) memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 0,294,  $t_{tabel}$  sebesar 1,669. Sehingga  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $0,294 < 1,669$ ). Artinya gaya hidup ( $x_1$ ) tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian *smartphone* iPhone di kalangan mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad

Addary Padangsidimpuan. Selanjutnya, berdasarkan nilai sig. variabel gaya hidup (*lifestyle*) ( $x_1$ ) memiliki nilai sig. 0,770 sehingga nilai sig. > 0,05 maka  $H_{a1}$  tidak diterima dan  $H_{o1}$  diterima. Hasil analisis sebagian besar responden menunjukkan bahwa responden membeli *smartphone* Iphone di kalangan Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan karena banyak yang menggunakannya. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen yang membeli *smartphone* Iphone adalah konsumen yang memang sadar dan merasa memiliki kebutuhan untuk menggunakan *smartphone* ini, jadi tidak hanya sekedar mengikuti trend atau gaya semata. Bagi konsumen, gaya hidup melukiskan keseluruhan pribadi yang berinteraksi dengan lingkungannya, namun kebutuhan akan sebuah produk tidak selalu karena tuntutan gaya hidup. Gaya hidup mencerminkan sesuatu yang lebih dari kelas sosial di satu pihak dan kepribadian di pihak lain. Gaya hidup seseorang adalah pola hidup seseorang dalam dunia kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam kegiatan. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan Moh. Zaki (2021) yaitu hasil penelitiannya menunjukkan gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun berbeda dengan hasil penelitian Sriwahyu dan Telagawathi (2021), dan Swatama dan Warmika (2022), bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian bisa saja berbeda karena setiap objek penelitian yang berbeda dan sampel maupun populasinya pasti berbeda.

2. Pengaruh kebutuhan Terhadap Keputusan Pembelian Berdasarkan hasil uji signifikansi parsial (uji t) diatas dapat dilihat bahwa pada variabel kebutuhan memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 6,940  $t_{tabel}$  sebesar 1,669. Sehingga  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $6,940 > 1,669$ ). Artinya ada pengaruh kebutuhan secara parsial terhadap keputusan pembelian *smartphone* iPhone di kalangan mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Selanjutnya, berdasarkan nilai sig. variabel kebutuhan memiliki nilai sig. 0,000 sehingga nilai sig.  $< 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ). maka  $H_{a2}$  diterima. Maka hal ini menyatakan variabel kebutuhan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian *smartphone* iPhone di kalangan mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Kebutuhan yang positif berdampak baik pada keputusan pembelian. Jika iPhone memiliki citra yang baik, mahasiswa lebih mungkin memilih untuk membeli produk yang ditawarkan. Mahasiswa cenderung mencari merek yang memiliki reputasi positif dalam hal integritas, kualitas, dan komitmen terhadap nilai-nilai Islam. Citra merek yang baik dapat memengaruhi preferensi mereka terhadap merek atau produk tertentu.

Adanya perubahan peningkatan kebutuhan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan keputusan pembelian *smartphone*. Perubahan peningkatan kebutuhan yang dideskripsikan melalui indikator yang dicantumkan memiliki kontribusi positif dan signifikan terhadap peningkatan keputusan pembelian *smartphone* yang dicerminkan melalui prioritas pembelian produk tertentu, pencarian informasi, mengevaluasi

produk, dan merekomendasikan kepada orang lain setelah melakukan pembelian. Dengan demikian temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kebutuhan yang tinggi memiliki kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan keputusan pembelian *smartphone* di Kota Kendari.

Hasil penelitian diketahui bahwa kebutuhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone*. Pengukuran variabel kebutuhan menurut persepsi responden bahwa indikator kebutuhan sosial didahulukan dalam pelaksanaannya, sementara keputusan pembelian *smartphone* indikator prioritas pembelian produk tertentu merupakan faktor utama dalam pelaksanaannya. Hasil penelitian ini dapat diartikan bahwa kesesuaian kebutuhan sosial *smartphone* untuk memudahkan berkomunikasi dengan masyarakat luas memiliki kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan keputusan pembelian produk *smartphone* tertentu yang dapat membantu dalam mengerjakan suatu pekerjaan.

### 3. Pengaruh Gaya Hidup (*Lifestyle*) Dan Kebutuhan Terhadap Keputusan Pembelian

Secara simultan variabel gaya hidup dan kebutuhan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* iPhone dengan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $49,293 > 3,140$ ) maka H3 diterima. Selanjutnya, untuk nilai sig. sebesar 0,000 sehingga nilai sig.  $< 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ) maka H3 diterima, Jadi dapat disimpulkan bahwa gaya hidup dan kebutuhan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan

pembelian *smartphone* iPhone di kalangan mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Jadi kesimpulannya gaya hidup dan kebutuhan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian. Gaya hidup dan kebutuhan memiliki peran yang krusial dalam pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian terdahulu yaitu penelitian Wajuddin dan Muthalib yang berjudul “Analisis Kebutuhan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Di Kota Kendari (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pascasarjana Univesitas Halu Oleo)” menunjukkan bahwa gaya hidup dan kebutuhan sangat berpengaruh pada keputusan pembelian *smartphone* studi kasus pada mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidimpuan. Adanya perbedaan antara hasil survei awal dan hasil penelitian kemungkinan karena survei awal hanya melibatkan sampel yang lebih kecil, yang dapat menyebabkan hasil yang lebih bervariasi. Dalam penelitian, ukuran sampel yang lebih besar dapat menghasilkan hasil yang lebih representatif dan dapat dipercaya. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa 59,4% variabel Gaya Hidup (*Lifestyle*) dan Kebutuhan mempengaruhi Keputusan pembelian *Smartphone* iPhone di Kalangan Mahasiswa Fakultas UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Ad-Dary Padangsidimpuan. Sedangkan 40,6% sisanya dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini,

## **E. Keterbatasan Penelitian**

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah yang disusun sedemikian rupa agar hasil yang diperoleh sebaik mungkin. Namun dalam prosesnya, untuk mendapatkan hasil yang sempurna sangatlah sulit, sebab dalam pelaksanaannya penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan.

