



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PERABOT RUMAH TANGGA SECARA KREDIT  
(Studi Kasus Pada Ibu-ibu Rumah Tangga di  
Desa Sihiuk Kecamatan Lubuk Barumun  
Kabupaten Padang Lawas)**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Dalam Bidang Ekonomi Syariah  
Konsentrasi Manajemen Bisnis*

Oleh

**DEWI INDRIANI SIREGAR**

NIM. 16 402 00219

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PADANGSIDIMPUAN**

**2020**



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI  
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PERABOT RUMAH TANGGA SECARA KREDIT  
(Studi Kasus Pada Ibu-ibu Rumah Tangga di  
Desa Sihiuk Kecamatan Lubuk Barumun  
Kabupaten Padang Lawas)**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
dalam Bidang Ekonomi Syariah  
Konsentrasi Manajemen Bisnis*

OLEH

DEWI INDRIANI SIREGAR  
NIM. 16 402 00219

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

PEMBIMBING I

**Dr. Darwis Harahap, M.Si**  
NIP.19780818200901 1 015

PEMBIMBING II

**Arti Damisa, M.E.I**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PADANGSIDIMPUAN**

**2020**



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

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : 2079 /In.14/G.1/G.4b/PP.00.9/09/2020  
Lampiran : -  
Hal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

24 September 2020

Yth. Bapak/Ibu;

1. Darwis Harahap : Pembimbing I
2. Arti Damisa : 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 : Dewi Indriani Siregar  
NIM : 1640200219  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Konsentrasi : Manajemen Bisnis  
Judul Skripsi : Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Perabot Rumah Tangga Secara Kredit. (Studi Kasus pada Ibu-ibu Rumah Tangga di Desa Sihuik Kecamatan Lubuk Barumun Kabupaten Padang Lawas).

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.

Pembimbing I  
  
Dr. Darwis Harahap, M.Si  
NIP. 1972081120091 1 015

Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik  
  
Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan :  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.



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

Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan 22733  
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi  
a.n. **DEWI INDRIANI SIREGAR**  
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, 16 Desember 2020  
Kepada Yth:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Padangsidimpuan  
Di-  
Padangsidimpuan

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **DEWI INDRIANI SIREGAR** yang berjudul "**Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Perabot Rumah Tangga Secara Kredit (Studi Kasus pada Ibu-ibu Rumah Tangga di Desa Sihiuk Kecamatan Lubuk Barumun Kabupaten Padang Lawas)**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

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

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

**PEMBIMBING I**

**Dr. Darwis Harahap, M.Si**  
NIP. 19780818200901 1 015

**PEMBIMBING II**

**Arfi Damisa, M.E.I**

## SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : DEWI INDRIANI SIREGAR  
NIM : 16 402 00219  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Perabot Rumah Tangga Secara Kredit (Studi Kasus Pada Ibu-ibu Rumah Tangga Di Desa Sihiuk Kecamatan Lubuk Barumun Kabupaten Padang Lawas)

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 pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

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 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 16 Desember 2020  
Saya yang menyatakan



**DEWI INDRIANI SIREGAR**  
**NIM. 16 402 00219**

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademik Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : DEWI INDRIANI SIREGAR  
Nim : 16 402 00219  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Perabot Rumah Tangga Secara Kredit (Studi Kasus Pada Ibu-ibu Rumah Tangga Di Desa Sihiuk Kecamatan Lubuk Barumun Kabupaten Padang Lawas)”**. Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/memformatkan, mengelola dalam betuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Padangsidimpuan  
Pada tanggal, 16 Desember 2020  
Yang Menyatakan,



DEWI INDRIANI SIREGAR  
NIM. 16 402 00219



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

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan, 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

---

**DEWAN PENGUJI  
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

**NAMA** : DEWI INDRIANI SIREGAR  
**NIM** : 16 402 00219  
**FAKULTAS/PROGRAM STUDI** : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah MB-1  
**JUDUL SKRIPSI** : Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi  
Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Perabot  
Rumah Tangga Secara Kredit (Studi Kasus Pada  
Ibu-Ibu Rumah Tangga Di Desa Sibiuk Kecamatan  
Lubuk Barumun Kabupaten Padang Lawas)

**Ketua**

**Sekretaris**

**Dr. Arbanur Rasyid, MA**  
NIP. 19730725 199903 1 002

**Delima Sari Lubis, MA**  
NIP. 19840512 201403 2 002

**Anggota**

**Dr. Arbanur Rasyid, MA**  
NIP. 19730725 199903 1 002

**Delima Sari Lubis, MA**  
NIP. 19840512 201403 2 002

**Muhammad Isa, MM**  
NIP. 19800605 201101 1 003

**Windari, S.E., MA**  
NIP. 19830510 201503 2 003

**Pelaksanaan Sidang Munaqasyah**

**Di** : Padangsidimpuan  
**Hari/Tanggal** : Selasa/ 22 Desember 2020  
**Pukul** : 14.00 WIB s/d 16.30 WIB  
**Hasil/Nilai** : Lulus/72,5(B)  
**Index Prestasi Kumulatif** :3,74  
**Predikat** : PUJIAN



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

Jl. H.TengkuRizal Nurdin Km.4,5 Sihitang 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

**PENGESAHAN**

**JUDUL SKRIPSI : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG  
MEMENGARUHI KONSUMEN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PERABOT RUMAH  
TANGGA SECARA KREDIT (STUDI KASUS PADA  
IBU-IBU RUMAH TANGGA DI DESA SIHIUK  
KECAMATAN LUBUK BARUMUN KABUPATEN  
PADANG LAWAS)**

**NAMA : DEWI INDRIANI SIREGAR  
NIM : 16 402 00219**

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas  
Dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar  
**Sarjana Ekonomi (S.E)**  
Dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidimpuan, 15 Januari 2021

Dekan,



**Dr. Darwis Harahap, S.HI.,M.Si**  
NIP. 19780818 200901 1 015





**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI  
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PERABOT RUMAH TANGGA SECARA KREDIT  
(Studi Kasus Pada Ibu-ibu Rumah Tangga di  
Desa Sihiuk Kecamatan Lubuk Barumun  
Kabupaten Padang Lawas)**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
dalam Bidang Ekonomi Syariah  
Konsentrasi Manajemen Bisnis*

Oleh

DEWI INDRIANI SIREGAR  
NIM. 16 402 00219

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PADANGSIDIMPUAN**

**2020**

## ABSTRAK

**Nama** : Dewi Indriani Siregar  
**Nim** : 16 402 00219  
**Judul Skripsi** : Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Perabot Rumah Tangga Secara Kredit (Studi Kasus pada Ibu-ibu Rumah Tangga di Desa Sihiuk Kecamatan Lubuk Barumun Kabupaten Padang Lawas)

Latar belakang masalah pada penelitian ini adalah kecenderungan ibu-ibu rumah tangga di Desa Sihiuk lebih banyak melakukan pembelian perabot rumah tangga secara kredit. Meskipun pendapatan sebahagian masyarakat tergolong mampu untuk melakukan pembelian perabot rumah tangga secara tunai, demikian juga harga yang diperoleh dengan sistem kredit lebih tinggi dibandingkan dengan pembelian secara tunai. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu apakah pendapatan, kepribadian dan budaya berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian perabot rumah tangga secara kredit pada ibu-ibu rumah tangga di Desa Sihiuk Kecamatan Lubuk Barumun Kabupaten Padang Lawas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pendapatan, kepribadian dan budaya terhadap keputusan pembelian secara kredit pada ibu-ibu rumah tangga di Desa Sihiuk Kecamatan Lubuk Barumun Kabupaten Padang Lawas

Teori yang digunakan dalam penelitian ini terkait dengan perilaku konsumen yaitu yang berhubungan dengan faktor yang memengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian diantaranya faktor pendapatan, kepribadian dan faktor budaya.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang melibatkan sampel sebanyak 57 responden dengan teknik *insidental sampling*. Data yang digunakan yaitu data primer dan analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji linieritas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinan (R Square), dan uji hipotesis (uji t dan uji f) dengan menggunakan perhitungan statistik SPSS versi 23.

Berdasarkan hasil penelitian sumbangan variabel *independen* (pendapatan, kepribadian dan budaya) terhadap *dependen* (keputusan pembelian) sebesar 15,6% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain, dan secara parsial pendapatan dan kepribadian tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dan memiliki hubungan yang negatif, sedangkan budaya secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan mempunyai hubungan yang positif. Sedangkan secara simultan variabel pendapatan, kepribadian dan budaya berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** Keputusan Pembelian, Pendapatan, Kepribadian, Budaya

## KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian *Shalawat* serta *Salamsenanti*sa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, *madinatul 'ilmi*, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: **“Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Perabot Rumah Tangga Secara Kredit (Studi Kasus Pada Ibu-ibu Rumah Tangga Di Desa Sihiuk Kecamatan Lubuk Barumon Kabupaten Padang Lawas)”** ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada bidang Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti mengucapkan banyak terimakasih utamanya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL., selaku Rektor IAIN Padangsidempuan, serta Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag.,

selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr.H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si., Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Drs. Kamaluddin, M.Ag., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangandan, Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A., Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A., selaku Ketua Prodi Jurusan Ekonomi Syariah dan selaku Sekretaris Prodi Jurusan Ekonomi Syariah Ibu Nurul Izzah, M. Si., serta seluruh civitas Akademika IAIN Padangsidempuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
4. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI, M.Si, selaku Pembimbing I dan Ibu Arti Damisa, M.E.I selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Yusri Fahmi, M.Hum., selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan IAIN Padangsidempuan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak serta Ibu dosen IAIN Padangsidimpuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuandandorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan..
7. Teristimewa saya hanturkan kepada keluarga tercinta (Ayahanda Alm. Ali Mudin Siregardan Ibunda tercinta Siti Kolima), yang paling berjasa dalam hidup peneliti, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan kasih sayangnya kepada kedua orang tua tercinta dan diberi balasan atas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya
8. Untuk saudara-saudara saya, Rahmat Syaputra Srg, Rika Ayunia Sari Srg, Titi Erlinda Srg, Sahrul Hamid Srg, dan Irsal Fauzi Srg, semoga selalu dalam lindungan Allah SWT. Serta seluruh keluarga besar pebulis yang telah memberikan bantuan moril dan materil kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada bapak kepala Desa dan Sekretaris Desa Sihiuk yang telah membantu dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam menyusun skripsi ini.
10. Untuk sahabat peneliti, Siti Anni Maria Siregar, Borgo Dly, Sepriana Hasibuan, Ratna Meilannur, Yuyun Setia Ningsih, Siti Annisa Pane, Aisyah Amini, Riri Angriani Nst,yang selalu memberikan motivasi dan dukungan, semangat dan bantuan doa kepada peneliti agar tidak putus asa dalam menyelesaikan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
11. Serta sahabat-sahabat seperjuangan di Ekonomi Syariah MB-1 mahasiswa angkatan 2016 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Terutama untuk sahabat-

sahabat saya, Elisiah, Cindi, Anna, Amin, Juliansyah, yang telah memberikan dukungan dan dorongan dalam menyelesaikan skripsi ini sehingga skripsi ini.

12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Padangsidempuan, 10 Desember 2020  
Peneliti,

**Dewi Indriani Siregar**  
**NIM: 16 402 00219**

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### 1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam system tulisan arab dilambangkan dengan huruf dalam 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 translitasinya 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
ص	šad	š	esdan ye
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	‘	komaterbalik 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 vocal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

### a. Vokal Tunggal

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
— /	<i>Fathah</i>	A	A
— /	<i>Kasrah</i>	I	I
و —	<i>Dommah</i>	U	U

### b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

TandadanHuruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	<i>fathah dan ya</i>	Ai	a dan i
و.....	<i>fathah dan wau</i>	Au	a dan u



c. *Maddah*

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا.....إ.....	<i>fathah dan alifatauya</i>	ā	a dan garis atas
ى.....	<i>Kasrah danya</i>	ī	i dan garis di bawah
و.....	<i>ḍommah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

3. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. *Ta marbutah* hidup

*Ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan ḍommah, 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 (Tsaydid)*

*Syaddah* atau tasydid yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *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 system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ا. 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 di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa *hamzah* ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila *hamzah* itu diletakkan diawal 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 bias 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 takterpisahkan dengan ilmu *tajwid*. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman *tajwid*.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. Pedoman *Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

## DAFTAR ISI

### Halaman

<b>HALAMAN JUDUL/SAMPUL</b>	
<b>HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING</b>	
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	5
C. Batasan Masalah .....	6
D. Defenisi Operasional Variabel.....	6
E. Rumusan Masalah .....	7
F. Tujuan Penelitian .....	8
G. Manfaat Penelitian .....	8
H. Sistematika Pembahasan .....	9

### **BAB II LANDASAN TEORI**

A. KerangkaTeori .....	11
1. Keputusan Pembelian .....	11
a. Pengertian Keputusan Pembelian .....	11
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	12
c. Proses Pengambilan Keputusan .....	13
d. Pengertian Pembelian Secara Kredit .....	16
2. Pendapatan .....	19
a. Pengertian Pendapatan .....	19
b. Pendapatan dalam Perspektif Islam .....	22
c. Hubungan Pendapatan dengan Keputusan Pembelian .....	23
3. Kepribadian.....	24
a. Pengertian Kepribadian .....	24
b. Hubungan Kepribadian dengan Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan.....	26
c. Indikator Kepribadian .....	27
4. Budaya .....	28
a. Pengertian Budaya .....	28
b. Sub-budaya.....	29
c. KelasSosial.....	30
d. Indikator Budaya.....	30
e. Faktor Sosial .....	31
f. Hubungan Budaya dengan Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan.....	31

B. Penelitian Terdahulu.....	32
C. Kerangka Pikir.....	33
D. Hipotesis.....	35

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	36
B. Jenis Penelitian.....	36
C. Populasi dan Sampel.....	37
D. Sumber Data.....	38
E. Instrumen Pengumpulan Data.....	38
1. Observasi dan Angket (Kuesioner).....	39
2. Wawancara (Interview).....	39
F. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	39
1. Uji Validitas.....	39
2. Uji Reliabilitas.....	40
G. Analisis Data.....	40
1. Analisis Deskriptif.....	40
2. Uji Normalitas.....	41
3. Uji Linieritas.....	42
4. Uji Asumsi Klasik.....	42
a. Uji Multikolinearitas.....	42
b. Uji Heteroskedastisitas.....	42
H. Uji Hipotesis.....	43
1. Uji Regresi Linear Berganda.....	43
2. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	44
3. Uji Signifikan Parsial (Uji t).....	45
4. Uji Simultan (Uji F).....	45

### **BAB IV PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	46
1. Sejarah Berdirinya Desa Sihuuk.....	46
B. Karakteristik Data Responden.....	48
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	49
C. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	50
1. Uji Validitas.....	51
2. Uji Reliabilitas.....	53
D. Analisis Data.....	53
1. Analisis Deskriptif.....	53
2. Uji Normalitas.....	54
3. Uji Linieritas.....	55
4. Uji Asumsi Klasik.....	57
a. Uji Multikolinearitas.....	58
b. Uji Heteroskedastisitas.....	59
E. Uji Hipotesis.....	60
1. Uji Regresi Linear Berganda.....	61

2. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	61
3. Uji Siginifikan Parsial (Uji t).....	62
4. Uji Simultan (Uji F).....	63
F. Pembahasan Hasil Penelitian.....	64
G. Keterbatasan Penelitian .....	67

## **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	69
B. Saran .....	70

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel I. 1 Defenisi Operasional Variabel .....	6
Tabel II. 1 Penelitian Terdahulu .....	31
Tabel IV. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan usia .....	48
Tabel IV. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	48
Tabel IV. 4 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian .....	50
Tabel IV. 5 Hasil Uji Validitas Pendapatan.....	50
Tabel IV. 6 Hasil Uji Validitas Kepribadian .....	51
Tabel IV. 7 Hasil Uji Validitas Budaya .....	51
Tabel IV. 8 Hasil Uji Reliabilitas pada Keputusan Pembelian .....	52
Tabel IV. 9 Hasil Uji Reliabilitas pada Pendapatan .....	52
Tabel IV. 10 Hasil Uji Reliabilitas pada Kepribadian .....	52
Tabel IV. 11 Hasil Uji Reliabilitas pada Budaya.....	53
Tabel IV. 12 Hasil Uji Deskriptif .....	53
Tabel IV. 13 Hasil Uji <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i> .....	54
Tabel IV. 14 Uji Linearitas Pendapatan.....	55
Tabel IV. 15 Uji Linearitas Kepribadian .....	56
Tabel IV. 16 Uji Linearitas Budaya.....	56
Tabel IV. 17 Uji Multikolinearitas .....	58
Tabel IV. 18 Uji Heteroskedastisitas .....	59
Tabel IV. 19 Analisis Regresi Linear Berganda .....	60
Tabel IV. 20 Uji Koefisien Determinasi .....	62
Tabel IV. 21 Hasil Output Uji t .....	62
Tabel IV. 22 Uji Signifikan Simultan (Uji F) .....	63

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
GambarII.1 Kerangka Pikir.....	33



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Dalam kehidupan sehari-hari manusia tidak terlepas dari bermacam-macam kebutuhan. Untuk memenuhi kebutuhan, manusia saling berinteraksi dengan manusia lain terutama yang berhubungan dengan transaksi jual beli. Transaksi jual beli yang berkembang dimasyarakat memiliki ragam penawaran, beberapa tawaran yang sering dilakukan dalam transaksi jual beli adalah transaksi dengan sistem *cash*/tunai dan angsur/kredit. Sistem kredit menjadi alternatif yang dilakukan masyarakat karena memudahkan dalam membeli kebutuhan terutama saat pembelian *cash*/tunai mulai terasa berat. Jadi kredit dapat diartikan sebagai sesuatu yang dapat dibayar secara berangsur-angsur sesuai dengan waktu yang ditelahi sepakati bersama.<sup>1</sup>

Bentuk jual beli ini terkenal dikalangan masyarakat menengah ke bawah karena sistem atau caranya dapat memudahkan masyarakat dalam memperoleh barang yang dibutuhkan dengan keterbatasan dana yang mereka miliki. Dengan cara ini, pembeli dapat memiliki alat-alat elektronik, perabot-perabot rumah tangga bahkan pakaian pun tanpa harus membayar kontan ataupun tunai. Jual beli kredit ini diqiyaskan dengan jual beli salam yang dengan tegas diperbolehkan Rasulullah, karena ada persamaan, yaitu sama-sama tertunda, hanya saja jual beli salam barangnya yang tertunda, sedangkan kredit uangnya yang tertunda. dalam jual beli salam harga kontan tidak sama dengan harga yang barangnya tertunda.