Di antara keterbatasan yang dihadapi peneliti selama melaksanakan penelitian dan penyusunan skripsi ini, yaitu:

1. Keterbatasan ilmu pengetahuan dan wawasan peneliti masih kurang.
2. Keterbatasan waktu, tenaga, serta dana peneliti yang tidak mencukupi untuk penelitian lebih lanjut.
3. Dalam menyebarkan angket peneliti tidak mengetahui kejujuran para responden dalam menjawab semua pertanyaan yang diberikan sehingga mempengaruhi validitas data yang diperoleh.
4. Peneliti juga tidak mampu mengontrol semua responden dalam menjawab angket yang saya berikan, apakah responden memang menjawab sendiri atau hanya asal menjawab.

Walaupun demikian, peneliti berusaha sekuat tenaga agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna penelitian ini. Akhirnya segala upaya, kerja keras, dan bantuan semua pihak skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah di paparkan, dapat diketahui bahwa baik secara parsial maupun secara simultan gaya hidup dan kebutuhan berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone* iPhone di kalangan mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Berikut ini merupakan simpulan dari penelitian yang telah dilakukan dapat dirinci sebagai berikut.

1. Gaya hidup ( $x_1$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* iPhone di kalangan mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Hal ini menunjukkan bahwa setiap keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen tidak hanya untuk memenuhi gaya hidupnya saja. Ada beberapa faktor lain yang membuat konsumen mengambil suatu keputusan untuk membeli suatu barang diluar hanya untuk memenuhi gaya hidup saja.
2. Kebutuhan ( $x_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* iPhone di kalangan mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Hal ini berarti bahwa apabila kebutuhan *smartphone* iPhone semakin positif maka akan terjadi peningkatan keputusan pembelian.
3. Gaya hidup dan kebutuhan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* iPhone di kalangan mahasiswa UIN SYAHADA



Padangsidempuan.. Hal ini berarti bahwa apabila gaya hidup dan kebutuhan secara bersama-sama mengalami peningkatan atau penurunan akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

## **B. Implikasi Hasil Penelitian**

Penelitian ini dilakukan untuk mencari hubungan antara variabel X1 yaitu gaya hidup dan X2 yaitu kebutuhan dengan variabel Y yaitu keputusan pembelian. Berdasarkan kajian teoritis, hasil penelitian, dan kesimpulan yang telah dilakukan maka implikasi terhadap hasil penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan betapa pentingnya kombinasi dari gaya hidup dan kebutuhan dalam memengaruhi keputusan pembelian *smartphone* iPhone di kalangan mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan akan lebih cenderung memilih *smartphone* iPhone jika mereka merasa nyaman dengan merek tersebut, memiliki persepsi positif tentang kualitas dan desain produk, serta merasa bahwa merek ini mencerminkan nilai-nilai dan gaya hidup mereka. Dapat dilihat bahwa semakin baik nilai gaya hidup dan kebutuhan maka semakin tinggi pula tingkatan keputusan pembelian *smartphone* iPhone yang dilakukan Mahasiswa pengguna *smartphone* ini di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Begitu pula sebaliknya semakin kecil gaya hidup dan kebutuhan maka semakin kecil pula tingkatan keputusan pembelian *smartphone* iPhone yang dilakukan Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Dengan demikian, gaya hidup dan kebutuhan

memengaruhi keputusan pembelian produk Rabbani di kalangan mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

### C. Saran

1. Bagi perusahaan, perusahaan diharapkan lebih memperhatikan gaya hidup masyarakat masa kini maupun masa mendatang melalui riset pasar sebelum melakukan peluncuran produk baru agar produk tersebut sesuai dengan gaya hidup masyarakat. Selain itu, perusahaan diharapkan untuk meningkatkan kualitas produk dan variasi layanan untuk memperkuat rasa membutuhkan masyarakat terhadap *smartphone* iPhone pada masyarakat. Dengan terpenuhinya gaya hidup dan di dukung dengan terpenuhinya kebutuhan, akan merangsang konsumen untuk melakukan pembelian *smartphone* iPhone ini.
2. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini hanya menggunakan variabel gaya hidup dan kebutuhan untuk mengetahui pengaruhnya terhadap variabel keputusan pembelian, juga tidak mengkaji hubungan antar variabel bebasnya, serta lokasi penelitian yang terbatas pada mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidempuan. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian serupa tentang keputusan pembelian diharapkan untuk menggunakan variabel lain seperti variabel keinginan, atribut produk, kualitas produk, citra merek, promosi, kelompok referensi, dan variabel lainnya. Diharapkan pula untuk melakukan pengkajian secara mendalam mengenai hubungan dari gaya hidup dan kebutuhan sehingga dapat melakukan penelitian dengan metode analisis yang berbeda, serta