---

<sup>1</sup> Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hlm. 299

Perabot-perabot rumah tangga atau alat-alat rumah tangga merupakan salah satu permintaan yang sangat tinggi sekarang ini, karena sebagian individu/konsumen dalam menunjukkan status sosialnya didalam kehidupan bermasyarakat menjadikan perabot rumah tangga sebagai gaya hidup. Dalam perilaku konsumen jika konsumen berniat untuk melakukan pembelian, maka ia akan menjumpai beberapa keputusan mengenai jenis produk, bentuk produk, merek, penjual, kuantitas, waktu pembelian dan cara pembayarannya.<sup>2</sup>

Pengambilan keputusan ialah proses pengintegrasian yang menggabungkan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih dan memilih salah satu diantaranya.<sup>3</sup> Hak membeli sepenuhnya berada pada individu/konsumen. Mereka memanfaatkan beberapa pilihan dalam membeli produk atau jasa yang sesuai dengan selera dan kebutuhan mereka. Setiap keputusan pembelian memiliki srtuktur atas variabel-variabel keputusan diantaranya adalah metode pembayaran, konsumen harus mengambil keputusan tentang cara pembayaran produk yang dibeli, apakah secara tunai, kredit atau cara lainnya.

Pendapatan merupakan salah satu hal penting yang memengaruhi sebuah permintaan, pada dasarnya merupakan hipotesis yang menyatakan bahwa semakin tinggi pendapatan seseorang maka semakin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, semakin rendah pendapatanseseorang

---

<sup>2</sup>Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm. 143.

<sup>3</sup>Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 332.

maka makin sedikit permintaan terhadap barang tersebut.<sup>4</sup> Karena besar kecilnya pendapatan seseorang berpengaruh kepada kemampuan daya beli seseorang. Sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Anisa Budi Utami dkk, menyimpulkan bahwa “Terdapat Pengaruh Positif Antara Pendapatan Terhadap Pengambilan Keputusan”.<sup>5</sup>

Selain itu keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya: faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi.<sup>6</sup> Karakteristik kepribadian seseorang menjadi salah satu yang memengaruhi keputusan pembelian, seperti umur dan tahap daur hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup dan konsep diri.<sup>7</sup> Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan Guntur Afriman menyimpulkan bahwa “Terdapat Pengaruh yang Simultan Antara Kepribadian dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian.”

Bukan hanya pendapatan dan kepribadian, Kebudayaan merupakan kebiasaan masyarakat setempat dalam melakukan berbagai aktivitas yang sudah turun temurun sejak dulu dan merupakan salah satu faktor yang menentukan keinginan dan perilaku seseorang yang paling dasar karena dipengaruhi oleh kebiasaan atau kehidupan sosialnya. Dalam artian merupakan faktor paling utama dalam perilaku pengambilan keputusan dan perilaku

---

<sup>4</sup>Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), hlm. 109.

<sup>5</sup>Anisa Budi Utami, dkk, “Pengaruh Harga, Pendapatan, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Di D’Kranju Tahap II Bekasi Barat,” *Jurnal Epigram* Vol 2 No. 2 (Oktober 2015), hlm. 93.

<sup>6</sup>Kotler dan Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2001), hlm. 193.

<sup>7</sup>Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 66.

pembelian.<sup>8</sup> Dalam penelitian Agung Suprayitno, dkk menyimpulkan bahwa “Faktor Budaya Berpengaruh Positif Tidak Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian,”.

Berdasarkan hasil observasi awal yang telah peneliti lakukan pada Desa Sihiuk Kecamatan Lubuk Barumun Kabupaten Padang Lawas terdapat kurang lebih 244 KK yang bertempat tinggal di desa tersebut. Mayoritas masyarakat memiliki mata pencaharian dibidang pertanian yaitu sawit dan karet.<sup>9</sup> Letak geografis desa yang mudah dijangkau memungkinkan banyaknya pedagang keliling yang keluar masuk desa baik pedagang yang datang dari sekitar daerah maupun luar daerah. Para pedagang keliling maupun pedagang yang menetap di desa Sihiuk menawarkan barang kepada masyarakat dengan dua sistem yaitu cash/tunai dan cicil/kredit.

Berdasarkan hasil wawancara awal yang telah peneliti lakukan kepada 28 ibu-ibu rumah tangga di Desa Sihiuk. 6 dari 28 ibu-ibu rumah tangga yang telah peneliti wawancarai mengaku tidak pernah melakukan pembelian perabot rumah tangga secara kredit, sedangkan 22 ibu-ibu rumah tangga lainnya mengaku sudah sering/biasa melakukan pembelian perabot rumah tangga secara kredit, mulai dari kompor gas, sofa, kulkas dan barang-barang lainnya bahkan pakaian sudah biasa dibeli secara kredit/cicil. Ibu Seri, dkk mengaku memanfaatkan sistem kredit tersebut karena lebih mudah memperoleh barang

---

<sup>8</sup>Nugroho J. Setiadi, hlm. 368–374.

<sup>9</sup>Hasil Wawancara dengan Menek Pulungan (Sekretaris Desa Sihiuk) pada Tanggal 02 Februari 2020 Pukul 15:10 WIB.

yang di inginkan dengan pembayaran yang ringan dengan sistem kredit/cicil.<sup>10</sup> Dari hasil wawancara tersebut terlihat kecenderungan ibu-ibu rumah tangga di Desa sihiuk lebih memilih melakukan pembelian perabot rumah tangga secara kredit dibandingkan pembelian secara tunai.

Berdasarkan uraian di atas, dan untuk mengetahui mengapa masyarakat desa Sihiuk lebih cenderung melakukan pembelian perabot rumah tangga secara kredit maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul tentang “**Analisis Faktor-faktor Yang Memengaruhi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Perabot Rumah Tangga Secara Kredit (Studi Kasus pada Ibu-ibu Rumah Tangga di Desa Sihiuk Kecamatan Lubuk Barumon Kabupaten Padang Lawas).**”

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka peneliti mengidentifikasi masalah yang mempengaruhi konsumen terhadap keputusan pembelian perabot rumah tangga secara kredit. Adapun masalah yang teridentifikasi sebagai berikut:

1. Ibu-ibu rumah tangga di Desa Sihiuk lebih banyak melakukan pembelian secara kredit meskipun harga yang didapatkan lebih tinggi dibandingkan dengan pembelian secara tunai atau *cash*.
2. Kecenderungan ibu-ibu rumah tangga memilih pembelian perabot rumah tangga secara kredit, meskipun pendapatan sebagian masyarakat di

---

<sup>10</sup> Hasil Wawancara Dengan Ibu Seri, Dkk (Ibu-Ibu Rumah Tangga Di Desa Sihiuk) Pada Tanggal 04 Februari 2020, Pukul 14:15 WIB

Desa Sihiuk tergolong mampu untuk melakukan pembelian perabot rumah tangga secara *cash/* tunai.

3. Konsep diri atau kepribadian individu harusnya berbeda dengan orang lain. Namun pada ibu-ibu rumah tangga di Desa Sihiuk memiliki kebiasaan atau budaya yang sama yaitu melakukan pembelian perabot rumah tangga secara kredit.

### C. Batasan Masalah

Bermaksud untuk menguraikan batasan yang paling dasar dari masalah yang ada untuk membatasi pembahasan. Sesuai dengan identifikasi masalah di atas, yang menjadi batasan dalam penelitian ini hanya berfokus pada analisis faktor-faktor yang memengaruhi konsumen terhadap keputusan pembelian perabot rumah tangga secara kredit: studi kasus pada ibu-ibu rumah tangga di Desa Sihiuk Kecamatan Lubuk Barumun Kabupaten Padang Lawas.

### D. Definisi Operasional Variabel

Memberikan definisi yang jelas terhadap variabel yang dipakai dalam penelitian ini ialah variabel bebas atau *independen* (X) yaitu pendapatan ( $X_1$ ) kepribadian ( $X_2$ ) budaya ( $X_3$ ) dan variabel terikat atau variabel *dependen* (Y) yaitu keputusan pembelian.

**Tabel 1.1**  
**Definisi Operasional Variabel**

<b>Jenis Variabel</b>	<b>Definisi Variabel</b>	<b>Indikator Variabel</b>	<b>Skala Pengukuran</b>
Pendapatan ( $X_1$ )	Total penerimaan uang hasil kerja seseorang	1. Pendapatan yang diterima	Interval

	atau rumah tangga selama periode tertentu.	perbulan 2. Pekerjaan 3. Beban keluarga yang ditanggung.	
Kepribadian (X <sub>2</sub> )	Kepribadian juga diartikan sebagai karakteristik yang ada dalam diri individu yang melibatkan berbagai proses psikologis yang akan menentukan kecenderungan dan respon seseorang terhadap lingkungan.	1. Keturunan 2. Lingkungan 3. Situasi	Interval
Budaya (X <sub>3</sub> )	Seperangkat pola pikir yang secara sosial dilahirkan secara simbolis melalui bahasa dan cara lain pada anggota dan masyarakat tertentu, keberadaan budaya memengaruhi pola pikir dan tingkah laku konsumen.	1. Suku Bangsa dan Ras 2. Agama 3. Geografis	Interval
Keputusan (Y)	Proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih, dan memilih salah satu diantaranya.	1. Pengenalan masalah 2. Pencarian informasi 3. Keputusan pembelian 4. Perilaku paska pembelian	Interval

### **E. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan dalam latar belakang masalah, identifikasi masalah. Maka dapat disusun rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh pendapatan terhadap keputusan pembelian perabot rumah tangga secara kredit?
2. Apakah terdapat pengaruh kepribadian terhadap keputusan pembelian perabot rumah tangga secara kredit?
3. Apakah terdapat pengaruh budaya terhadap keputusan pembelian perabot rumah tangga secara kredit?
4. Apakah terdapat pengaruh pendapatan, kepribadian dan budaya secara simultan terhadap keputusan pembelian perabot rumah tangga secara kredit?

### **F. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh pendapatan terhadap keputusan pembelian perabot rumah tangga secara kredit.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepribadian terhadap keputusan pembelian perabot rumah tangga secara kredit.
3. Untuk mengetahui pengaruh budaya terhadap keputusan pembelian perabot rumah tangga secara kredit.
4. Untuk mengetahui pengaruh pendapatan, kepribadian dan budaya secara simultan terhadap keputusan pembelian perabot rumah tangga secara kredit.



## **G. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan sangat teliti. Maka, manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1. Bagi Peneliti**

Penelitian ini merupakan salah satu persyaratan untuk mendapatkan gelar Akademik Sarjana Ekonomi (SE) dibidang Ekonomi Syariah. Dan sekaligus menambah wawasan peneliti terkait transaksi jual beli kredit

### **2. Bagi Institusi**

Hasil penelitian inidiharapkan dapat menambah literatur di perpustakaan IAIN Padangsidempuan serta dapat dijadikan bahan bacaan atau literatur untuk penelitian-penelitian selanjutnya bilamana perlu.

### **3. Bagi Masyarakat**

Kegunaan penelitian bagi masyarakat yakni dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat bagaimana bertransaksi secara kredit dalam kehidupan sehari-hari.

## **H. Sistematika Pembahasan**

Dalam penuliisan skripsi ini terdapat sistematika pembahasan yang digunakan yaitu sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, yaitu tentang gambaran umum penelitian yang terdiri dari latar belakang masalah yang menguraikan tentang masalah dalam penelitian ini, idintifikasi masalah yang menguraikan seluruh aspek yang berhubungan dengan masalah dalam objek penelitian, batasan masalah yang membatasi ruang lingkup permasalahan, defenisi operasonal variabel, peneliti

mendefinisikan variabel yang digunakan dalam penelitian, selanjutnya dalam rumusan masalah, peneliti merumuskan permasalahan penelitian dan menyebutkan tujuan serta kegunaan penelitian yang menjelaskan manfaat yang akan diperoleh dari penelitian ini.

BAB II Landasan Teori yang memaparkan kerangka teori yang menjelaskan uraian-uraian tentang teori dari masing-masing variabel dari berbagai referensi yang berbeda, kemudian ini diperkuat dengan penelitian-penelitian terdahulu, kerangka pikir yang berisi pemikiran peneliti mengenai masalah yang akan diselesaikan, dan hipotesis yang merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian berdasarkan hasil kajian kerangka teori.

BAB III Metode Penelitian yang didalamnya berisi tentang metode penelitian yang terdiri dari lokasi dan waktu penelitian yang dilakukan di Lingkungan Martapotan mulai dari bulan Februari 2020 sampai dengan selesai, kemudian jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan data primer dengan jumlah sampel sebanyak 57 sampel, dan tehnik pengumpulan data yang digunakan adalah angket (*Quistioner*) dan wawancara, serta dilakukan analisis data sesuai dengan masalah yang diteliti oleh peneliti.

BAB IV Hasil penelitian, didalamnya memuat tentang gambaran umum tentang Masyarakat Desa Sihiuk dan Gambaran responden, deskripsi hasil penelitian yang memaparkan data penelitian, kemudian peneliti menjelaskan hasil analisis data serta keterbatasan penelitian.

BAB V Penutup, yang didalamnya memuat tentang kesimpulan dan saran. Secara umum, seluruh subbahasan yang ada dalam penutup adalah membahas tentang kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini setelah menganalisis data dan memperoleh hasil dari penelitian dan menjadi langkah akhir dari penelitian dengan membuat kesimpulan dari penelitian.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Kerangka Teori

##### 1. Keputusan Pembelian

###### a. Pengertian Keputusan Pembelian

Keputusan merupakan awal dari semua aktifitas yang akan dilakukan manusia dengan sadar dan terarah, baik secara individu, kelompok maupun secara *institusional*.<sup>11</sup> Menurut Leon Schiffman dan Leslie Lazar Kanun keputusan pembelian adalah “pemilihan dari dua alternatif atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian”.<sup>12</sup> Dengan perkataan lain pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan.

Sedangkan menurut Philip Kotler yang dimaksud dengan keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian.

Jika seseorang mempunyai pilihan antara melakukan pembelian atau tidak melakukan pembelian, orang tersebut berada dalam posisi mengambil keputusan. Sebaliknya jika konsumen tidak mempunyai alternatif untuk memilih dan benar-benar terpaksa melakukan pembelian

---

<sup>11</sup>Malayu S.P, *Manajemen Dasar, Pengertian, Dan Masalah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), hlm. 53–54.

<sup>12</sup>Leon Schiffman, *Perilaku Konsumen Diterjemahkan Dari “Consumre Brhaviour,”* Edisi Ketujuh (ISBN: PT. Indeks, 2007), 485.

tertentu atau mengambil tindakan tertentu, tanpa ada pilihan lain, ini bukanlah suatu keputusan.<sup>13</sup>

Keputusan pembelian seseorang merupakan hasil suatu hubungan yang saling mempengaruhi dan yang rumit antara faktor-faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologi. Banyak dari faktor ini tidak dipengaruhi oleh pemasaran. Namun faktor-faktor ini sangat berguna untuk mengidentifikasi pembeli-pembeli yang mungkin memiliki minat terbesar terhadap suatu produk.<sup>14</sup>

Dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian merupakan serangkaian aktivitas untuk memenuhi kebutuhan yang dirasakan harus segera dipenuhi dengan pertimbangan tertentu dan memilih salah satu alternatif menyelesaikan masalah tersebut.

## **b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian**

### 1) Faktor Pribadi

a) Faktor demografi adalah berhubungan dengan siapa yang terkait dengan pengambilan keputusan. Faktor ini meliputi ciri-ciri individual seperti jenis kelamin, usia, ras, suku bangsa, pendapatan, siklus, kehidupan keluarga dan pekerjaan.<sup>15</sup>

b) Faktor situasional merupakan keadaan atau kondisi eksternal yang ketika konsumen membuat keputusan pembelian.

---

<sup>14</sup>Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 14.

<sup>15</sup>Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 335.

- c) Faktor tingkat keterlibatan konsumen ditujukan dengan sejauh mana konsumen mempertimbangkan terlebih dahulu keputusannya.

## 2) Faktor Psikologis

Faktor-faktor tersebut meliputi:

- a) Motif
- b) Persepsi
- c) Kemampuan dan pengetahuan
- d) Sikap
- e) Kepribadian

## 3) Faktor Sosial

Faktor-faktor sosial tersebut meliputi:<sup>16</sup>

- a) Peran dan pengaruh keluarga
- b) Kelompok referensi
- c) Kelas sosial
- d) Budaya dan sub-budaya

### **c. Proses Pengambilan Keputusan**

Proses pengambilan keputusan sangat dipengaruhi oleh perilaku konsumen. Proses tersebut sebenarnya merupakan proses pemecahan masalah dalam memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen. Dalam proses keputusan konsumen ada skema yang akan digunakan sebagai

---

<sup>16</sup>Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, hlm. 337.

kerangka untuk menganalisis proses keputusan pembelian konsumen. Berikut adalah tahapan dalam proses pengambilan keputusan.<sup>17</sup>

#### 1) Pengenalan Masalah

Suatu keadaan dimana kebutuhan tersebut dirasakan. Ketika seseorang atau konsumen membandingkan keadaan nyata dengan keadaan yang diinginkannya. Dari hasil perbandingan yang dirasakannya maka seseorang tersebut mengetahui hal apa yang dibutuhkannya. Jika kebutuhan sudah diketahui maka seseorang akan memahami kebutuhan mana yang belum perlu segera dipenuhi atau masalah dapat ditunda pembelianya. Serta kebutuhan yang harus segera dipenuhi. Jadi pada tahap inilah proses pembelian itu mulai dilakukan.

#### 2) Pencarian Informasi

Konsumen yang sudah mengetahui hal apa yang dibutuhkannya akan termotivasi guna mendapatkan informasi lebih tentang barang atau jasa yang dibutuhkannya tersebut. Situasi pencarian informasi dinamakan penguatan perhatian dalam hal mencari informasi dalam bahan bacaan, mewawancarai seseorang yang ahli tentang produk yang kita butuhkan.<sup>18</sup> Berikut sumber informasi utama dimana konsumen dibagi menjadi empat kelompok:<sup>19</sup>

a) Pribadi: keluarga, teman, tetangga, rekan.

---

<sup>17</sup>Morrison, *Metode Penelitian Survei* (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 85–86.

<sup>18</sup>Philip Kotler, *Marketing Management*, Edisi ke-11 jilid 1 (Jakarta: PT. Indeks, 2005), hlm. 224–28.

<sup>19</sup>Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management, Edisi Ke-13 Jilid 1, Alih Bahasa Oleh Benyamin Molen* (Jakarta: PT. Indeks, 2008), hlm. 185.

- b) Komersial: iklan, situs web, wiraniaga, penyalur, kemasan, tampilan.
- c) Publik: media massa, organisasi pemeringkat konsumen.
- d) Eksperimental: penanganan, pemeriksaan, penggunaan produk.

### 3) Evaluasi Alternatif

Bagaimana konsumen mengolah informasi yang ada dengan berbagai pemahaman mulai dari melihat merek yang bersaing dan membuat penilaian akhir terhadap barang atau produk tersebut. Semua konsumen yang hendak melakukan keputusan pembelian tidak ada yang menggunakan evaluasi tunggal atau sederhana dalam situasi pembelian.

### 4) Keputusan Membeli

Tahap penentuan dengan berbagai pertimbangan dan perbandingan yang matang, apakah konsumen akan melakukan pembelian atau tidak. Bila seseorang berniat untuk membelinya ada faktor lain yang ikut berperan dalam menentukan keputusannya yaitu sikap orang lain dan faktor-faktor situasional yang tidak terduga.

### 5) Perilaku Pasca Pembelian

Tindakan pasca pembelian yaitu perasaan puas dan tidak puas yang ditunjukkan konsumen terhadap produk akan berpengaruh pada perilaku konsumen berikutnya. Jika konsumen merasa mantap terhadap produk atau jasa yang dibelinya maka ia akan menunjukkan lebih tinggi yaitu dengan melakukan pembelian lebih lanjut. Dan bila



konsumen merasa tidak puas mungkin konsumen tidak akan memakai atau menggunakannya bahkan bisa saja konsumen tersebut memengaruhi konsumen lain untuk tidak melakukan pembelian. Otomatis penjualan berikutnya akan mengalami penurunan.

#### **d. Pengertian Pembelian Secara Kredit**

Jual beli dalam fikih Islam terkadang dilakukan dengan pembayaran kontan dari tangan ke tangan, dan terkadang dengan pembayaran dan penyerahan barang tertunda, hutang dengan hutang. Terkadang salah satu keduanya kontan dan yang lainnya tertunda. Kalau pembayaran kontan dan penyerahan barangnya tertunda, maka itu disebut jual beli *as-Salam*. Kalau penyerahan barangnya langsung dan pembayarannya tertunda, itu disebut jual beli *Nasi'ah*. Pembayaran tertunda itu sendiri terkadang dibayar belakangan dengan sekali bayar sekaligus. Terkadang dibayar dengan cicilan, itu disebut jual beli taqsit atau kredit. Kredit disini merupakan cara memberikan pembayaran barang dagangan.<sup>20</sup>

Jual beli sistem kredit adalah jual beli yang dimana pembeli saat membeli barang sudah menerimanya sebagai objek jual belinya, tapi belum membayarnya sesuai harga maupun setengah harga kepada penjual, sistem pembayaran disepakati kedua belah pihak secara angsur atau cicil dengan waktu yang telah disepakati bersama.<sup>21</sup> Contohnya

---

<sup>20</sup>Abdullah al-Muslih dan Shalah ash-Shawi, *Fikih Ekonomi Islam, Diterjemahkan Oleh Abu Umar Basyir* (Jakarta: DARUL HAQ, 2015), hlm. 118.

<sup>21</sup>Imam Mustofa, *Fiqh Muamalah Kontemporer* (Yogyakarta: Kaukaba Dipantara, 2014), hlm. 41.

banyak kita temui ibu-ibu yang melakukan pembelian perabot rumah tangga baik kepada pedagang keliling maupun toko perabot yang memberikan penawaran barang dagangannya secara kredit, biasanya dilakukan atas dasar kepercayaan penuh antara penjual dan pembeli karena penjual sudah sering menawarkan barang dagangannya di desa tersebut dan sudah bertahun-tahun berjualan, biasanya pembelian dilakukan terkadang dengan uang muka dan terkadang tidak menggunakan uang muka, dengan sistem pembayaran berkali-kali atau cicil baik sekali seminggu maupun perbulan.

Pendapat Jumhur ahli Fiqh yang memperbolehkan, seperti mazhab Hanafi, Syafi'i, Zaid Bin Ali, Al Mu'ayyad Billah bahwa jual beli ini mengandung maslahat bagi penjual maupun pembeli. Jual beli yang pembayarannya ditangguhkan dan ada penambahan harga dari penjual karena penangguhan adalah sah, karena menurut mereka penangguhan itu adalah harga, karena mereka melihat dari dalil umum yang membolehkan, dan nash yang mengharamkannya tidak ada, yang penting adalah penambahan harga pada penangguhan tersebut adalah harga yang sewajarnya, dan tidak adanya unsur pemaksaan dan zalim.<sup>22</sup>

Keumuman dalil yang menetapkan dibolehkannya jual beli semacam ini. Penjualan kredit hanyalah salah satu dari jenis jual beli yang disyariatkan tersebut (jual beli nasi'ah). Para ulama yang

---

<sup>22</sup>Adnan Murroh Nasution, "Jual Beli Kredit Ditinjau Dari Perspektif Hukum Islam Jurnal Yurisprudencia" Vol, 2 No. 2 (Desember 2016), hlm. 24.

melarangnya tidak memberikan alasan yang mengalihkan hukum jual beli ini menjadi haram.

Dibolehkannya jual beli ini dengan ketentuan selama pihak penjual dan pembeli mengikuti kaidah dan syarat-syarat sebagai berikut:

- 1) Harga barang ditentukan jelas dan pasti diketahui pihak penjual dan pembeli.
- 2) Pembayaran cicilan disepakati kedua belah pihak dan tempo pembayaran dibatasi sehingga terhindar dari praktik *ba'i gharar* “bisnis penipuan”.
- 3) Harga awal yang telah disepakati bersama tidak boleh dinaikkan sebab pelunasannya melebihi waktu yang ditentukan, karena akan menyebabkan praktik riba.
- 4) Seorang pedagang tidak boleh mengeksploitasi kebutuhan pembeli dengan cara menaikkan harga terlalu tinggi melebihi harga pasar yang berlaku, agar tidak termasuk kategori bai' muththar ‘jual beli dengan terpaksa’ yang dikecam Nabi Saw.<sup>23</sup>

Firman Allah Swt dalam Q.S An-Nisa : 29

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ  
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ  
بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

<sup>23</sup>Kutbuddin Aibak, *Kajian Fiqih Kontemporer* (Yogyakarta: Teras, 2009), hlm. 216.

Artinya “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (Q.S An-Nisa:29).<sup>24</sup>

Ayat di atas menekankan keharusan mengindahkan peraturan-peraturan yang ditetapkan dan tidak melakukan apa yang diistilahkan oleh ayat di atas dengan kata *al-bathil*, yakni pelanggaran terhadap ketentuan agama atau persyaratan yang disepakati. Selanjutnya ayat ini juga menekankan keharusan adanya kerelaan kedua belah pihak atau yang diistilalkannya dengan *‘an taradhin minkum*. Walaupun kerelaan adalah suatu yang tersembunyi dilubuk hati, indikator dan tandanya dapat terlihat. Ijab kabul atau apa saja yang dikenal dalam adat kebiasaan sebagai serah terima adalah bentuk-bentuk yang digunakan hukum untuk menunjukkan kerelaan.<sup>25</sup>

Keumuman ayat diatas berbicara tentang jual beli yang dilakukan baik secara kontan maupun kredit yang dilakukan dengan ketentuan saling suka termasuk dibolehkan tanpa ada unsur keterpaksaan dari pihak penjual dan pembeli.

---

<sup>24</sup>Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Tajwid Dan Terjemahannya*, hlm.83.

<sup>25</sup>M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah* (Jakarta: Lentera Hati, 2002), 499.

## 2. Pendapatan

### a. Pengertian pendapatan

Pendapatan merupakan penambahan kotor (bruto) terhadap modal sebagai hasil kegiatan perusahaan.<sup>26</sup> Pendapatan adalah total penerimaan uang hasil kerja seseorang atau rumah tangga selama periode tertentu. Pendapatan merupakan konsep aliran (*flow concept*).<sup>27</sup> Pendapatan merupakan terdiri dari semua output yang dihasilkan atau bisa juga diartikan sebagai pendapatn yang diterima oleh seluruh pihak di dalam perekonomian.<sup>28</sup>

Pendapatan ialah seseorang yang memiliki penghasilan didalam suatu perekonomian apabila pendapatan tinggi maka mudah mencakup berbagai kebutuhan hidupnya, jadi tidaklah mengherankan jika orang-orang yang berpendapatan tinggi menikmati standar hidup yang lebih tinggi pula, mulai dari perumahan yang indah, perawatan kesehatan yang lebih bermutu dan mobil yang mewah.<sup>29</sup>

Pendapatan merupakan keseimbangan yang harus dicapai baik pada fungsi konsumsi maupun produksi.<sup>30</sup> Pendapatan adalah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, sewa, bunga komisi, ongkos dan laba.

---

<sup>26</sup>Murniati Budi Utami, dkk, *Dasar-Dasar Akuntansi* (Surakarta: PT. Tiga Serangkai, 2002), hlm. 14.

<sup>27</sup>Prathama Phardja, *Teori Ekonomi Mikro Suatu Pengantar* (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia), hlm. 292.

<sup>28</sup>Suherman Rosidi, *Pengantar Teori Ekonomi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hlm. 144.

<sup>29</sup>N. Gregori Mankiw, *Pengantar Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2003), hlm. 5.

<sup>30</sup>Adi Warman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011), hlm. 221.

Menurut Soediyono Pendapatan adalah total penerimaan (uang dan bukan uang) seseorang atau suatu rumah tangga selama periode tertentu. Upah dan gaji yang biasa disebut dalam istilah asing *wages and salaries* merupakan pendapatan yang diperoleh rumah tangga keluarga sebagai imbalan terhadap penggunaan jasa sumber tenaga kerja yang mereka gunakan dalam pembentukan produk nasional. Pendapatan adalah sama dengan pengeluaran. Pendapatan yang dicapai oleh jangka waktu tersebut. Pendapatan senantiasa harus sama dengan pengeluaran jangka karena kedua istilah ini menunjukkan hal yang sama hanya dipandang dari sudut pandang lain.

Dari definisi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa pendapatan adalah sesuatu hasil yang didapatkan dari hasil usaha yang terjadi atas penyerahan barang, pemberian jasa dalam kegiatan aktifitas lainnya oleh suatu individu atau perusahaan dalam memenuhi kebutuhan untuk memperjuangkan kehidupannya.

#### **b. Pendapatan dalam Perspektif Islam**

Mengingat nilai-nilai Islam merupakan faktor *intern* dalam rumah tangga seorang muslim, maka haruslah dipahami bahwa seluruh proses aktifitas ekonomi didalamnya harus dilandasi legalitas haram, mulai dari: produktivitas (kerja), hak kepemilikan, konsumsi (pembelanjaan), transaksi dan investasi. ketika seorang muslim ingin memperoleh pendapatan dalam kegiatan ekonomi kita dianjurkan mencari kekayaan karena itu merupakan perintah Allah, dan dalam

menghasilkan pendapatan hendaknya manusia berlaku jujur dan tidak boleh mengandung unsur gharar, riba maupun unsur lain yang dapat merugikan orang lain.

Adapun Firman Allah SWT tentang pendapatan yaitu Q.S: Al-Baqarah: 168

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya:”Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat dibumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”. (Q.S Al-Baqarah: 168).<sup>31</sup>

Ajakan ayat di atas ditujukan bukan hanya kepada orang-orang beriman tetapi untuk seluruh manusia. Hal ini menunjukkan bahwa bumi disiapkan Allah untuk seluruh manusia, mukmin atau kafir. Setiap upaya dari siapa pun untuk monopoli hasil-hasilnya, baik ia kelompok kecil maupun besar, keluarga, suku, bangsa atau kawasan, dengan merugikan orang lain, itu bertentangan dengan ketentuan Allah. Karena itu semua manusia diajak untuk makan yang halal yang ada dibumi baik yang halal zatnya juga halal cara memperolehnya.<sup>32</sup>

Ayat tersebut juga menjelaskan agar kita mencari rezeki dengan cara yang halal dan sesuai dengan syariat Islam, dan bagaimana supaya kita mampu menahan godaan setan untuk mencari rezeki dengan jalan

25. <sup>31</sup>Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Tajwid Dan Terjemahannya*, hlm.