memilih lokasi penelitian yang berbeda dengan penelitian ini untuk memperoleh data yang lebih bervariasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akkaya, Murat. "Understanding the Impacts of Lifestyle Segmentation & Perceived Value on Brand Purchase Intention: An Empirical Study in Different Product Categories." *European Research on Management and Business Economics* 27, no. 3 (2021): 1–11.
- Bari, Andriansyah, and Randy Hidayat. "Teori Hirarki Kebutuhan Maslow Terhadap Keputusan Pembelian Merek Gadget." *Motivasi* 7, no. 1 (2022): 8–14.
- Betrix. *Buku Ajar Sosiologi Ekonomi*. Jambi: PT Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.
- Crisafulli, Benedetta, La Toya Quamina, and Jaywant Singh. "Competence Is Power: How Digital Influencers Impact Buying Decisions in B2B Markets." *Industrial Marketing Management* 104 (2022).
- Dermawan, Ego, R Agus Baktiono, and Muchamad Arif. "Lifestyle , Brand Image , Product Attributes and How They Affect on Purchasing Decisions." *IJIEEB (International Journal of Integrated Education, Engineering Business)* 04, no. 02 (2021).
- Exstrada, Wahyu. "Gaya Hidup Dengan Keputusan Pembelian iPhone Pada Mahasiswa." *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi* 8, no. 4 (2020): 729–737.
- Fadilla, Dina, Novi Indriyani Sitepu, Nurma Sari, Eka Nurlina, and Sarah Syukri. "The Influence Of Beauty Influencers, Lifestyle, And Halal Label On The Purchase Decision Of Somethinc Cushion Product." *At-tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam* 9, no. 2 (December 7, 2023): 192–204. <https://jurnal.iain-padangsidempuan.ac.id/index.php/attijarah/article/view/9632>.
- Ferine, Kiki Farida, and Yuda. *Deterinasi Keputusan Pembelian Produk Fashipn Di Situs Online Shop*. Yogyakarta: Selat Media Patners, 2022.
- Géci, Andrej, Alexandra Krivošíková, Ľudmila Nagyová, and Dagmar Cagáňová. "The Influence of Lifestyle on Consumer Behavior and Decision Making in Research Aimed at Protein Bars." *Potravinarstvo Slovak Journal of Food Sciences* 14 (2020).
- Gunawan, Didik, Aiga Dwi Pratiwi, Yenni Arfah, and Bobby Hartanto. *Keputusan Pembelian Skincare Safi Berbasis Media Marketing*. Padang: PT Inovasi Pratama Internasional, 2022.

- Hayuningtrias, Renita, Afni Rizqianti, and Ajat Sudrajat. "Pengaruh Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Android Di Kalangan Mahasiswa UNSIKA." *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)* 5, no. 3 (2022): 227 – 236.
- Irfansyah, Fikri, and Sri Abidah Suryaningsih. "Pengaruh Gaya Hidup Islami Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Samyang Pada Mahasiswa S1 Ekonomi Islam Universitas Negeri Surabaya Angkatan 2018–2020." *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* 5, no. 1 (2022): 43 – 53.
- Iskandar, Aulia Ath Thaariq, and Suci Rahma Nio. "Pengaruh Brand Imahe Dengan Keputusan Pembelian Terhadap Smartphone iPhone Pada Mahasiswa Di Kota Padang." *CAUSALITA : Journal Of Psychology* 1, no. 2 (September 26, 2023): 132–140. <https://jurnal.causalita.com/index.php/cs/article/view/75>.
- Karomah, Lia Alfi, and Maulida Nurhidayati. "Pengaruh Pengetahuan Produk, Kebutuhan Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Murabahah Mikro Di BPRS Mitra Mentari Sejahtera Ponorogo." *JPSDa: Jurnal Perbankan Syariah Darussalam* 3, no. 2 (August 2023): 161–174.
- Kurniawan, Moh Zaki. "Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Wilayah Blitar." *Jurnal Ilmiah Universitas Trunojoyo Madura* 7, no. 2 (2021): 152–164.
- Lestari, Hesti Ayu, and Ginanjar Rahmawan. "Pengaruh Fanatisme, Gaya Hidup Hedonis Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk iPhone Di Indonesia." *JIM: Jurnal Ilmu Manajemen* 11, no. 1 (2023): 129–137.
- Lubis, Rini Hayati, and Nurul Izzah. *Faktor Penentu Gaya Hidup Halal Generasi Z Di Sumatera Utara*. Depok: Bypass, 2022.
- Mulyana, Ahmad. *Gaya Hidup Metroseksual: Perspektif Komunikatif*. Jakarta: Bumi Aksara, 2022.
- Munandar, Aris, and Ahmad Hasan Ridwan. "Tafsir Surat An-Nisa Ayat 29 Sebagai Landasan Hukum Akad Ba'i Assalam Dalam Praktek Jual Beli Online." *Rayah Al-Islam* 7, no. 1 (2023).
- Nurhayati. *Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen*. Pekalongan: NEM, 2023.
- Pranoto, Eka Dharma. *Tembus 100 Juta Sebulan Go ... Go ... Go ...* Yogyakarta: ANDI, 2024.
- Rahayu, Jofanda Putri, and Khusnul Fikriyah. "Pengaruh Pengetahuan Konsumen Muslim Tentang Masalah Dan Khiyar Terhadap Keputusan Pembelian

- Dalam Islam.” *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* 4, no. 3 (2021): 134–146.
- Rahmawati, Ita, Lailatus Sa’adah, and M Nur Chabib. *Karakteristik Individu Dan Lingkungan Kerja Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan*. Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, 2020.
- Rajuddin, Wa Ode Nursaadha, and Dzulfikri Azis Muthalib. “Keputusan Pembelian Smartphone Di Kota Kendari (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pascasarjana Univesitas Halu Oleo).” *JIM: Journal Of International Management* 1, no. 2 (2023): 84–101.
- Rasli, Amran, Salman Bashir, and Mohd Fauzi Abu-Hussin. “Congruency Between Maslow’s Hierarchy of Needs Theory and the Principles of Maqasid Shari‘Ah.” *Journal of Islamic Thought and Civilization* 12, no. 2 (2022).
- Saputra, Mochammad Ronaldy Aji, Fitria Idham Chalid, and Heri Budianto. *Metode Ilmiah Dan Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kepustakaan (Bahan Ajar Madrasah Riset)*. Sidoarjo: Nizamia Learning Center, 2023.
- Sari, Rama Dian, Diana Dewi Sartika, Safira Soraida, and Istiqoma. “IPhone Dalam Perspektif Nilai Tanda Dan Simbol Di Kalangan Mahasiswa FISIP Unsri.” *JSU Jurnal Sosiologi USK: Media Pemikiran dan Aplikasi* 17, no. 2 (2023): 1–16.
- Sawlani, Dhiraj Kelly. *Keputusan Pembelian Online: Kualitas Website, Keamanan Dan Kepercayaan*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2021.
- Setiawan, Ady. *Financial Engineering Pada BUMD Air Minum*. Sleman: Deepublish, 2022.
- Sriwahyuni, Novia, and Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi. “Pengaruh Gaya Hidup Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Di Kabupaten Buleleng.” *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha* 13, no. 1 (2021).
- Sundari, Ariefah, and Ahmad Yani Syaikhudin. *Manajemen Ritel: Teori Dan Strategi Dalam Bisnis Ritel*. Lamongan: Academia Publication, 2021.
- Susilowati, Fajar. *Pengujian Statistik Dengan SPSS*. Jakarta: Pustaka Rumah Cinta, 2020.
- Swatama, I Gede Agung Adi, and I Gde Kt Warmika. “PERAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE IPHONE YANG DIMEDIASI OLEH SIKAP (Studi Pada Konsumen Pengguna Iphone Di Kabupaten Gianyar).” *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 11, no. 6 (2022).