<sup>32</sup>M. Quraish Shihab, *Tafsyr Al-Misbah*, hlm.456.

yang diluar syariat Islam. Sebagaimana kita ketahui bersama setan tersebut adalah musuh nyata bagi kita.

### c. Hubungan Pendapatan dengan Keputusan Pembelian

Pendapatan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi sebuah permintaan, pada hakikatnya merupakan hipotesis yang menyatakan bahwa makin tinggi pendapatan maka makin banyak permintaan terhadap barang atau jasa tersebut, sebaliknya semakin rendah pendapatan seseorang maka makin sedikit permintaan terhadap barang dan jasa tersebut. karena besar kecilnya pendapatan seseorang berpengaruh kepada kemampuan daya beli seseorang.

Pada tingkat pendapatan masyarakat yang tinggi permintaan barang dan jasa akan mengalami peningkatan. Transaksi akan berjalan dengan lancar, distribusi ekonomi lancar karena masyarakat mengalami kecukupan untuk membeli barang sesuai permintannya. Sebaliknya pada tingkat pendapatan masyarakat yang rendah, permintaan barang dan jasa akan mengalami penurunan. Distribusi ekonomi akan tersendat, bila pendapatan terus menurun pasar akan lesu karena kekurangan pembeli.<sup>33</sup>

Begitu juga dengan situasi ekonomi sebuah rumah tangga, seorang ibu rumah tangga biasanya yang bertugas untuk mengendalikan pengeluaran dan mengelola pemasukan sebuah rumah tangga. Karena Tinggi rendahnya pendapatan suatu keluarga dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti Jenis pekerjaan atau jabatan, Pendidikan, Masa kerja, dan

---

<sup>33</sup>Rudini A. J, *Permintaan Barang* (Bandung: CV Djamika, 2012), hlm. 4.



Jumlah anggota keluarga yang ditanggung. Demikian halnya dengan pemenuhan kebutuhan sebuah rumah tangga seorang ibu rumah tangga pasti akan melakukan pembelian baik produk untuk dikonsumsi maupun produk untuk dipakai atau digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Melakukan pembelian untuk memenuhi kebutuhan yang dirasakan harus segera dipenuhi baik dilakukan pembelian secara tunai maupun secara kredit guna mendapatkan barang atau jasa yang dibutuhkan.

### **3. Kepribadian**

#### **a. Pengertian Kepribadian**

Kepribadian merupakan karakteristik yang dimiliki seseorang yang merupakan gabungan dari sifat, temperamen, kemampuan umum dan bakat yang dalam perkembangannya dipengaruhi oleh interaksi individu dengan lingkungannya. Kepribadian juga sering diartikan sebagai karakteristik yang ada dalam diri individu yang melibatkan berbagai proses psikologis yang akan menentukan kecenderungan dan respon seseorang terhadap lingkungan.<sup>34</sup>

Kata kepribadian berasal dari kata *personality* yang berasal dari kata *persona* yang berarti kedok atau topeng, yaitu tutup muka yang sering dipakai oleh pemain-pemain panggung, yang maksudnya untuk menggambarkan perilaku, watak atau pribadi seseorang.

Untuk menjelaskan kepribadian menurut psikologi ada baiknya menggunakan teori dari George Kelly yang memandang bahwa

---

<sup>34</sup>Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen, Implikasi Pada Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2016), hlm. 57.

Kepribadian adalah khas bagi setiap pribadi, sedangkan gaya kepribadian bisa dimiliki oleh orang lain yang juga menunjukkan kombinasi yang berulang-ulang secara khas dan dinamis dari ciri pembawaan dan pola kelakuan yang sama.<sup>35</sup>

Setiap kepribadian seseorang berbeda dengan yang lainnya dan memiliki keunikan tersendiri. Dengan kepribadiannya seseorang bisa mencuri perhatian orang lain dan memikatnya sehingga orang menjadi simpati padanya, dan tertarik dengan pembicaraannya, orang terkesima olehnya.

#### **b. Hubungan Kepribadian Terhadap Prilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian**

Pengaruh kepribadian terhadap perilaku konsumen antara lain lebih suka bertahan kepada suatu merek/barang yang telah terbukti memberikan kepuasan, khususnya tentang manfaat dan telah mengetahui cara penggunaan dari produk yang telah dikenalnya.<sup>36</sup>

Keputusan membeli dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seseorang seperti:

##### 1) Umur dan Tahap Hidup Daur Hidup

Konsumen akan membeli suatu barang atau jasa yang sesuai dengan dirinya baik kegemaran terhadap makanan, pakaian, maupun kebutuhan lain. Membeli juga dibentuk oleh tahap daur hidup

---

<sup>35</sup>Sjarkawi, *Pembentukan Moral Kepribadian Moral Anak* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2008), hlm. 13.

<sup>36</sup>Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 72.

keluarga, tahap-tahap yang mungkin dilalui oleh keluarga sesuai dengan kedewasaannya.

## 2) Pekerjaan

Suatu profesi yang dikerjakan baik individu maupun kelompok yang sudah menjadi aktifitas sehari-harinya, guna mendapatkan penghasilan untuk memenuhi kebutuhannya dalam menyambung hidup. Pekerjaan seseorang berpengaruh dengan kepribadiannya dan terkadang pekerjaan seseorang dapat menggambarkan beberapa sikap dan sifat dalam dirinya yang membuatnya berbeda dengan orang lain.

## 3) Situasi Ekonomis

Kondisi perekonomian individu atau rumah tangga akan berpengaruh terhadap produk yang akan dibelinya. Seseorang saat pendapatannya meningkat cenderung akan membeli banyak barang dan tidak memikirkan barang tersebut mahal atau tidak, dan sebaliknya ketika pendapatannya menurun maka ia akan menyesuaikan pembelian barang dengan keadaan ekonominya.

## 4) Kepribadian

Ciri yang menonjol dari diri seseorang yang ditunjukkannya lewat perilaku dan sifat dalam bergaul dan bersosialisasi dengan orang-orang disekitarnya dan menjadi pembeda dengan orang lain.

### **c. Indikator Kepribadian**

#### 1) Keturunan

Karakteristik seseorang biasanya tidak jauh dari factor didikan orang tuanya atau kebiasaan yang tunjukkan orang tua sejak ia masih kecil, dan menjadi kebiasaan hingga individu tersebut dewasa.

## 2) Lingkungan

Tempat dimana kita tinggal dan bersosialisasi dengan orang sekitar, kebiasaan dalam lingkungan berpengaruh terhadap kepribadian seseorang karna pengkodisian diri individu banyak diperankan dimana dia dibesarkan, teman-teman, keluarga serta lingkungan alami berpengaruh cukup besar dalam pembentukan kepribadian seseorang.

## 3) Situasi

Kepribadian seseorang, bias saja berubah kapan saja tergantung situasi dan keadaan yang sedang dihadapinya saat ini, berubah secara tiba-tiba atau berubah karena situasi atau keadaan itu sah-sah saja. Oleh karena itu, hendaknya kita tidak melihat pola kepribadian dalam keterpencilan.<sup>37</sup>

# 4. Budaya

## a. Pengertian Budaya

Studi mengenai budaya merupakan suatu usaha yang menantang, karena fokusnya yang utama adalah pada komponen perilaku sosial yang paling luas keseluruhan masyarakat. Dengan terdapatnya sifat budaya yang luas dan merembes, studinya biasanya membutuhkan pemeriksaan

---

<sup>37</sup>Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, hlm. 60–61.

yang terinci karena budaya merupakan kepribadian masyarakat, karena itu tidaklah mudah menentukan batas-batasnya.<sup>38</sup>

Kebudayaan berasal dari kata budi dan daya. Budi adalah akal atau pikiran, sedangkan daya adalah usaha atau upaya. Menurut Roymond Williams, “kebudayaan atau kultur berasal dari bahasa latin *cultural*, yang menunjukkan pada kegiatan pengolahan tanah, perawatan dan pengembangan tanaman atau ternak”. Kultur adalah sesuatu yang diresapi.

Secara umum kebudayaan merupakan usaha manusia dalam memenuhi kebutuhan hidup. Kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang.<sup>39</sup> Kebudayaan ini bersifat sangat luas dan menyangkut segala aspek kehidupan manusia.

Menurut pandji Anoraga Budaya adalah “faktor penentu yang mendasar dari keinginan dan perilaku seseorang”. Budaya adalah sekelompok nilai-nilai sosial yang diterima masyarakat secara menyeluruh dan tersebar kepada anggota-anggotanya melalui bahasa dan simbol-simbol. setiap budaya terdiri dari sub-subbudaya yang lebih kecil yang menyediakan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik bagi anggota-anggotanya.<sup>40</sup>

Dapat disimpulkan bahwa pengertian budaya adalah kebiasaan dari seseorang atau masyarakat setempat yang menjadi bagian dari

---

<sup>38</sup>Leon Schiffman, *Perilaku Konsumen Diterjemahkan Dari “Consumre Brhaviour,”* hlm. 356.

<sup>39</sup>Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, hlm. 10.

<sup>40</sup>Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2009), hlm. 227.

kepribadiannya dan orang-orang disekitarnya dalam melaksanakan sesuatu. Kebudayaan sangat susah untuk diubah secara keseluruhan karena sudah merupakan kebiasaan.

#### **b. Sub-budaya**

Setiap kebudayaan terdiri dari sub-budaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk para anggotanya. Sub-budaya dapat dibedakan menjadi empat jenis yaitu: kelompok nasionalisme, kelompok keagamaan, ras dan area geografis.<sup>41</sup>

#### **c. Kelas Sosial**

Kelas sosial adalah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat, yang tersusun secara hierarki dan yang keanggotaannya mempunyai nilai, minat, dan perilaku yang serupa.<sup>42</sup>

#### **d. Indikator Budaya**

- 1) Suku bangsa atau kelompok bangsa adalah kelompok sosial atau kesatuan hidup manusia yang mempunyai sistem interaksi, sistem norma yang mengatur interaksi tersebut, adanya kontinuitas dan rasa identitas yang memersatukan anggotanya serta memiliki sistem kepemimpinan sendiri.
- 2) Agama adalah ajaran, sistem yang mengatur pola hidup manusia agar sesuai dengan ajaran dan aturan dari kepercayaan yang dianut masing-masing individu. Baik hubungannya dengan tuhan maupun hubungannya dengan manusia lain.

---

<sup>41</sup>Leon Schiffman, *Perilaku Konsumen Diterjemahkan Dari "Consumre Brhaviour,"* hlm. 406.

<sup>42</sup>Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, hlm. 11.

- 3) Ras adalah golongan bangsa berdasarkan ciri-ciri fisik atau rumpun bangsa.
- 4) Geografis adalah bersangkut paut dengan geografi. Geografi adalah ilmu tentang permukaan bumi, iklim, penduduk, flora, fauna, serta hasil yang diperoleh dari bumi.

#### **e. Faktor Sosial**

Berikut beberapa faktor yang juga dapat mempengaruhi perilaku konsumen:

##### 1) Kelompok referensi kecil

Kelompok referensi adalah kelompok yang menjadi ukuran seseorang untuk membentuk kepribadian perilakunya. Biasanya masing-masing kelompok mempunyai pelopor opini (*opinion leader*) yang dapat memengaruhi anggota dalam membeli sesuatu.

##### 2) Keluarga

Keluarga menurut Basu Swasta dan Irwan adalah lapisan masyarakat yang paling kecil. Keluarga juga merupakan dunia sosial yang pertama kali dibangun sekaligus yang berkesinambungan bagi seseorang.<sup>43</sup>

#### **f. Hubungan Budaya dengan Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian**

Budaya adalah karakter masyarakat secara keseluruhan, termasuk di dalamnya beberapa faktor yang meliputi bahasa, pengetahuan, hukum,

---

<sup>43</sup>Hany Rahmawati, dkk, *Fokus (Buku Mandiri Pegangan Siswa) "Geografi"* (Diponegoro: CV. Sindunata, 2011), hlm. 26.

agama, kebiasaa, makan, musik, seni, teknologi, pola kerja, produk dan ciri lainnya yang memberikan perbedaan warna dari masyarakat lainnya.

Defenisi ini lengkap dan telah mencakup semua aspek yang mampu membedakan budaya masyarakat yang satu dengan yang lainnya. Dalam hal mengkonsumsi makanan misalnya orang madura lebih suka makan jagung, sedangkan orang maluku lebih merindukan makan sagu.<sup>44</sup> Jadi disetiap daerah memiliki kebiasaan dan perbedaan tersendiri baik kebiasaan mengkonsumsi makanan maupun cara berpakaian masyarakatnya. Demikian hal nya dengan kebutuhan terhadap barang atau jasa banyak dipengaruhi oleh kebiasaan dari daerah dimana konsumen tersebut bertempat tinggal dengan berbagai cara memperoleh nya baik dengan melakukan pembelian dengan cara tunai maupun kredit.

## B. Penelitian Terdahulu

Untuk menguatkan penelitian ini maka peneliti mengambil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul yang diteliti. Adapun dikemukakannya hasil penelitian terdahulu adalah untuk mendukung isi ataupun bahan acuan (perbandingan) dari penelitian ini.

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

No	Nama	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Hesti Ratnaningrum (2016)	Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Pembelian Bahan	Hasil penelitian menunjukkan pengaruh variabel bebas (promosi, harga kulaitas produk)

<sup>44</sup>Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, hlm. 89.



		Bakar Minyak Jenis di Pertalite Kotayogyakarta	terhadap variabel terikat (keputusan pembelian) sebesar 27% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.
2.	Masbulan Nasution (Skripsi IAIN Padangsidimpuan 2017)	Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mi Instan Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan	Dari hasil penelitian ini terhadap pengaruh yang positif antara variabel labelisasi halal terhadap keputusan pembelian
3.	Anisa Budi Utamidkk (Jurnal Epigram, Vol. 12, No. 2, Oktober 2015)	Pengaruh Harga, Pendapatan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Di D'kranji Residence Tahap II Bekasi Barat	Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda keseluruhan variabel bebas Harga ( $X_1$ ), Pendapatan ( $X_2$ ), Lokasi ( $X_3$ ), berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) baik secara parsial maupun simultan.
4.	Hamni Fadlilah Nasution (Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam Vol 4 Nomor 1, Januari-Juni 2018)	Pengaruh Kemudahan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Secara Online (Studi Kasus Mahasiswa Belanja Online Pada FEBI IAIN Padangsidimpuan)	Berdasarkan hasil penelitian ini terdapat pengaruh Kemudahan ( $X_1$ ) terhadap keputusan pembelian secara parsial, dan tidak terdapat pengaruh harga ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian, dan secara simultan terdapat pengaruh Kemudahan dan harga terhadap keputusan pembelian.

Adapun penjelasan mengenai perbedaan dan persamaan dalam judul atau penelitian terdahulu di atas sebagai berikut:

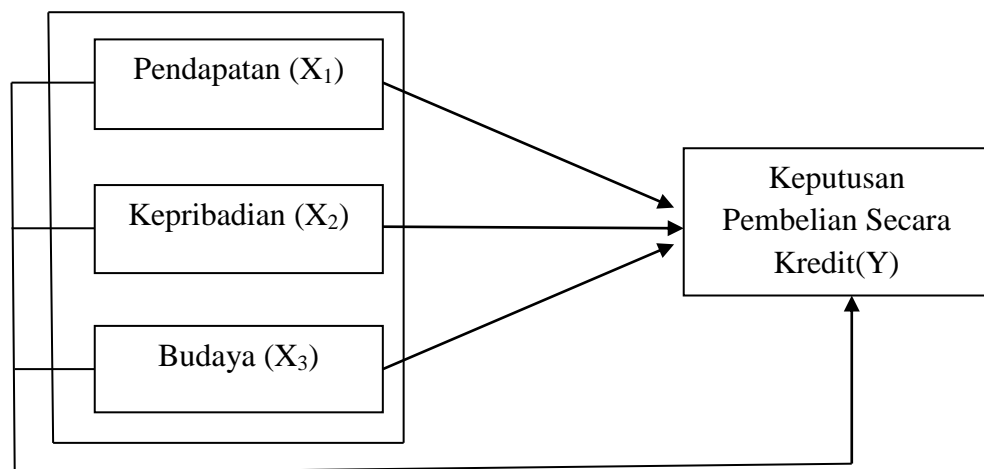
1. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian hesti ratnaningrum terdapat pada variabel bebasnya yaitu menggunakan kualitas produk, harga, dan promosi, sedangkan dalam penelitian ini menggunakan pendapatan, kepribadian dan budaya sebagai variabel bebasnya. persamaanya adalah sama-sama menggunakan keputusan pembelian variabel terikatnya hanya saja penelitian ini dengan sistem kredit.
2. Perbedaan penelitian Masbulan Nasution dengan peneliti ini yaitu menggunakan regresi sederhana dan variabel yang digunakan Halal ( $X_1$ ), sedangkan peneliti menggunakan regresi berganda dan variabel yang digunakan yaitu Harga ( $X_1$ ), Kualitas produk ( $X_2$ ), dan desain ( $X_3$ ). Sedangkan peneliti membahas Variabel Bebas pendapatan( $X_1$ ), kepribadian ( $X_2$ ), Budaya ( $X_3$ ),
3. Persamaan penelitian ini dengan Anisa Budi Utami yaitu sama sama meneliti tentang pendapatan pada variabel X dan menggunakan uji regresi linear berganda. perbedaannya yaitu terletak pada variabel Y, tempat dan waktu penelitian.
4. Persamaan penelitian ini dengan penelitian Hamni Fadlilah Nasution yaitu sama-sama menggunakan penelitian kuantitatif dan menggunakan teknik penarikan sampel yang sama yaitu insidental sampling juga menggunakan regresi linear berganda, sedangkan perbedaannya yaitu terdapat pada variabel bebas yang digunakan serta jumlah responden dan waktu yang berbeda.

### C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.<sup>45</sup> Kerangka berfikir yang baik akan menjelaskan secara beraturan antara variabel yang akan diteliti. Jadi secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antara independen dan dependen.

Hal ini untuk mengetahui secara parsial parsial dan simultan variabel bebas yaitu pendapatan, kepribadian dan budaya apakah memiliki hubungan yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian:

**Gambar 1.1**  
**Kerangka Pikir**



Keterangan:

“X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>” adalah variabel independent (bebas).

Variabel independent (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi/ menyebabkan terjadinya perubahan pada variabel terikat.

<sup>45</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R Dan D* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 60.

“Y” adalah variabel dependent (terikat).

Variabel dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi/terjadi akibat adanya variabel bebas.

#### **D. Hipotesis**

Hipotesis adalah jawaban sementara atas rumusan masalah yang akan diteliti. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empiris. Dalam penelitian ini hipotesis adalah sebagai berikut:

1.  $H_{a1}$ : Terdapat pengaruh Pendapatan terhadap keputusan pembelian perabot rumah tangga secara kredit.  
 $H_{o1}$ : Tidak terdapat pengaruh Pendapatan terhadap keputusan pembelian perabot rumah tangga secara kredit
2.  $H_{a2}$ : Terdapat pengaruh Kepribadian terhadap keputusan pembelian perabot rumah tangga secara kredit.  
 $H_{o2}$ : Tidak Terdapat pengaruh Kepribadian terhadap keputusan pembelian perabot rumah tangga secara kredit
3.  $H_{a3}$ : Terdapat pengaruh Budaya terhadap keputusan pembelian perabot rumah tangga secara kredit.  
 $H_{o3}$ : Tidak Terdapat pengaruh Budaya terhadap keputusan pembelian perabot rumah tangga secara kredit.

4.  $H_{a4}$ : Terdapat pengaruh Pendapatan, Kepribadian dan Budaya secara Simultan terhadap keputusan pembelian perabot rumah tangga secara kredit.

$H_{04}$ : Tidak Terdapat pengaruh Pendapatan, Kepribadian dan Budaya secara Simultan terhadap keputusan pembelian perabot rumah tangga secara kredit

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

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

Penelitian ini dilakukan di Desa Sihiuk, Kecamatan Lubuk Barumon, Kabupaten Padang Lawas. Adapun waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari sampai November 2020.

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

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah data yang berupa angka, sesuai dengan bentuknya, data kuantitatif dapat diolah atau dianalisis dengan menggunakan teknik perhitungan statistik.

#### **C. Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi Penelitian**

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian yang memiliki ciri atau karakteristik tertentu yang dijadikan sebagai objek penelitian (pengamatan). besarnya populasi dalam penelitian ini adalah tergantung dari banyaknya ibu-ibu rumah tangga yang melakukan pembelian perabot rumah tangga secara kredit di Desa Sihiuk Kecamatan Lubuk Barumon Kabupaten Padang Lawas yang jumlahnya tidak diketahui dengan pasti dan berubah terus. Oleh karena itu penentuan jumlah sampel atau responden pada penelitian ini menggunakan pendekatan *Isac Michel* dikarenakan ukuran populasi yang ada tidak dapat diketahui dengan pasti.

## 2. Sampel Penelitian

Sampel adalah sebagian populasi yang memiliki karakteristik relatif sama dan dianggap bisa mewakili populasi. Dalam hal ini sampel yang digunakan adalah ibu-ibu rumah tangga di Desa Sihiuk Kecamatan Lubuk Barumun yang melakukan pembelian perabot rumah tangga secara kredit. Penentuan jumlah sampel atau responden pada kuisisioner penelitian ini menggunakan pendekatan *Isac Michel* dikarenakan ukuran populasi yang ada tidak dapat diketahui dengan pasti.<sup>46</sup>

$$n = \frac{(Z_{\alpha/2})^2 p \cdot q}{e^2}$$

Dimana :

n : ukuran sampel

Z : mengacu pada tingkat kepercayaan, dalam penelitian ini ditentukan  $\alpha = 1 - 0,90 = 0,1$  dan  $\alpha/2 = 0,05$  sedangkan  $Z = 1 - 0,05 = 0,95$  maka diperoleh  $Z = 1,65$ .

P : variasi populasi, variasi populasi disini dinyatakan dalam bentuk proporsi. Karena peneliti melakukan percobaan dengan 28 responden menghasilkan 22 responden yang melakukan pembelian perabot rumah tangga secara kredit. Jadi proporsi yang diperoleh  $22/28 = 0,7$

---

<sup>46</sup>Syofian Siregar, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS* (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 34.

$$q : 1-p = 1 - 0,7 = 0,3$$

e : presentasi kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat diinginkan sekitar 10%.

Melalui rumus di atas dengan menggunakan nilai kritis sebesar 10% maka diperoleh jumlah sampel sebanyak:

$$\begin{aligned} n &= \frac{1,65^2 \cdot 0,7 \cdot 0,3}{0,1^2} \\ &= \frac{2,7225 \cdot 0,7 \cdot 0,3}{0,1^2} \\ &= 57,17/57 \text{ responden} \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan diatas sampel pada penelitian ini berjumlah 57 responden. Pengambilan sampel dilakukan dengan memilih responden agar dapat mewakili penelitian ini dengan menggunakan teknik *insidental sampling* yaitu berdasarkan kebetulan saja, yaitu siapa saja yang tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan dipandang cocok dijadikan sebagai sumber data.<sup>47</sup>

#### **D. Sumber Data**

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data asli yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti untuk menjawab masalah penelitiannya secara khusus. Data primer juga diartikan sebagai data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya, diamati

---

<sup>47</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 122.



dan dicatat untuk pertama kalinya melalui wawancara atau hasil tanya jawab dengan bertatap muka antara pewawancara dengan responden.<sup>48</sup>

## **E. Instrumen Pengumpulan Data**

Berikut Instrumen pengumpulan data yang disusun dalam bentuk pertanyaan yang akan di isi oleh responden.

### **1. Observasi**

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti dengan turun langsung kelapangan untuk meneliti dan mengamati hal-hal yang berkaitan dengan pelaku, kegiatan waktu peristiwa dan perasaan. Observasi yang dilakukan yaitu dengan terjun langsung ke desa Sihiuk Kecamatan Lubuk Barumon, kemudian melakukan pengamatan langsung tentang kondisi nyata dilapangan yang sesungguhnya.

### **2. Angket (Kuesioner)**

Peneliti mengajukan beberapa pertanyaan tertulis dengan menyediakan formulir yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang mengenai objek yang diteliti. Peneliti menggunakan skala Likert sebagai skala kuesioner sikap yang dibuat dalam bentuk *checklist*.

### **3. Wawancara (Interview)**

Metode wawancara adalah metode pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara bebas baik terstruktur maupun tidak terstruktur dengan tujuan untuk memperoleh informasi secara luas

---

<sup>48</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi* (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 157.

mengenai objek penelitian.<sup>49</sup> Wawancara dilakukan peneliti kepada ibu-ibu rumah tangga Desa Sihiuk Kecamatan Lubuk Barumun Kabupaten Padang Lawas, dan juga sumber-sumber lain yang mendukung penelitian ini.

## **F. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas**

### **1. Uji Validitas**

Uji validitas merupakan uji instrument data untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Item dapat dikatakan valid jika adanya korelasi yang signifikan dengan skor totalnya, hal ini menunjukkan dukungan item tersebut dalam mengungkapkan suatu yang ingin diungkap. Item biasanya berupa pertanyaan atau pernyataan yang ditujukan kepada responden dengan menggunakan bentuk kuesioner dengan tujuan untuk mengungkap sesuatu.<sup>50</sup>

Adapun teknik korelasi yang biasa dipakai adalah teknik korelasi *product moment* dan untuk mengetahui apakah nilai korelasi tiap-tiap pertanyaan itu signifikan, maka dapat dilihat pada table nilai product moment atau menggunakan SPSS 22 untuk mengujinya. Untuk butir pertanyaan atau pernyataan yang tidak valid harus dibuang atau tidak dipakai sebagai instrumen pertanyaan atau pernyataan.<sup>51</sup> Adapun dasar pengambilan keputusan yaitu:<sup>52</sup>

---

<sup>49</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R Dan D* (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 137.

<sup>50</sup>Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis* (Yogyakarta: PT. CV Andi Offset, 2014), hlm. 51.

<sup>51</sup>Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertai Karya Ilmiah, Edisi Pertama* (Jakarta: Kencana Media Group, 2011), hlm. 132.

<sup>52</sup>Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*, hlm. 55.

- 1) Jika  $r_{hitung}$  positif, serta  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka butir atau item pertanyaan tersebut valid.
- 2) Jika  $r_{hitung}$  positif serta  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka butir atau item pertanyaan tersebut tidak valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur instrument terhadap kekonsistenan yaitu dengan menggunakan kuesioner. Metode yang biasa digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala *likert* adalah *Cronbach Alpha*. Untuk menentukan apakah instrumen *reliabel* atau tidak dilakukan dengan pengujian reliabilitas digunakan dengan metode *Cronbach 'salphayang* suatu kuesioner dianggap reliabel. jika *Cronbach 'salpha*  $> 0,600$ .

## G. Analisis Data

### 1. Statistik deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan unruk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.<sup>53</sup> Analisis deskriptif digunakan untuk penggambaran tentang statistik data seperti mean, max, min, dan lain sebagainya.<sup>54</sup> Mean(rata-rata) merupakan alat

---

<sup>53</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R Dan D* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 147.

<sup>54</sup>Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*, hlm. 30.

pengukuran rata-rata yang paling populer untuk mengetahui karakteristik dari sekelompok data.<sup>55</sup>

## 2. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dimasukkan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji Kolmogrov-Sminov. Pengambilan keputusan dari uji normalitas yang menggunakan metode uji Kolmogrov-Sminov maka kriteria pengujiannya sebagai berikut:<sup>56</sup>

- a. Jika nilai signifikan  $< 0,1$  maka  $H_0$  ditolak
- b. Jika nilai signifikan  $> 0,1$  maka  $H_0$  diterima.

## 3. Uji Linearitas

Uji Linearitas digunakan untuk mengetahui linearitas data yaitu apakah ada dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak.<sup>57</sup> Uji ini digunakan sebagai prasyarat dalam analisis regresi linear. Pengujian menggunakan *Test For Linearity* pada taraf signifikan 0,1. Dikatakan linear apabila dua variabel mempunyai nilai signifikan kurang dari 0,1.

## 4. Asumsi Klasik

### a. Uji Multikolinearitas

---

<sup>55</sup>Singgih santoso, *Statistik Deskriptif Konsep Dan Aplikasi Dengan Microsoft Exel Dan SPSS* (Yogyakarta: Andi, 2003), hlm. 99.

<sup>56</sup>Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*, hlm. 78.

<sup>57</sup>Agus Irianto, *Statistik Konsep Dasar, Aplikasi Dan Pengembangannya* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), hlm. 272.

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Jika terjadi korelasi maka terdapat problem multikolinearitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Kriteria pengambilan keputusan dalam multikolinearitas ialah apabila nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* yaitu lebih dari 0,10 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.

#### **b. Uji Heteroskedastisitas**

Uji ini dapat diartikan sebagai ketidaksamaan variasi variabel pada semua pengamatan, dan kesalahan yang terjadi memperlihatkan hubungan yang sistematis sesuai dengan besarnya satu atau lebih variabel bebas sehingga kesalahan tersebut tidak random (acak). Suatu regresi dikatakan terdeteksi heteroskedastisitas apabila diagram pancar residual membentuk pola tertentu.<sup>58</sup>

### **H. Uji Hipotesis**

#### **1. Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis regresi linear berganda mempunyai langkah yang hampir sama dengan analisis regresi linear sederhana. Yang menjadi pembeda antar kedua terletak pada variabel yang dimiliki peneliti. Analisis regresi adalah kelanjutan setelah uji validitas, reliabilitas dan uji asumsi klasik. Analisis

---

<sup>58</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R Dan D*, hlm. 154.

regresi linear berganda merupakan persamaan regresi dengan menggunakan dua atau lebih variabel independen. Bentuk persamaan regresi linear berganda ini adalah:<sup>59</sup>

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 \dots\dots + e$$

Keterangan:

Y = variabel dependen

a = konstanta

$b_1, b_2, b_3, b_n$  = koefisien Regresi

$X_1, X_2, X_3, X_n$  = variabel independen

e = *Standard Error*

Sehingga rumus dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$KP = a + b_1 \text{pendapatan} + b_2 \text{kepribadian} + b_3 \text{budaya} + e$$

## 2. Koefisiem Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui sampai sejauh mana ketepatan atau kecocokan garis regresi yang terbentuk dalam mewakili kelompok data. Koefisien determinan menggambarkan bagian dari variasi total yang dapat diterangkan oleh model. dalam peneliti menggunakan empat variabel yaitu regresi Y terhadap  $X_1, X_2, X_3$ , hal ini ingin diketahui bahwa seberapa besarnya persentase sumbangan  $X_1, X_2, X_3$ , terhadap variasi (naik turunnya) Y secara bersama-sama. Besarnya persentase

---

<sup>59</sup>Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*, hlm. 160.

sumbangan ini disebut koefisien determinasi berganda dengan simbol ( $R^2$ ).

Pengambilan keputusan koefisien determinasi yaitu: apabila semakin besar nilai  $R^2$  (mendekati 1), maka ketepatannya dikatakan semakin baik. Apabila nilai  $<R^2 <$  dapat diartikan sebagai berikut:

- a.  $R^2 = 0$  berarti tidak terdapat pengaruh antara X dan Y, atau model regresi yang terbentuk tidak tepat untuk meramalkan Y.
- b.  $R^2 = 1$  berarti terdapat pengaruh antara X dan Y, atau model regresi yang terbentuk dapat meramalkan Y secara sempurna.<sup>60</sup>

### 3. Uji t ( Parsial )

Uji statistik ini digunakan sebagai bukti apakah variabel bebas dan terikat berpengaruh signifikan atau tidak. Maka nilai signifikansi yang digunakan adalah 0.1. bila t hitung  $>$  t tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, bila t hitung  $<$  t tabel maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

### 4. Uji Simultan ( Uji F)

Untuk menunjukkan bersama-sama apakah semua variabel bebas yang dimasukkan memiliki hubungan yang signifikan dengan variabel terikat.<sup>61</sup>

Muhammad Firdaus mengemukakan bahwa keputusan yang diambil dalam

---

<sup>60</sup>Setiawan dan Dwi Endah Kusri, *Ekonometrika* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2010), hlm.64.

<sup>61</sup>Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi Edisi 3* (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 245.

pengujian hipotesisi secara simultan yaitu: jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima juga sebaliknya.



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **1. Sejarah Berdirinya Desa Sihiuk**

Secara singkat desa Sihiuk berdiri sekitar kurang lebih tahun 1930 an. Dimana seorang laki-laki bernama bapak Jasayur membuka lahan baru atau kebun tepat di lokasi desa sihiuk berada yang dinamakan kebun padang, bapak Jasayur ini membuka kebun sambil membuka usaha papan. Kemudian beliau berniat untuk menetap dan tinggal di kebun tersebut dan membuka deesa (Huta) dengan mengajak kawannya yang juga ikut mengolah papan untuk ikut tinggal di kebun tersebut yang awalnya tinggal di desa Parsombaan yang sekarang merupakan tetangga dari desa Sihiuk. Selang setahun akhirnya mereka pun pindah ke kebun tersebut (Desa Sihiuk).