Wahyuni, Sri. *Kinerja Sharia Conformity and Profitability Index Dan Faktor Determinan*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020.

Wang, Jun, Qing Hong Hao, Wei Peng, Yang Tu, Lan Zhang, and Tian Min Zhu. "Relationship between Smartphone Addiction and Eating Disorders and Lifestyle among Chinese College Students." *Frontiers in Public Health* 11 (2023).

Wildan, Muhammad Abu, and Lailatus Sa'adah. *Pentingnya Motivasi Untuk Meningkatkan Kinerja Karyawan*. Jombang: LPPM Universitas KH A Wahab Hasbullah, 2021.

Zhou, Chengmin, Qiyu Wang, Jake Kaner, and Yixin Lv. "Wooden Door Preferences Based on Lifestyle Theory and Consumer Behaviour Theory." *BioResources* 18, no. 1 (2023).

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

### **DATA PRIBADI**

Nama : Robiatul Adawiyah  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat, tanggal lahir : Sibuhuan, 09 Juni 2001  
Kewarganearaan : Indonesia  
Agama : Islam  
Anak ke : 2 (dua) dari 2 bersaudara  
Alamat Lengkap :Lingkungan V pasar sibuhuan, Kec. Barumun,  
Kab.Padang Lawas  
Telepon/No.Hp : +62 821 6567 7155  
Email : robiatuladawiyah0906@gmail.com

### **DATA ORANG TUA**

Nama Orang Tua  
Ayah : Alm. Sugiarto  
Ibu : Siti Aminah  
Alamat :Lingkungan V pasar sibuhuan, Kec. Barumun,  
Kab.Padang Lawas  
Pekerjaan Orang Tua  
Ayah : Wiraswasta  
Ibu : PNS

### **LATAR BELAKANG PENDIDIKAN**

Tahun 2006-2001 : Tk Umariyyah Sibuhuan  
Tahun 2007-2013 : SD Negeri 0101 Sibuhuan  
Tahun 2013-2016 : MTs Negeri 1 Padang Lawas  
Tahun 2016-2019 : MAN 1 Padang Lawas



## Lampiran 1

### ANGKET PENELITIAN

Kepada Yth

**Mahasiswa/Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

Di Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Dalam rangka penelitian tugas akhir/skripsi pada program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary (UIN SYAHADA) Padangsidempuan, saya:

Nama : Robiatul Adawiyah

NIM : 20 40200128

Bermaksud untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Gaya Hidup dan Kebutuhan terhadap Keputusan Pembelian iPhone Pada Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidempuan)”**. Sehubungan dengan itu saya mohon kesediaan dari Bapak/Ibu/Saudara/i untuk meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini dengan lengkap sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Informasi yang Bapak/Ibu/saudara/i berikan hanya digunakan untuk penelitian ini, dan kerahasiaannya akan saya jaga dengan sungguh–sungguh.

Atas bantuan dan kerjasama Saudara/i dalam menjawab pernyataan pada kuesioner ini, saya mengucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

## ANGKET PENELITIAN

### “Pengaruh Gaya Hidup (*lifestyle*) dan Kebutuhan terhadap Keputusan Pembelian iPhone Pada Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa UIN SYAHADA Padangsidempuan)”.

#### A. IDENTITAS RESPONDEN

Saya mohon kesedian Bapak/Ibu untuk menjawab daftar pertanyaan ini. Dengan memberi tanda (√) pada kotak yang tersedia

1. Nama :
2. Jenis kelamin :
3. Jurusan :
4. Uang Saku/bulan :

#### B. PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah dengan seksama setiap pernyataan dan jawaban yang tersedia.
2. Jawab dan isilah sesuai dengan pernyataan dibawah ini dengan memberikan tanda centang (√) pada alternatif yang tersedia pada kolom jawaban.
3. Mohon jawaban diberikan secara objektif untuk akurasi hasil penelitian, pada salah satu pilihan jawaban.

Sangat Setuju (SS)	Setuju (S)	Kurang Setuju (KS)	Tidak Setuju (TS)	Sangat Tidak Setuju (STS)
5	4	3	2	1

4. Semua jawaban Saudara/i dijamin kerahasiaannya.
5. Pernyataan ini semata untuk tujuan penelitian.

#### C. Daftar Pertanyaan:

##### 1. Angket Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya memilih untuk membeli produk iPhone karena memiliki banyak fitur premium dibanding <i>Smartphone</i> lain.					

2.	Saya memilih untuk membeli produk Iphone karena memiliki desain dengan inovasi yang modern.					
3.	Saya memilih untuk membeli produk Iphone karena mempunyai daya tahan yang lebih kuat.					
4.	Saya berminat membeli iPhone karena mendapat informasi dari teman/kerabat					
5.	Saya memilih untuk membeli produk Iphone karena Iphone adalah smartphone yang digunakan oleh masyarakat menengah keatas.					
6.	Saya memilih untuk membeli produk Iphone karena harga Iphone sesuai dengan kualitas yang diberikan					
7.	Saya memilih untuk membeli produk Iphone karena harganya sesuai dengan manfaat yang didapatkan					