Kemudian mereka mengajak Anakboru dan Mora serta menjemput Kahanggi ke Pasang Lela, singkatnya desa tersebut pun berdiri dan bernama Desa Sihiuk yang secara Historis nama ini berasal dari sungai yang mengalir dari 7 sumber air (Pancuran napitu) yang menyatu jadi satu aliran tepat di desa tersebut yang apabila masyarakat dulu mandi dipagi hari maka tidak akan tahan karna dinginnya air dari sungai tersebut, warga menyebutnya dengan kata *manyiluk* atau *siuk aek nai* yang artinya airnya sangat dingin. Desa Sihiuk diresmikan (ditabalkan) secara adat pada tahun 1974 dengan

nama adat Simambal. Dengan Kepala Desa Pertama yaitu Bapak Wanleman.<sup>62</sup>

Dilihat dari segi kependudukan masyarakat desa Sihiuk adalah masyarakat yang homogeny. Sifat homogeny penduduk ini menjadikan suatu komunitas yang tidak jauh berbeda dalam segi agama dan suku. Masyarakat desa Sihiuk pada umumnya adalah suku batak mandailing dan agama yang paling dominan yang dianut oleh masyarakat di desa Sihiuk adalah agama Islam.

Peneliti memilih lokasi penelitian ini sesuai dengan masalah penelitian tentang Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Perabot Rumah Tangga Secara Kredit dan untuk mengenali lebih jauh tentang desa Sihiuk. Dalam pembahasan berikut peneliti menguraikan gambaran umum lokasi penelitian dari sejarah berdirinya desa Sihiuk dan letak geografisnya.

## **B. Karakteristik Responden**

Berdasarkan data dari 57 responden yang menjadi konsumen perabot Rumah tangga pada masyarakat Desa Sihiuk, sesuai daftar pernyataan dalam karakteristik responden yang ditekankan adalah umur dan pekerjaan. Pengolongan yang dilakukan terhadap respondendalam penelitian ini guna untuk mengetahui secara jelas mengenai gambaran responden sebagai objek penelitian. Karakteristik dari responden sebagai objek penelitian tersebut satu persatu dapat diuraikan sebagai berikut:

---

<sup>62</sup>Hasil Wawancara dengan Bapak Sumuran Siregar (Cerdik Pandai, Hatobangon Desa Sihiuk) pada Tanggal 29 September 2020 Pukul 20:00 WIB.

## 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh gambaran tentang umur dari responden yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel IV.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Orang
1	20-30	10
2	31-40	25
3	41-50	17
4	51-60	5
	Total	57

Sumber. Data Primer yang telah diolah, 2020

Tabel ini menunjukkan bahwa responden yang berusia 31-40 tahun lebih banyak yang membeli perabot rumah tangga secara kredit di Desa Sihiuk. Sedangkan usia yang lainnya lebih sedikit dibandingkan dengan usia 31-40 tahun.

## 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berikut diperoleh karakteristik responden berdasarkan pekerjaan, dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel IV.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No	Pekerjaan	Orang
1	Pegawai/ Karyawan	3
2	Wiraswasta	24
3	Bertani/ Ibu rumah tangga	30

	Total	57
--	-------	----

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2020

Tabel menunjukkan bahwa responden dengan pekerjaan bertani/ ibu rumah tangga lebih banyak daripada pekerjaan yang sudah tertera pada tabel. Responden dengan pekerjaan bertani/ibu rumah tangga sebanyak 30 orang.

### C. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

#### 1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji instrumen penelitian tentang apa yang sebenarnya diukur, sedangkan penelitian yang dapat diukur hanya pada data yang valid. Hasil angket yang telah disebarakan kepada 57 responden akan dianalisis, terlebih dahulu akan diuji kevalidannya agar mengungkapkan suatu yang ingin diungkap. Adapun butir soal yang ingin diuji validitasnya yaitu 9 item pernyataan keputusan pembelian, 7 item untuk pendapatan, 7 item untuk kepribadian dan 6 item untuk budaya. Adapun hasil dari uji validitas dari variabel keputusan pembelian yaitu sebagai berikut:

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

No	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,679	Data dikatakan valid jika nilai positif dan $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n=57 - 2 = 55$ maka $r_{tabel}$ pada taraf signifikan $0,1 = 0,220$	Valid
2	0,613		Valid
3	0,712		Valid
4	0,404		Valid

5	0,624		Valid
6	0,586		Valid
7	0,667		Valid
8	0,379		Valid
9	0,655		Valid

Sumber: Datadiolah dari hasil output SPSS 23

Dari hasil uji validitas keputusan pembelian dari 1 sampai 9 item dinyatakan valid. Dimana nilai keseluruhan  $r_{hitung}$  lebih besar daripada  $r_{tabel}$ . Adapun hasil dari uji validitas pada variabel pendapatan yaitu sebagai berikut:

**Tabel IV. 5**  
**Hasil Uji Validitas Pendapatan**

No	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,247	Data dikatakan valid jika nilai positif dan $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n = 57 - 2 = 55$ maka $r_{tabel}$ pada taraf signifikan $0,1 = 0,220$	Valid
2	0,515		Valid
3	0,319		Valid
4	0,604		Valid
5	0,437		Valid
6	0,428		Valid
7	0,398		Valid

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS 23

Dari hasil uji validitas pada variabel pendapatan dari 1 sampai 7 item dinyatakan valid. Dimana nilai keseluruhan  $r_{hitung}$  lebih besar dari pada  $r_{tabel}$ . Adapun hasil uji validitas dari variabel kepribadian yaitu sebagai berikut:

**Tabel IV.6**  
**Hasil Uji Validitas Kepribadian**

No	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,361		Valid
2	0,772		Valid
3	0,576		Valid
4	0,550		Valid
5	0,222		Valid
6	0,809		Valid
7	0,462		Valid

Data dikatakan valid jika nilai positif dan  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  dengan  $n=57 - 2 = 55$  maka  $r_{tabel}$  pada taraf signifikan 0,1 = 0,220

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS 23

Dari hasil uji validitas pada variabel kepribadian dari 1 sampai 4 item pernyataannya adalah valid. Dimana nilai keseluruhan  $r_{hitung}$  lebih besar dari pada  $r_{tabel}$ . Adapun hasil uji validitas dari variabel budaya yaitu sebagai berikut:

**Tabel IV.7**  
**Hasil Uji Validitas Budaya**

No	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,683		Valid
2	0,558		Valid
3	0,239		Valid
4	0,667		Valid
5	0,537		Valid
6	0,390		Valid

Data dikatakan valid jika nilai positif dan  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  dengan  $n=57 - 2 = 55$  maka  $r_{tabel}$  pada taraf signifikan 0,1 = 0,220

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS 23

Dari hasil uji validitas budaya dari 1 sampai 6 item dinyatakan valid. Dimana nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari pada  $r_{tabel}$ . Setelah di uji validitas maka tahap berikutnya yaitu menguji reliabilitas dari suatu angket.

## 2. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk melihat derajat ketetapan, atau kekuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran. Pengujiannya dapat dilakukan secara internal, yaitu pengujian dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada. Dengan melihat nilai *cronbach alpha*  $>0,6$ . Berikut hasil uji reliabilitas dari variabel keputusan pembelian.

**Tabel IV. 8**  
**Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian**

Reliability Statistics	
Cronbh's Alpha	N of Items
,766	9

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS 23

Dari uji reliabilitas keputusan pembelian dapat dikatakan *reliabel*, jika nilai *cronbach alpha*  $0,766 > 0,60$ . Maka dapat disimpulkan bahwa variabel keputusan pembelian dinyatakan reliabel dan dapat diterima. Sedangkan uji reliabilitas untuk variabel pendapatan adalah sebagai berikut:

**Tabel IV.9**  
**Hasil Uji Reliabilitas Pendapatan**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,628	7

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS 23

Dari uji reliabilitas pendapatan dapat dikatakan *reliabel*, jika nilai *cronbach alpha*  $0,628 > 0,60$ . Maka dapat disimpulkan bahwa variabel

pendapatan dinyatakan *reliabele* dan dapat diterima. Sedangkan uji reliabilitas untuk variabel kepribadian sebagai berikut:

**Tabel IV.10**  
**Hasil Uji Relibilitas Kepribadian**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,717	7

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS 23

Dari uji reliabilitas kepribadian dapat dikatakan *reliabel*, jika nilai *cronbach alpha*  $0,717 > 0,60$ . Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kepribadian dinyatakan *reliabel* dan diterima. Sedangkan uji reliabilitas untuk variabel budaya adalah sebagai berikut:

**Tebel IV.11**  
**Hasil Uji Relibilitas Budaya**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,663	6

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS 23

Dari uji reliabilitas budaya dapat dikatakan *reliabel*, jika nilai *cronbach alpha*  $0,663 > 0,60$ . Maka dapat disimpulkan bahwa variabel budaya dinyatakan *reliabel* dan diterima.

## D. Hasil Analisis Data

### 1. Hasil Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan terhadap objek yang diteliti. Analisis deskriptif dalam penelitian ini dibuat dalam bentuk mean, maximum dan minimum. Berikut



hasil dari analisis deskriptif untuk variabel pendapatan, kepribadian, budaya dan keputusan pembelian.

**Tabel IV.12**  
**Hasil Uji Deskriptif**

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y K. Pembelian	57	28	40	33,33	3,318
X1 Pendapatan	57	21	32	28,51	2,323
X2 Kepribadian	57	18	33	26,23	3,412
X3 Budaya	57	18	28	23,19	1,950
Valid N (listwise)	57				

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS 23

Dari data diatas dapat dilihat pada variabel Keputusan Pembelian (Y) nilai yang paling rendah (minimum) yaitu 28 dan nilai tertinggi (maximum) yaitu 40 dan nilai rata-rata (mean) yaitu 33,23. Pada variabel X yaitu pada variabel pendapatan ( $X_1$ ) nilai paling rendah (minimum) yaitu 21, nilai tertinggi (maximum) 32 sedangkan nilai rata-rata (mean) yaitu 28,51. Untuk variabel kepribadian ( $X_2$ ) nilai paling rendah (minimum) adalah 18, nilai tertinggi (maximum) adalah 33 sedangkan nilai rata-rata (mean) adalah 26.23. Pada variabel budaya ( $X_3$ ) nilai paling rendah (minimum) adalah 18 dan nilai tertinggi (maximum) adalah 28 sedangkan nilai rata-rata (mean) yaitu 23.19

## 2. Hasil Uji Normalitas

Untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak maka digunakan uji normalitas. Pada penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan berdasarkan pada metode uji *one sample kolmogrov-smirnov*. Dalam

hal ini, dikatakan nilai residual berdistribusi normal apabila nilai signifikansinya  $> 0,1$ . Hal tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel IV.13**  
**Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Y	X1	X2	X3	Unstandardized Residual
N		57	57	57	57	57
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	33,33	28,51	26,23	23,19	,0000000
	Std. Deviation	3,318	2,323	3,412	1,950	3,04801914
	Most Extreme Differences					
	Absolute	,112	,145	,133	,153	,076
	Positive	,112	,072	,082	,153	,076
	Negative	-,078	-,145	-,133	-,112	-,067
Test Statistic		,112	,145	,133	,153	,076
Asymp. Sig. (2-tailed)		,071 <sup>c</sup>	,004 <sup>e</sup>	,013 <sup>e</sup>	,002 <sup>c</sup>	,200 <sup>c,d</sup>

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS 23

Dari hasil uji normalitas pada tabel IV.13 dapat dilihat bahwa nilai signifikan (Asymp. Sig2-tailed) sebesar 0,200<sup>c,d</sup> lebih besar dari nilai signifikan 0,1 ( $0,200 > 0,1$ ) maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual tersebut berdistribusi normal.

### 3. Hasil Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Dua variabel dikatakan memiliki hubungan yang linier bila nilai signifikannya kurang dari 0,1.

**a. Hasil Uji Linearitas Pendapatan ( $X_1$ )**

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel pendapatan dan keputusan pembelian mempunyai hubungan yang linear.

**Tabel IV.14**  
**Hasil Uji Linearitas Pendapatan**

			ANOVA Table				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X1	Between Groups	(Combined)	43,641	10	4,364	,350	,961
		Linearity	,178	1	,178	,014	,905
		Deviation from Linearity	43,463	9	4,829	,388	,935
	Within Groups		573,026	46	12,457		
Total			616,667	56			

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS 23

Dari tabel IV.14 dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak memenuhi asumsi linearitas dengan melihat nilai linear. Nilai linear signifikan  $>0,1$ . Nilai signifikan  $0,905 > 0,1$  berarti data pendapatan dan keputusan pembelian memiliki hubungan yang tidak linear.

**b. Hasil Uji Linearitas Kepribadian ( $X_2$ )**

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel kepribadian dan keputusan pembelian mempunyai hubungan yang linear.

**Tabel IV.15**  
**Hasil Uji Linearitas Kepribadian**

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X2	Between Groups	(Combined)	161,355	14	11,525	1,063	,416
		Linearity	3,583	1	3,583	,330	,568
		Deviation from Linearity	157,772	13	12,136	1,120	,370
	Within Groups		455,312	42	10,841		
Total			616,667	56			

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS 23

Dari hasil uji linearitas antara kepribadian dan keputusan pembelian konsumen pada tabel IV.15 dapat disimpulkan bahwa data tersebut memenuhi asumsi linearitas dengan melihat nilai linier. Nilai linear signifikan  $<0,1$ . Nilai signifikan  $0,568 > 0,1$ , berarti data kepribadian dan keputusan pembelian konsumen tidak memiliki hubungan yang linear.

**c. Hasil Uji Linearitas Budaya(X<sub>3</sub>)**

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel budaya dan keputusan pembelian mempunyai hubungan yang linear.

**Tabel IV.16**  
**Hasil Uji Linearitas Budaya**

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X3	Between Groups	(Combined)	146,833	9	16,315	1,632	,134
		Linearity	82,264	1	82,264	8,229	,006



1	(Constant)	19,316	7,530		2,565	,013		
	X1	,082	,182	,057	,447	,657	,976	1,025
	X2				-			
	X3	-,147	,126	-,151	1,167	,248	,950	1,053
		,670	,219	,394	3,067	,003	,966	1,036

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS 23

Berdasarkan Tabel IV.17 dapat diketahui nilai VIF untuk variabel pendapatan  $1.025 < 10$ , variabel kepribadian  $1,053 < 10$  dan budaya  $1,036 < 10$ , jadi dapat disimpulkan nilai VIF dari ketiga variabel lebih kecil dari 10 ( $VIF < 10$ ).

Sementara nilai *tolerance* untuk variabel pendapatan adalah  $0,976 > 0,1$ , Kepribadian  $0,950 > 0,1$  dan budaya  $0,966 > 0,1$ , jadi dapat disimpulkan nilai *tolerance* dari ketiga variabel adalah lebih besar dari 0,1 ( $tolerance > 0,1$ ). Berdasarkan penelitian dari tabel di atas maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikoleniaritas antara variabel pendapatan, kepribadian dan budaya terhadap keputusan pembelian.

#### **b. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan heteroskedastisitas, bila nilai signifikan  $< 0,1$  maka akan terjadi heteroskedastisitas, sebaliknya bila nilai signifikan  $> 0,1$  maka tidak terjadi heteroskedastisitas, dengan menggunakan uji rank spearman.

**Tabel IV.18**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

			Correlations			
			X1	X2	X3	Unstandardized Residual
Spearman's rho	X1	Correlation Coefficient	1,000	,040	-,086	-,038
		Sig. (2-tailed)	.	,769	,527	,780
		N	57	57	57	57
X2		Correlation Coefficient	,040	1,000	,144	,009
		Sig. (2-tailed)	,769	.	,285	,948
		N	57	57	57	57
X3		Correlation Coefficient	-,086	,144	1,000	,075
		Sig. (2-tailed)	,527	,285	.	,579
		N	57	57	57	57
Unstandardized Residual		Correlation Coefficient	-,038	,009	,075	1,000
		Sig. (2-tailed)	,780	,948	,579	.
		N	57	57	57	57

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS 23

Dari tabel IV.18 di atas dapat dilihat bahwa nilai korelasi ketiga variabel independen memiliki nilai signifikan lebih dari 0,1, dimana pendapatan ( $X_1$ )  $0,780 > 0,1$ , kepribadian ( $X_2$ )  $0,948$  dan budaya ( $X_3$ )  $0,579 > 0,1$ . Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

## E. Hasil Uji Hipotesis

### 1. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Berikut adalah hasil analisis regresi linier berganda:

**Tabel IV.19**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	19,316	7,530		2,565	,013
	X1	,082	,182	,057	,447	,657
	X2	-,147	,126	-,151	-1,167	,248
	X3	,670	,219	,394	3,067	,003

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS 23

Adapun Persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$KP = \alpha + b_1Pdt_n + b_2Kpr + b_3Bdy + e$$

$$KP = 19,316 + 0,082 Pdt_n - 0,147 Kpr + 0,670 Bdy + e$$

Dari persamaan regresi itu dapat diartikan bahwa:

1. Nilai konstanta 19,316 dengan parameter positif menunjukkan bahwa apabila pendapatan, kepribadian dan budaya dianggap konstan atau ditiadakan, maka keputusan pembelian perabot rumah tangga secara kredit sebesar 19.316 satuan.
2. Nilai koefisien pendapatan sebesar 0,082 menunjukkan bahwa apabila pendapatan meningkat sebesar 1satuan, maka akan meningkat keputusan pembelian sebesar 0,082 satuan, dan sebaliknya dengan anggapan variabel lain tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara pendapatan dengan keputusan pembelian. Namun pada



penelitian ini pendapatan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian

3. Nilai koefisien kepribadian sebesar -0,147 menunjukkan bahwa apabila kepribadian meningkat sebesar 1 satuan, maka akan meningkat keputusan pembelian sebesar -0,147 satuan dan sebaliknya dengan anggapan variabel lain tetap. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan negatif antara kepribadian dengan keputusan pembelian. Namun pada penelitian ini kepribadian tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
4. Nilai koefisien budaya sebesar 0,670 menunjukkan bahwa apabila budaya meningkat 1 satuan, maka akan meningkat keputusan pembelian sebesar 0,670 satuan dan sebaliknya dengan anggapan variabel lain tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara budaya terhadap keputusan pembelian.

## 2. Hasil Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Adapun hasil dari koefisien determinasi (*adjusted R<sup>2</sup>*) sebagai berikut:

**Tabel IV.20**  
**Hasil Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,395 <sup>a</sup>	,156	,109	3,133

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS 23

Berdasarkan Tabel IV.20 dapat Diketahui bahwa nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* sebesar 0,156. Nilai ini bermakna bahwa variabel pendapatan, kepribadian dan budaya mempengaruhi keputusan pembelian perabot rumah tangga secara kredit sebesar 0,156 dengan demikian hubungan antara variabel independen dengan variabel depeden lemah.

Nilai *Adjusted R Square* pada tabel diatas adalah 0,156 atau sama dengan 15,6 %. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel independen (pendapatan, kepribadian, dan budaya) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) sebesar 15,6%. Sedangkan sisanya sebesar 84,4% (100%-15,6%) dipengaruhi dan dijelaskan oleh variabel lain yang tidak menjadi fokus penelitian.

### 3. Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Adapun hasil analisis regresi sebagai berikut:

**Tabel IV.21**  
**Hasil Uji Signifikan Parsial**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19,316	7,530		2,565	,013
	X1	,082	,182	,057	,447	,657
	X2	-,147	,126	-,151	-1,167	,248
	X3	,670	,219	,394	3,067	,003

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS 23

Dari hasil uji parsial Tabel IV.21 dapat dilihat pengaruh setiap variabel dimana nilai  $t_{\text{tabel}}$  yang diperoleh dari rumus  $df = 1 - k - 1$  atau  $57 - 3 - 1 =$  sebesar 1,674 yaitu:

- a)  $t_{hitung}$  pendapatan adalah  $0,447 < 1,674$ . Maka  $H_{01}$  diterima dan  $H_{a1}$  ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh pendapatan terhadap keputusan pembelian perabot rumah tangga secara kredit pada ibu-ibu rumah tangga di Desa Sihiuk Kecamatan Lubuk Barumun Kabupaten Padang Lawas.
- b)  $t_{hitung}$  Kepribadian adalah  $-1,167 < 1,674$ . Maka  $H_{02}$  diterima dan  $H_{a2}$  ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh kepribadian terhadap keputusan pembelian perabot rumah tangga secara kredit pada ibu-ibu rumah tangga di desa Sihiuk Kecamatan Lubuk Barumun Kabupaten Padang Lawas.
- c)  $t_{hitung}$  Budaya adalah  $3,067 > 1,674$ . Maka  $H_{03}$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima, artinya terdapat pengaruh budaya terhadap keputusan pembelian perabot rumah tangga secara kredit pada ibu-ibu rumah tangga di desa Sihiuk Kecamatan Lubuk Barumun Kabupaten Padang Lawas.

#### 4. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Adapun hasil output dari regresi sebagai berikut:

**Tabel IV.22**  
**Hasil Uji Simultan**

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	96,403	3	32,134	3,274	,028 <sup>b</sup>
	Residual	520,264	53	9,816		
	Total	616,667	56			

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS 23

Hasil Uji simultan pada tabel IV.22  $F_{hitung}$  sebesar  $3,274 > F_{tabel} 2,78$  ( $df_1=k-1$  dan  $df_2= n-k$  maka  $df_1=4-1=3$  dan  $df_2=57-3=54$  dengan taraf signifikan 10%=), karena  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_{04}$  ditolak dan  $H_{a4}$  diterima,

artinya terdapat pengaruh antara pendapatan, kepribadian dan budaya secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan pembelian perabot rumah tangga secara kredit pada ibu-ibu rumah tangga di Desa Sihiuk Kecamatan Lubuk Barumun Kabupaten Padang Lawas.

## **F. Pembahasan Hasil Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui ada atau tidak Pendapatan ( $X_1$ ), Kepribadian ( $X_2$ ) dan Budaya ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ) perabot rumah tangga secara kredit pada desa Sihiuk. Penelitian ini berjudul Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Perabot Rumah Tangga Secara Kredit (Studi Kasus pada Ibu-ibu Rumah Tangga di Desa Sihiuk Kecamatan Lubuk Barumun Kabupaten Padang Lawas). Dari hasil penelitian ini sebagaimana dicantumkan diatas, yang dianalisis menggunakan SPSS Versi 23 menunjukkan hasil koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,156 atau 15,6%. Hal ini menunjukkan bahwa sumbangan pengaruh variabel pendapatan, kepribadian dan budaya terhadap keputusan pembeli sebesar 15,6% dan 84,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Dari hasil perhitungan SPSS yang dilakukan pada variabel pendapatan, kepribadian dan budaya terhadap keputusan pembelian. Berikut penjelasan dari penelitian yang diperoleh.

### **1. Pengaruh pendapatan terhadap keputusan pembelian**

Pendapatan adalah total penerimaan uang hasil kerja seseorang atau rumah tangga selama periode tertentu. Pendapatan merupakan konsep aliran

(*flow concept*). Berdasarkan hasil penelitian secara parsial variabel pendapatan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang dibuktikan dengan  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $0,447 < 1,674$ ). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Dhimas Dwi Laksono dan Donant Alananto Iskandar bahwa variabel pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan  $t$  hitung  $-0,508$  yang lebih kecil dari  $t$  tabel". Sedangkan penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Anisa Budi Utami dkk yang menyatakan bahwa "pendapatan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian" yang dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $0,289 > 1,980$ ).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pendapatan berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian perabot rumah tangga secara kredit. Artinya, ibu-ibu rumah tangga di Desa Sihiuk tidak menggunakan pendapatan sebagai tolak ukur dalam mengambil keputusan pembelian perabot rumah tangga secara kredit.

## 2. Pengaruh kepribadian terhadap keputusan pembelian

Kepribadian merupakan keseluruhan kualitas psikis yang diperoleh atau diwarisi yang khas pada seseorang yang membuatnya unik. Berdasarkan hasil penelitian secara parsial variabel kepribadian tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $-1,167 < 1,674$ ). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Reski Amalia yang menyatakan bahwa "tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kepribadian terhadap keputusan pembelian konsumen" yang dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $0,180 < 1,985$ ). Sedangkan penelitian ini tidak

sejalan dengan penelitian Arum Diningsih yang menyimpulkan bahwa “kepribadian berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen” yang dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,14 > 1,689$ ).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kepribadian tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian perabot rumah tangga secara kredit. Artinya ibu-ibu rumah tangga di desa Sihuik tidak menggunakan variabel kepribadian dalam mengambil keputusan pembelian perabot rumah tangga secara kredit.

### 3. Pengaruh budaya terhadap keputusan pembelian

Adat atau kebiasaan masyarakat setempat dinamakan budaya. Berdasarkan hasil penelitian secara parsial variabel budaya berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian yang dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,067 > 1,674$ ). Hasil ini sejalan dengan penelitian Agung Suprayitno, dkk yang berjudul pengaruh budaya, sosial, pribadi, dan psikologi konsumen terhadap keputusan pembelian pada restoran gado-gado boplo (studi kasus: restoran gado-gado boplo panglima polim Jakarta selatan) “budaya berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian” yang dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,258 > 1,96$ ).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa budaya berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian perabot rumah tangga secara kredit. Artinya ibu-ibu rumah tangga di Desa Sihuik menggunakan variabel budaya dalam mengambil keputusan pembelian perabot rumah tangga secara kredit.

4. Pengaruh pendapatan, kepribadian dan budaya terhadap keputusan pembelian.

Keputusan pembelian adalah seleksi antara dua pilihan alternatif atau lebih, dengan katalain alternatif harus tersedia bagi seseorang saat mengambil keputusan. Hasil uji F menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel pendapatan, kepribadian dan budaya terhadap keputusan pembelian perabot rumah tangga secara kredit yang dibuktikan dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $3,274 > 2,78$ ). Sedangkan dari hasil uji *Adjusted R<sup>2</sup>* sebesar 0,156 yang berarti bahwa besarnya pengaruh variabel pendapatan, kepribadian dan budaya terhadap keputusan pembelian sebesar 15,6%, sedangkan sisanya sebesar 84,4% yang dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pendapatan, kepribadian dan budaya berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian perabot rumah tangga secara kredit pada ibu-ibu rumah tangga di Desa Sihiuk.

#### **G. Keterbatasan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan sesuai dengan langkah-langkah yang sudah ditetapkan dalam metode penelitian. Namun, peneliti menyadari bahwa penelitian ini jauh dari kesempurnan dan masih banyak lagi keterbatasan yang dapat memengaruhi hasil penelitian. Adapun keterbatasan yang dihadapi penulis yaitu:

1. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada penggunaan variabel yang diteliti yaitu terbatas pada variabel pendapatan, kepribadian budaya dan keputusan pembelian konsumen sementara masih banyak lagi variabel lain yang dapat diteliti.
2. Dalam menyebar angket peneliti tidak mengetahui apakah responden memberikan kejujuran dalam menjawab pernyataan yang diberikan sehingga memengaruhi validitas data yang diperoleh.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian maka diperoleh persamaan Adjusted  $R^2$  sebesar 0,156 yang berarti bahwa besarnya pengaruh variabel pendapatan, kepribadian dan budaya terhadap keputusan pembelian sebesar 15,6% dan sisanya sebesar 84,4% yang dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Adapun kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara parsial tidak terdapat pengaruh pendapatan terhadap keputusan pembelian perabot rumah tangga secara kredit pada ibu-ibu rumah tangga di desa Sihiuk yang dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $0,447 < 1,674$ ).
2. Secara parsial tidak terdapat pengaruh kepribadian terhadap keputusan pembelian perabot rumah tangga secara kredit pada ibu-ibu rumah tangga di desa Sihiuk yang dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $-1,167 < 1,674$ ).
3. Secara parsial terdapat pengaruh budaya terhadap keputusan pembelian perabot rumah tangga secara kredit pada ibu-ibu rumah tangga di desa Sihiuk yang dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,067 > 1,674$ ).
4. Secara simultan terdapat pengaruh pendapatan, kepribadian dan budaya terhadap keputusan pembelian perabot rumah tangga secara kredit pada ibu-ibu rumah tangga di desa Sihiuk yang dibuktikan dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $3,274 > 2,78$ ).

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dipaparkan maka peneliti menyampaikan pesan-pesan yang kiranya bermanfaat kepada pihak-pihak yang terkait. Adapun saran yang harus disampaikan yaitu sebagai berikut:

### **1. Bagi Konsumen (masyarakat)**

Dari hasil penelitian maka disarankan kepada konsumen atau masyarakat agar lebih menyesuaikan pendapatan dengan tingkat konsumsi keluarga atau kebutuhan akan barang-barang agar tercipta keseimbangan antara penerimaan dan pengeluaran yang baik dalam perekonomian rumah tangga.

### **2. Bagi Pedagang**

Dari hasil penelitian, maka disarankan kepada pedagang untuk tetap memberikan penawaran dengan sistem kredit agar masyarakat lebih mudah memenuhi kebutuhan tanpa menunggu dana yang diperlukan terkumpul dan memberikan harga yang wajar agar tercipta transaksi yang berlaku dengan suka sama suka dan saling ridho, serta terhindar dari Riba karena Riba hukumnya haram. Serta dengan pencatat transaksi yang transparan guna menghindari kesalahan pahaman dikemudian hari.

### **3. Bagi Peneliti Selanjutnya.**

Diharapkan hasil peneltian ini dapat digunakan sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya dan bisa menjadi bahan refrensi bagi peneliti yang berkeinginan untuk melakukan penelitian pada masa yang akan datang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah al-Muslih dan Shalah ash-Shawi. *Fikih Ekonomi Islam, Diterjemahkan Oleh Abu Umar Basyir*. Jakarta: DARUL HAQ, 2015.
- Adi Warman A. Karim. *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011.
- Agus Irianto. *Statistik Konsep Dasar, Aplikasi Dan Pengembangannya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.
- Departemen Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an Tajwid Dan Terjemahannya*. Jakarta: Maghfirah Pusataka, 2016.
- Duwi Priyatno. *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: PT. CV Andi Offset, 2014.
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiiah. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Raja Grafindo Persada, 2013.
- Hany Rahmawati, dkk. *Fokus (Buku Mandiri Pegangan Siswa) "Geografi."* Diponegoro: CV. Sindunata, 2011.
- Hendi Suhendi. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Rajawali Pers, 2011.
- Imam Mustofa. *Fiqh Muamalah Kontemporer*. Yogyakarta: Kaukaba Dipantara, 2014.
- Juliansyah Noor. *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertai Karya Ilmiah, Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana Media Group, 2011.
- Kotler dan Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2001.
- Kutbuddin Aibak. *Kajian Fiqih Kontemporer*. Yogyakarta: Teras, 2009.

- Leon Schiffman. *Perilaku Konsumen Diterjemahkan Dari "Consumre Brhaviour."* Edisi Ketujuh. ISBN: PT. Indeks, 2007.
- M. Quraish Shihab. *Tafsyr Al-Misbah*. Jakarta: Lentera Hati, 2002.
- Malayu S.P. *Manajemen Dasar, Pengertian, Dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara, 2006.
- Morrisan. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana, 2012.
- Mudrajat Kuncoro. *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi Edisi 3*. Jakarta: Erlangga, 2009.
- Mulyadi Nitisusastro. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Murniati Budi Utami, dkk. *Dasar-Dasar Akuntansi*. Surakarta: PT. Tiga Serangkai, 2002.
- N. Gregori Mankiw. *Pengantar Ekonomi*. Jakarta: Erlangga, 2003.
- Nugroho J. Setiadi. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana, 2010.
- Pandji Anoraga. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2009.
- Philip Kotler. *Marketing Management*. Edisi ke-11 jilid 1. Jakarta: PT. Indeks, 2005.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. *Marketing Management, Edisi Ke-13 Jilid 1, Alih Bahasa Oleh Benyamin Molen*. Jakarta: PT. Indeks, 2008.
- Prathama Phardja. *Teori Ekonomi Mikro Suatu Pengantar*. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Rudini A. J. *Permintaan Barang*. Bandung: CV Djamika, 2012.

- Sadono Sukirno. *Makro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006.
- Setiawan dan Dwi Endah Kusri. *Ekonometrika*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2010.
- Singgih santoso. *Statistik Deskriptif Konsep Dan Aplikasi Dengan Microsoft Exel Dan SPSS*. Yogyakarta: Andi, 2003.
- Sjarkawi. *Pembentukan Moral Kepribadian Moral Anak*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2008.
- Sofjan Assauri. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- . *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R Dan D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Suherman Rosidi. *Pengantar Teori Ekonomi*. Jakarta: Rajawali Pers, 2011.
- Syofian Siregar. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana, 2013.
- Tatik Suryani. *Perilaku Konsumen, Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2016.