## 2. Angket Gaya Hidup (*Lifestyle*) ( $X_1$ )

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Iphone dapat mempermudah saya dalam berkomunikasi dan lebih lancar dalam bersosial media.					
2.	Iphone mempermudah dalam mengerjakan tugas kuliah misal pembuatan video hasilnya lebih jernih.					
3.	Iphone memiliki sistem operasi yang lebih efisien dan keamanan tinggi serta penyimpanan data yang lebih akurat					
4.	Saya memilih untuk membeli produk iPhone karena penggunaannya terlihat <i>highclass</i> .					
5.	iphone menjadi trend di kalangan mahasiswa karena desainnya yang dianggap lebih menarik dibanding smarthphone lain.					
6.	Produk iPhone membuat pemakai atau penggunaannya terlihat lebih keren dan memiliki standar yang lebih tinggi					

### 3. Angket Kebutuhan (X<sub>2</sub>)

No	Pernyataan	Tanggapan Responden				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	IPhone dapat menjadi kebutuhan dasar saya untuk membuat tugas kuliah misalnya pembuatan video karena kameranya yang sangat jernih.					
2.	IPhone mudah dilacak ketika hilang dan memiliki tingkat keamanan data yang lebih tinggi sehingga saya ingin membelinya					
3.	Saya memilih untuk membeli <i>smartphone</i> keluaran Apple					
4.	Saya tertarik dengan iPhone karena banyaknya aplikasi dan kelancaran dalam penggunaannya.					
5.	Saya ingin membeli iPhone agar terlihat lebih keren karena ketika terlihat logo Applenya pasti orang di sekitaran berpikir bahwa saya menggunakan <i>handphone</i> mahal					

## Lampiran 2

### Hasil Angket Variabel X<sub>1</sub> Gaya Hidup

Responden	Pernyataan						Jumlah
	1	2	3	4	5	6	
1	5	5	5	5	3	3	26
2	4	4	5	3	2	3	21
3	5	4	5	5	5	4	28
4	3	4	4	3	4	3	21
5	4	5	5	4	4	4	26
6	5	5	5	4	5	5	29
7	5	5	5	4	4	4	27
8	4	5	5	4	5	5	28
9	5	5	5	5	5	4	29
10	5	5	5	5	5	5	30
11	4	5	4	4	5	5	27
12	5	4	5	3	4	3	24
13	4	5	5	4	4	3	25
14	4	5	5	4	4	4	26
15	4	5	5	3	4	3	24
16	4	5	5	1	1	1	17
17	4	5	5	3	4	3	24
18	4	4	4	4	4	5	25
19	4	5	5	4	5	5	28
20	3	4	4	3	4	3	21
21	4	5	4	5	5	4	27
22	4	5	5	4	4	4	26
23	5	5	5	5	5	4	29
24	5	5	5	2	2	4	23
25	4	5	4	4	5	5	27
26	5	5	5	4	4	5	28
27	4	4	4	4	4	4	24
28	3	3	4	3	3	3	19
29	4	4	4	4	4	4	24
30	4	4	4	3	3	4	22
31	4	4	4	4	4	4	24
32	3	5	4	4	4	4	24
33	4	4	4	3	4	3	22
34	4	5	3	4	5	5	26
35	5	5	5	5	5	5	30
36	4	5	4	4	4	4	25
37	3	5	3	4	5	4	24

38	5	5	4	4	4	4	26
39	4	4	4	4	4	4	24
40	5	5	5	4	4	5	28
41	5	5	5	4	3	4	26
42	4	5	4	4	4	4	25
43	5	5	5	5	5	5	30
44	4	5	5	3	4	3	24
45	2	4	3	3	4	4	20
46	1	3	3	1	4	4	16
47	3	4	4	3	3	3	20
48	5	5	5	3	5	4	27
49	4	5	5	4	5	4	27
50	4	4	3	2	4	4	21
51	5	5	5	4	5	5	29
52	5	5	5	5	5	5	30
53	5	5	5	5	5	5	30
54	5	5	5	5	5	5	30
55	4	4	4	3	3	3	21
56	4	5	4	4	4	3	24
57	4	5	4	3	4	4	24
58	4	4	4	4	4	4	24
59	3	5	4	4	4	4	24
60	3	4	4	2	4	4	21
61	4	4	5	5	4	5	27
62	4	4	4	4	5	4	25
63	5	4	4	4	5	4	26
64	5	5	5	4	4	4	27
65	4	4	5	5	4	4	26
66	4	5	4	5	4	4	26
67	4	5	5	4	5	5	28

**Hasil Angket Variabel X<sub>2</sub>**  
**Kebutuhan**

Responden	Pernyataan					Jumlah
	1	2	3	4	5	
1	5	5	3	5	4	22
2	4	4	4	4	4	16
3	2	4	3	4	5	18
4	4	4	3	4	2	17
5	5	4	4	5	5	23
6	4	5	5	4	4	22
7	4	4	4	4	4	20
8	5	5	4	5	3	22
9	5	4	4	4	3	20
10	5	5	5	5	5	25
11	5	4	5	4	5	23
12	5	4	4	5	3	21
13	5	5	4	4	3	21
14	4	4	4	4	1	17
15	5	5	4	5	3	22
16	5	5	3	5	1	19
17	5	5	4	4	2	20
18	5	5	4	5	4	23
19	4	4	4	4	3	19
20	3	3	3	3	1	13
21	4	4	5	4	4	21
22	4	4	4	4	4	20
23	5	5	5	5	2	22
24	5	4	2	3	1	15
25	4	4	4	4	3	19
26	5	5	5	5	5	25
27	4	4	4	4	4	20
28	4	4	4	4	3	19
29	4	4	4	4	4	20
30	3	4	4	3	3	17
31	4	4	4	4	3	19
32	4	4	4	4	3	19
33	3	4	4	4	3	18
34	5	4	4	4	4	21
35	5	5	5	5	5	25
36	4	4	4	4	3	19
37	3	4	2	3	4	16
38	4	4	4	4	4	20
39	4	4	4	4	4	20

<b>40</b>	5	4	4	5	1	19
<b>41</b>	4	4	4	4	3	19
<b>42</b>	4	4	4	4	4	20
<b>43</b>	5	5	5	5	5	25
<b>44</b>	4	5	4	4	3	20
<b>45</b>	2	3	2	3	2	12
<b>46</b>	2	3	2	2	3	12
<b>47</b>	3	4	3	4	3	17
<b>48</b>	4	4	4	4	3	19
<b>49</b>	5	5	4	5	1	20
<b>50</b>	4	3	5	2	4	18
<b>51</b>	5	5	5	5	5	25
<b>52</b>	5	5	5	5	5	25
<b>53</b>	5	5	5	5	5	25
<b>54</b>	5	5	5	5	5	25
<b>55</b>	3	3	3	3	3	15
<b>56</b>	3	4	4	4	3	18
<b>57</b>	4	4	4	4	3	19
<b>58</b>	4	4	4	4	3	19
<b>59</b>	4	5	3	3	4	19
<b>60</b>	4	2	2	4	2	14
<b>61</b>	5	4	4	5	4	22
<b>62</b>	4	4	4	4	4	20
<b>63</b>	4	5	4	4	5	22
<b>64</b>	5	4	4	5	4	22
<b>65</b>	5	4	4	4	4	21
<b>66</b>	4	4	5	4	5	22
<b>67</b>	5	5	4	5	4	23



**Hasil Angket Variabel Y**  
**Keputusan Pembelian**

Responden	Pernyataan							Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	
1	4	5	4	3	3	4	3	26
2	4	4	4	4	3	4	4	27
3	4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	3	4	3	4	4	26
5	4	4	3	3	3	5	4	26
6	4	4	4	4	4	4	4	28
7	4	4	4	4	3	4	4	27
8	4	5	4	3	1	5	5	27
9	4	4	4	4	3	4	4	27
10	5	5	5	5	5	5	5	35
11	5	4	5	4	5	4	5	32
12	3	4	3	4	3	5	4	26
13	4	4	3	3	3	4	4	25
14	2	4	4	1	1	4	4	20
15	4	4	4	3	3	4	5	27
16	5	3	4	4	3	5	5	29
17	4	4	3	3	4	4	4	26
18	5	4	3	5	3	4	4	28
19	5	4	3	4	3	4	4	27
20	2	3	2	3	1	3	4	18
21	4	4	4	4	4	4	4	28
22	1	4	4	4	4	4	4	25
23	5	5	4	4	3	5	5	31
24	3	5	4	2	1	3	2	20
25	4	4	4	5	4	4	4	29
26	5	5	5	5	5	5	5	35
27	4	4	4	4	4	4	4	28
28	3	4	3	3	3	4	4	24
29	4	4	4	4	4	4	4	28
30	4	4	3	4	4	4	4	27
31	4	4	4	3	3	4	4	26
32	4	4	3	3	3	4	4	25
33	4	4	4	4	3	4	4	27
34	4	4	3	4	4	4	4	27
35	5	5	5	5	5	5	5	35
36	4	4	4	4	4	4	4	28
37	4	4	3	4	4	4	2	25
38	4	4	4	4	4	4	4	28
39	4	4	4	3	4	4	3	26
40	3	4	4	3	3	3	4	24

41	4	4	3	4	4	5	4	28
42	4	4	4	4	4	4	4	28
43	5	5	5	5	5	5	5	35
44	4	4	4	3	3	4	4	26
45	3	3	3	3	3	3	3	21
46	3	3	3	3	3	3	3	21
47	4	4	4	4	4	4	4	28
48	4	4	3	4	3	4	4	26
49	3	4	3	2	1	4	3	20
50	4	4	2	3	3	4	2	22
51	5	5	5	5	5	5	5	35
52	5	5	5	5	5	5	5	35
53	5	5	5	5	5	5	5	35
54	5	5	5	5	5	5	5	35
55	3	3	3	3	3	4	3	22
56	4	4	4	4	3	4	4	27
57	4	4	4	3	4	4	4	27
58	4	4	4	3	4	4	4	27
59	4	4	2	3	2	4	2	21
60	4	4	3	3	3	4	3	24
61	5	4	3	4	4	4	3	27
62	4	5	5	4	4	4	4	30
63	5	4	4	4	4	4	5	30
64	5	4	4	4	4	4	4	29
65	4	5	5	4	4	4	4	30
66	4	4	4	4	4	5	5	30
67	5	4	4	4	4	4	5	30

### Lampiran 3

#### Hasil Uji Reliabilitas Variabel Gaya Hidup (*Lifestyle*)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.786	6

#### Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kebutuhan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.740	5

#### Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.808	7

## Lampiran 4

### Uji Asumsi Klasik

#### Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		67
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.22171648
Most Extreme Differences	Absolute	.099
	Positive	.065
	Negative	-.099
Test Statistic		.099
Asymp. Sig. (2-tailed)		.174 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

#### Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	GH	.518	1.930
	K	.518	1.930
a. Dependent Variable: KP			

### Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.054	1.292		1.590	.117
	GH	-.026	.068	-.066	-.382	.704
	K	.019	.078	.041	.239	.812

a. Dependent Variable: abs

## Lampiran 5

### Hasil Uji Regresi Linier Berganda

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>			
Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	7,963	2,192
	gaya hidup	,034	,115
	Kebutuhan	,919	,132

## Lampiran 6

### Hasil Uji Koefisien Determinasi Berganda( $R^2$ )

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,779 <sup>a</sup>	,606	,594	2,25616
a. Predictors: (Constant), kebutuhan, gaya hidup				

**Lampiran 7**

**Uji Hipotesis**

**Hasil Uji Uji Signifikansi Parsial (Uji t)**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.963	2.192		3.632	.001
	GH	.034	.115	.032	.294	.770
	K	.919	.132	.756	6.940	.000
a. Dependent Variable: KP						

**Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji f)**

<b>ANOVA<sup>a</sup></b>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	501,834	2	250,917	49,293	.000 <sup>b</sup>
	Residual	325,778	64	5,090		
	Total	827,612	66			
a. Dependent Variable: kp						
b. Predictors: (Constant), kebutuhan, gaya hidup						



Lampiran 8

Tabel Uji R

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

**Lampiran 9**

**Tabel Uji F**

$\alpha = 0,05$	$Df_1 = (k-1)$							
$df_2 = (n-k-1)$	1	2	3	4	5	6	7	8
1	161,44 8	199,500	215,70 7	224,583	230,162	233,98 6	236,768	238,883
2	18,513	19,000	19,164	19,247	19,296	19,330	19,353	19,371
3	10,128	9,552	9,277	9,117	9,013	8,941	8,887	8,845
4	7,709	6,944	6,591	6,388	6,256	6,163	6,094	6,041
5	6,608	5,786	5,409	5,192	5,050	4,950	4,876	4,818
6	5,987	5,143	4,757	4,534	4,387	4,284	4,207	4,147
7	5,591	4,737	4,347	4,120	3,972	3,866	3,787	3,726
8	5,318	4,459	4,066	3,838	3,687	3,581	3,500	3,438
9	5,117	4,256	3,863	3,633	3,482	3,374	3,293	3,230
10	4,965	4,103	3,708	3,478	3,326	3,217	3,135	3,072
11	4,844	3,982	3,587	3,357	3,204	3,095	3,012	2,948
12	4,747	3,885	3,490	3,259	3,106	2,996	2,913	2,849
13	4,667	3,806	3,411	3,179	3,025	2,915	2,832	2,767
14	4,600	3,739	3,344	3,112	2,958	2,848	2,764	2,699
15	4,543	3,682	3,287	3,056	2,901	2,790	2,707	2,641
16	4,494	3,634	3,239	3,007	2,852	2,741	2,657	2,591
17	4,451	3,592	3,197	2,965	2,810	2,699	2,614	2,548
18	4,414	3,555	3,160	2,928	2,773	2,661	2,577	2,510
19	4,381	3,522	3,127	2,895	2,740	2,628	2,544	2,477
20	4,351	3,493	3,098	2,866	2,711	2,599	2,514	2,447
21	4,325	3,467	3,072	2,840	2,685	2,573	2,488	2,420
22	4,301	3,443	3,049	2,817	2,661	2,549	2,464	2,397
23	4,279	3,422	3,028	2,796	2,640	2,528	2,442	2,375
24	4,260	3,403	3,009	2,776	2,621	2,508	2,423	2,355
25	4,242	3,385	2,991	2,759	2,603	2,490	2,405	2,337
26	4,225	3,369	2,975	2,743	2,587	2,474	2,388	2,321
27	4,210	3,354	2,960	2,728	2,572	2,459	2,373	2,305
28	4,196	3,340	2,947	2,714	2,558	2,445	2,359	2,291
29	4,183	3,328	2,934	2,701	2,545	2,432	2,346	2,278

30	4,171	3,316	2,922	2,690	2,534	2,421	2,334	2,266
31	4,160	3,305	2,911	2,679	2,523	2,409	2,323	2,255
32	4,149	3,295	2,901	2,668	2,512	2,399	2,313	2,244
33	4,139	3,285	2,892	2,659	2,503	2,389	2,303	2,235
34	4,130	3,276	2,883	2,650	2,494	2,380	2,294	2,225
35	4,121	3,267	2,874	2,641	2,485	2,372	2,285	2,217
36	4,113	3,259	2,866	2,634	2,477	2,364	2,277	2,209
37	4,105	3,252	2,859	2,626	2,470	2,356	2,270	2,201
38	4,098	3,245	2,852	2,619	2,463	2,349	2,262	2,194
39	4,091	3,238	2,845	2,612	2,456	2,342	2,255	2,187
40	4,085	3,232	2,839	2,606	2,449	2,336	2,249	2,180
41	4,079	3,226	2,833	2,600	2,443	2,330	2,243	2,174
42	4,073	3,220	2,827	2,594	2,438	2,324	2,237	2,168
43	4,067	3,214	2,822	2,589	2,432	2,318	2,232	2,163
44	4,062	3,209	2,816	2,584	2,427	2,313	2,226	2,157
45	4,057	3,204	2,812	2,579	2,422	2,308	2,221	2,152
46	4,052	3,200	2,807	2,574	2,417	2,304	2,216	2,147
47	4,047	3,195	2,802	2,570	2,413	2,299	2,212	2,143
48	4,043	3,191	2,798	2,565	2,409	2,295	2,207	2,138
49	4,038	3,187	2,794	2,561	2,404	2,290	2,203	2,134
50	4,034	3,183	2,790	2,557	2,400	2,286	2,199	2,130
51	4,030	3,179	2,786	2,553	2,397	2,283	2,195	2,126
52	4,027	3,175	2,783	2,550	2,393	2,279	2,192	2,122
53	4,023	3,172	2,779	2,546	2,389	2,275	2,188	2,119
54	4,020	3,168	2,776	2,543	2,386	2,272	2,185	2,115
55	4,016	3,165	2,773	2,540	2,383	2,269	2,181	2,112
56	4,013	3,162	2,769	2,537	2,380	2,266	2,178	2,109
57	4,010	3,159	2,766	2,534	2,377	2,263	2,175	2,106
58	4,007	3,156	2,764	2,531	2,374	2,260	2,172	2,103
59	4,004	3,153	2,761	2,528	2,371	2,257	2,169	2,100
60	4,001	3,150	2,758	2,525	2,368	2,254	2,167	2,097
61	3,998	3,148	2,755	2,523	2,366	2,251	2,164	2,094
62	3,996	3,145	2,753	2,520	2,363	2,249	2,161	2,092
63	3,993	3,143	2,751	2,518	2,361	2,246	2,159	2,089
64	3,991	3,140	2,748	2,515	2,358	2,244	2,156	2,087
65	3,989	3,138	2,746	2,513	2,356	2,242	2,154	2,084

66	3,986	3,136	2,744	2,511	2,354	2,239	2,152	2,082
67	3,984	3,134	2,742	2,509	2,352	2,237	2,150	2,080
68	3,982	3,132	2,740	2,507	2,350	2,235	2,148	2,078
69	3,980	3,130	2,737	2,505	2,348	2,233	2,145	2,076
70	3,978	3,128	2,736	2,503	2,346	2,231	2,143	2,074
71	3,976	3,126	2,734	2,501	2,344	2,229	2,142	2,072
72	3,974	3,124	2,732	2,499	2,342	2,227	2,140	2,070
73	3,972	3,122	2,730	2,497	2,340	2,226	2,138	2,068
74	3,970	3,120	2,728	2,495	2,338	2,224	2,136	2,066
75	3,968	3,119	2,727	2,494	2,337	2,222	2,134	2,064
76	3,967	3,117	2,725	2,492	2,335	2,220	2,133	2,063
77	3,965	3,115	2,723	2,490	2,333	2,219	2,131	2,061
78	3,963	3,114	2,722	2,489	2,332	2,217	2,129	2,059
79	3,962	3,112	2,720	2,487	2,330	2,216	2,128	2,058
80	3,960	3,111	2,719	2,486	2,329	2,214	2,126	2,056
81	3,959	3,109	2,717	2,484	2,327	2,213	2,125	2,055
82	3,957	3,108	2,716	2,483	2,326	2,211	2,123	2,053
83	3,956	3,107	2,715	2,482	2,324	2,210	2,122	2,052
84	3,955	3,105	2,713	2,480	2,323	2,209	2,121	2,051
85	3,953	3,104	2,712	2,479	2,322	2,207	2,119	2,049
86	3,952	3,103	2,711	2,478	2,321	2,206	2,118	2,048
87	3,951	3,101	2,709	2,476	2,319	2,205	2,117	2,047
88	3,949	3,100	2,708	2,475	2,318	2,203	2,115	2,045
89	3,948	3,099	2,707	2,474	2,317	2,202	2,114	2,044
90	3,947	3,098	2,706	2,473	2,316	2,201	2,113	2,043
91	3,946	3,097	2,705	2,472	2,315	2,200	2,112	2,042
92	3,945	3,095	2,704	2,471	2,313	2,199	2,111	2,041
93	3,943	3,094	2,703	2,470	2,312	2,198	2,110	2,040
94	3,942	3,093	2,701	2,469	2,311	2,197	2,109	2,038
95	3,941	3,092	2,700	2,467	2,310	2,196	2,108	2,037
96	3,940	3,091	2,699	2,466	2,309	2,195	2,106	2,036
97	3,939	3,090	2,698	2,465	2,308	2,194	2,105	2,035
98	3,938	3,089	2,697	2,465	2,307	2,193	2,104	2,034
99	3,937	3,088	2,696	2,464	2,306	2,192	2,103	2,033
100	3,936	3,087	2,696	2,463	2,305	2,191	2,103	2,032

**Lampiran 10****Tabel Uji t**

df=(n-k)	$\alpha = 0.05$	$\alpha = 0.025$
1	6,314	12,706
2	2,920	4,303
3	2,353	3,182
4	2,132	2,776
5	2,015	2,571
6	1,943	2,447
7	1,895	2,365
8	1,860	2,306
9	1,833	2,262
10	1,812	2,228
11	1,796	2,201
12	1,782	2,179
13	1,771	2,160
14	1,761	2,145
15	1,753	2,131
16	1,746	2,120
17	1,740	2,110
18	1,734	2,101
19	1,729	2,093
20	1,725	2,086
21	1,721	2,080
22	1,717	2,074
23	1,714	2,069
24	1,711	2,064
25	1,708	2,060
26	1,706	2,056
27	1,703	2,052
28	1,701	2,048
29	1,699	2,045
30	1,697	2,042
31	1,696	2,040
32	1,694	2,037
33	1,692	2,035
34	1,691	2,032
35	1,690	2,030
36	1,688	2,028
37	1,687	2,026
38	1,686	2,024
39	1,685	2,023
40	1,684	2,021

41	1,683	2,020
42	1,682	2,018
43	1,681	2,017
44	1,680	2,015
45	1,679	2,014
46	1,679	2,013
47	1,678	2,012
48	1,677	2,011
49	1,677	2,010
50	1,676	2,010
51	1,675	2,008
52	1,675	2,007
53	1,674	2,006
54	1,674	2,005
55	1,673	2,004
56	1,673	2,003
57	1,672	2,002
58	1,672	2,002
59	1,671	2,001
60	1,671	2,000
61	1,670	2,000
62	1,670	1,999
63	1,669	1,998
64	1,669	1,998
65	1,669	1,997
66	1,668	1,997
67	1,668	1,996
68	1,668	1,995
69	1,667	1,995
70	1,667	1,994
71	1,667	1,994
72	1,666	1,993
73	1,666	1,993
74	1,666	1,993
75	1,665	1,992
76	1,665	1,992
77	1,665	1,991
78	1,665	1,991
79	1,664	1,990
80	1,664	1,990
81	1,664	1,990
82	1,664	1,989

83	1,663	1,989
84	1,663	1,989
85	1,663	1,988
86	1,663	1,988
87	1,663	1,988
88	1,662	1,987
89	1,662	1,987
90	1,662	1,987
91	1,662	1,986
92	1,662	1,986
93	1,661	1,986
94	1,661	1,986
95	1,661	1,985
96	1,661	1,985
97	1,661	1,985
98	1,661	1,984
99	1,660	1,984





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximilli (0634) 24022  
Website: [uinsyahada.ac.id](http://uinsyahada.ac.id)

Nomor : 3478 /Un.28/G.1/G.4c/PP.00.9/05/2023  
Lampiran : -  
Hal : **Penunjukan Pembimbing Skripsi**

11 Mei 2023

Yth. Bapak/Ibu;

1. SRY LESTARI, M. E.I : Pembimbing I
2. ARTI DAMISA , M.E.I : Pembimbing II

Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : ROBIATUL ADAWIYAH  
NIM : 2040200128  
Program Studi : EKONOMI SYARIAH  
Judul Skripsi : PENGARUH GAYA HIDUP (LIFESTYLE) DAN KEBUTUHAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE IPHONE (STUDI KASUS MAHASISWA UIN SYAHADA PADANGSIDIMPUAN)

Untuk itu, diharapkan kepada Bapak/Ibu bersedia sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.



an. Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan :  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.