## **B. Sumber Lain**

Adanan Murroh Nasution. “Jual Beli Kredit Ditinjau Dari Perspektif Hukum Islam Jurnal Yurisprudencia” Vol, 2 No. 2 (Desember 2016)

Anisa Budi Utami, dkk. “Pengaruh Harga, Pendapatan, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Di D’Kranju Tahap II Bekasi Barat.” *Jurnal Epigram* 2 No. 2 (Oktober 2015)

Hasil Wawancara Dengan Bapak Sumuran Siregar (Cerdik Pandai, Hatobangon Desa Sihiuk) Pada Tanggal 29 September 2020 Pukul 20:00 WIB.

Hasil Wawancara Dengan Ibu Seri, Dkk (Ibu-Ibu Rumah Tangga Di Desa Sihiuk) Pada Tanggal 04 Februari 2020, Pukul 14:15 WIB.

Hasil Wawancara Dengan Menek Pulungan (Sekretaris Desa Sihiuk) Pada Tanggal 02 Februari Pukul 15:10 WIB.

**CURRICULUM VITAE**  
**(Daftar Riwayat Hidup)**

**DATA PRIBADI**

Nama : Dewi Indriani Siregar  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat, tanggal lahir : Sihiuk, 31 Desember 1997  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Agama : Islam  
Alamat Lengkap : Sihiuk, Kecamatan Lubuk Barumun Kabupaten Padang  
Lawas Provinsi Sumatera Utara.  
No. Hp : 0822-1032-6359

**DATA ORANG TUA**

Nama Ayah : Alm. Ali Mudin Siregar  
Nama Ibu : Siti Kholima  
Pekerjaan Ibu : Petani

**LATAR BELAKANG PENDIDIKAN**

Tahun 2004-2010 : SD Negeri 101170 Sihiuk  
Tahun 2010-2013 : MTs Negeri Sibuhuan  
Tahun 2013-2016 : SMK Negeri 1 Barumun  
Tahun 2016-2020 : Program Sarjana (Strata-1) Ekonomi Syari'ah IAIN  
Padangsidempuan

**PRESTASI AKADEMIK**

IPK : 3,74  
Karya Tulis Ilmiah : Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Perabot Rumah Tangga Secara Kredit (Studi Kasus Pada Ibu-ibu Rumah Tangga Di Desa Sihiuk Kecamatan Lubuk Barumun Kabupaten Padang Lawas



## ANGKET (KUESIONER) PENELITIAN

Hal : Kuesioner Penelitian  
Kepada Yth Bapak/ Ibu/ Saudara/i  
Di

Tempat

*Assalamualaikum, Wr. Wb.*

Dengan hormat,

Bersama ini saya,

Nama : Dewi Indriani Siregar

Nim : 1640200219

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)

Memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk menjawab pertanyaan maupun pernyataan pada lembar kuesioner ini dengan sejujurnya sesuai dengan kenyataan yang ada.

Informasi yang Bapak/Ibu/Saudara/i berikan sangatlah berarti dalam menyelesaikan skripsi penelitian dengan judul **“Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Perabot Rumah Tangga Secara Kredit (Studi Kasus pada Ibu-ibu Rumah Tangga di Desa Sihiuk Kecamatan Lubuk Barumun Kabupaten Padang Lawas)”**.

Atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk meluangkan waktu membantu peneliti mengisi kuesioner (angket) ini, peneliti mengucapkan terimakasih.

*Wassalamualaikum, Wr, Wb*

Sihiuk, 2020  
Hormat saya,

**Dewi Indriani Siregar**  
**NIM. 1640200219**

## KUESIONER PENELITIAN

### ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PERABOT RUMAH

#### TANGGA SECARA KREDIT (Studi Kasus pada Ibu-ibu Rumah

Tangga di Desa Sihiuk Kecamatan Lubuk Barumun

Kabupaten Padang Lawas)

#### A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Alamat :
3. Jenis Kelamin :
4. Usia :
5. Pekerjaan :

#### B. Petunjuk Pengisian

Pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai dengan keadaan anda dengan cara memberi tanda check list (√) pada salah satu kolom berikut:

- SS : Sangat Setuju  
S : Setuju  
KS : Kurang Setuju  
TS : Tidak Setuju  
STS : Sangat Tidak Setuju

Sihiuk, 2020  
Responden

( )

## 1. Pendapatan (X<sub>1</sub>)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
<b>Penghasilan Perbulan</b>						
1.	Penghasilan keluarga saya cukup untuk memenuhi kebutuhan					
2.	Saya bisa menyisihkan pendapatan untuk ditabung dan juga bisa membeli kebutuhan lain dari sisa belanja bulanan					
<b>Pekerjaan</b>						
3.	Saya dan suami sama-sama bekerja untuk menghidupi keluarga					
4.	Saya memperoleh tambahan penghasilan dari pekerjaan sampingan					
<b>Beban keluarga yang ditanggung</b>						
5.	Pendapatan saya dan suami cukup untuk menanggung biaya sekolah anak-anak dan kebutuhan rumah tangga lainnya					
6.	Saya mempunyai anak yang sudah bekerja dan menikah sehingga tanggungan dalam keluarga saya berkurang					
7.	Pendapatan yang tidak menentu terkadang tidak mencukupi biaya untuk kebutuhan sehari-hari dan biaya sekolah anak-anak					

## 2. Kepribadian (X<sub>2</sub>)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
----	------------	----	---	----	----	-----

### Genetik (Keturunan)

1. Saya membeli perabot rumah tangga secara kredit karena sudah keturunan dari orang tua saya
2. Membeli perabot rumah tangga memang sudah saya lakukan sejak saya menikah

### Lingkungan

3. Saya bergaul dengan teman-teman yang juga menggunakan atau membeli perabot rumah tangga secara kredit
4. Kebanyakan masyarakat disekitar saya juga membeli perabot rumah tangga secara kredit

### Situasi

Keadaan ekonomi yang memaksa saya untuk melakukan pembelian perabot rumah tangga secara kredit secara kredit

Saya jarang melakukan pembelian perabot rumah tangga secara kredit

Saya biasanya melakukan pembelian perabot rumah tangga secara kredit menjelang Hari Besar

### 3. Budaya (X<sub>3</sub>)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
----	------------	----	---	----	----	-----

#### **Suku Bangsa**

1. Biasanya pembelian perabot rumah tangga secara kredit dilakukan oleh ibu-ibu rumah tangga
2. Semua golongan dapat melakukan pembelian perabot rumah tangga secara kredit

#### **Agama**

3. Saya melakukan pembelian perabot rumah tangga kepada pedagang keliling atas dasar kepercayaan penuh tanpa uang muka
4. Sistem dalam pembelian secara kredit dilakukan sesuai dengan syariat islam

#### **Geografis**

5. Lokasi desa yang mudah dijangkau sehingga memungkinkan banyaknya pedagang yang datang dari berbagai daerah
6. Saya melakukan pembayaran dengan mudah karena pedagang keliling biasanya langsung datang kerumah menjemput angsuran/mengutip

#### 4. Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
----	------------	----	---	----	----	-----

##### **Pengenalan Masalah**

1. Saya membeli perabot rumah tangga secara kredit untuk memenuhi kebutuhan keluarga saya
2. Harga perabot masih tergolong wajar

##### **Pencarian Infomasi**

3. Informasi tentang pembelian perabot rumah tangga secara kredit saya dapat dari orang lain
4. Penjual memberikan Informasi yang jelas tentang barang dan cara pembayarannya

##### **Keputusan Pembelian**

5. Saya memutuskan membeli perabot rumah tangga secara kredit setelah mempertimbangkannya
6. Kualitas dan harga yang wajar membuat saya memutuskan untuk membeli perabot rumah tangga secara kredit
7. Saya terpaksa melakukan pembelian perabot rumah tangga secara kredit

### Perilaku Pasca Pembelian

8. Saya akan kembali membeli perabot rumah tangga secara kredit
9. Saya merasa puas dengan membeli perabot rumah tangga secara kredit

Data Baku Jawaban Responden Pada Uji Coba Instrumen										
Keputusan Pembelian (Y)										
Nomor Responden	Nomor Item Pernyataan									Total Skor
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
Responden 1	4	4	4	5	4	4	5	4	4	38
Responden 2	4	4	4	4	5	5	4	4	4	37
Responden 3	5	3	3	4	4	3	5	5	5	35
Responden 4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	40
Responden 5	4	4	3	4	4	4	4	5	3	35
Responden 6	3	3	3	4	3	3	3	4	4	31
Responden 7	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
Responden 8	5	4	3	3	5	5	5	3	3	33
Responden 9	4	3	4	3	4	3	4	3	4	31
Responden 10	4	4	3	3	4	4	4	3	3	31
Responden 11	5	3	3	4	5	3	5	4	3	34
Responden 12	4	3	3	4	4	3	4	4	3	30
Responden 13	3	3	3	3	3	3	4	3	3	29
Responden 14	3	3	4	3	4	3	3	3	5	30
Responden 15	5	3	4	4	5	3	5	4	4	36
Responden 16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	35
Responden 17	4	3	3	3	4	3	5	3	3	31
Responden 18	5	4	4	3	5	4	5	3	4	36
Responden 19	3	4	3	3	3	4	3	3	4	31
Responden 20	3	3	3	4	4	3	3	4	3	28
Responden 21	4	4	3	3	3	4	4	3	3	32
Responden 22	3	3	3	4	3	3	3	4	3	29
Responden 23	4	2	3	3	4	2	4	3	3	28
Responden 24	4	3	3	3	4	3	4	3	3	30

Responden 25	4	4	4	3	4	4	4	3	4	34
Responden 26	5	3	4	5	5	3	5	5	4	38
Responden 27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	35
Responden 28	5	3	4	3	5	3	5	3	4	33
Responden 29	4	4	3	3	4	4	4	3	3	32
Responden 30	5	3	4	3	5	3	5	3	4	33
Responden 31	4	4	4	4	5	4	4	4	4	35
Responden 32	5	4	4	4	4	4	5	4	4	38
Responden 33	5	4	5	3	5	4	5	3	5	38
Responden 34	5	4	5	4	5	4	5	4	5	39
Responden 35	4	4	3	5	5	4	4	5	3	35
Responden 36	5	4	3	3	4	4	5	3	3	34
Responden 37	4	4	3	3	4	4	4	3	3	31
Responden 38	4	3	4	3	4	3	4	3	4	32
Responden 39	4	3	3	3	4	3	4	3	3	30
Responden 40	3	3	3	4	3	3	3	4	3	30
Responden 41	5	5	5	3	5	5	5	3	5	40
Responden 42	5	4	5	4	5	4	5	4	5	40
Responden 43	4	3	4	4	4	3	4	4	4	32
Responden 44	5	4	5	3	5	4	5	3	5	38
Responden 45	5	3	3	3	5	3	5	3	3	31
Responden 46	4	3	3	2	4	3	4	2	3	28
Responden 47	3	3	3	4	3	3	3	4	3	29
Responden 48	3	3	4	3	3	3	3	3	4	30
Responden 49	5	3	4	4	5	3	5	4	4	35
Responden 50	4	4	4	3	4	4	4	3	4	33
Responden 51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	34
Responden 52	5	4	3	3	5	4	5	3	3	34
Responden 53	4	4	5	3	5	4	4	3	5	35
Responden 54	5	4	4	2	4	4	5	2	4	34
Responden 55	4	3	3	4	4	3	4	4	3	32
Responden 56	3	4	3	3	4	4	3	3	3	29
Responden 57	4	3	3	4	3	3	4	4	3	32



Pendapatan (X1)								
Nomor Responden	Nomor Item Pernyataan							Total Skor
	1	2	3	4	5	6	7	
Responden 1	5	4	4	4	4	5	3	29
Responden 2	4	5	4	4	4	2	4	27
Responden 3	5	4	4	5	4	5	2	29
Responden 4	5	5	3	5	5	5	4	32
Responden 5	4	4	4	3	4	5	2	26
Responden 6	5	5	5	5	5	3	4	32
Responden 7	4	4	4	4	4	5	5	30
Responden 8	4	4	4	4	4	4	3	27
Responden 9	4	4	4	4	4	5	3	28
Responden 10	5	4	4	5	4	4	2	28
Responden 11	4	3	4	4	4	4	3	26
Responden 12	5	4	4	3	5	4	4	29
Responden 13	4	4	4	5	4	4	3	28
Responden 14	5	4	5	4	5	5	2	30
Responden 15	4	4	3	4	3	4	2	24
Responden 16	4	5	4	5	4	3	2	27
Responden 17	5	4	5	4	4	3	5	30
Responden 18	5	4	4	5	5	4	4	31
Responden 19	5	5	5	5	5	4	2	31
Responden 20	4	4	3	3	5	4	3	26
Responden 21	5	4	5	5	5	4	4	32
Responden 22	4	4	5	5	4	3	4	29
Responden 23	4	4	5	4	4	5	4	30
Responden 24	3	3	2	3	4	3	5	23
Responden 25	4	4	4	4	5	5	2	28
Responden 26	4	4	5	5	5	5	3	31
Responden 27	4	4	2	4	5	5	4	28
Responden 28	5	2	5	1	4	2	2	21
Responden 29	5	4	5	5	5	4	2	30
Responden 30	4	4	4	4	4	3	3	26
Responden 31	4	4	5	5	5	5	3	31
Responden 32	5	5	4	4	4	5	2	29
Responden 33	2	4	5	5	5	4	3	28
Responden 34	4	3	5	5	4	4	2	27
Responden 35	5	4	4	5	4	5	4	31
Responden 36	5	4	4	4	4	4	3	28

Responden 37	5	2	2	5	3	5	5	27
Responden 38	5	5	3	3	5	5	4	30
Responden 39	4	3	4	5	4	5	2	27
Responden 40	4	3	4	5	4	4	3	27
Responden 41	4	3	5	4	4	5	4	29
Responden 42	4	4	4	5	4	4	4	29
Responden 43	5	4	4	5	5	4	2	29
Responden 44	5	5	4	4	4	4	4	30
Responden 45	4	4	4	5	4	4	5	30
Responden 46	4	4	4	5	5	4	5	31
Responden 47	5	5	5	4	5	4	4	32
Responden 48	4	5	4	5	4	4	3	29
Responden 49	5	4	4	5	4	4	3	29
Responden 50	4	5	4	4	2	4	3	26
Responden 51	4	5	4	5	4	5	3	30
Responden 52	3	4	4	5	4	5	5	30
Responden 53	5	3	3	3	5	4	2	25
Responden 54	4	4	5	5	4	4	4	30
Responden 55	3	4	5	4	5	3	3	27
Responden 56	4	4	4	5	5	5	4	31
Responden 57	5	4	5	4	3	3	1	25

Kepribadian (X2)								
Nomor Responden	Nomor Item Pernyataan							Total Skor
	1	2	3	4	5	6	7	
Responden 1	3	3	5	4	5	4	5	29
Responden 2	5	4	4	4	3	4	3	27
Responden 3	5	4	5	4	4	5	4	31
Responden 4	5	4	5	4	5	4	4	31
Responden 5	5	3	4	5	4	3	3	27
Responden 6	2	5	5	3	4	5	3	27
Responden 7	4	3	4	4	4	3	4	26
Responden 8	5	5	4	5	3	5	3	30
Responden 9	4	4	5	5	3	4	5	30
Responden 10	5	5	5	4	4	5	5	33
Responden 11	5	5	4	4	4	4	4	30
Responden 12	4	4	5	4	4	4	4	29
Responden 13	3	4	5	5	3	5	3	28
Responden 14	2	5	4	4	4	5	5	29

Responden 15	4	5	4	4	4	5	4	30
Responden 16	4	2	4	5	4	2	3	24
Responden 17	2	5	4	4	3	5	4	27
Responden 18	2	4	5	4	3	4	2	24
Responden 19	4	5	4	4	3	5	4	29
Responden 20	5	2	4	4	4	2	4	25
Responden 21	4	5	5	5	3	5	3	30
Responden 22	3	5	5	4	4	5	4	30
Responden 23	3	3	3	4	3	3	4	23
Responden 24	3	5	5	4	3	5	4	29
Responden 25	5	2	5	2	3	2	2	21
Responden 26	2	5	4	5	5	5	3	29
Responden 27	3	2	5	5	4	2	5	26
Responden 28	3	3	2	2	3	3	2	18
Responden 29	3	3	4	4	3	3	4	24
Responden 30	2	2	4	3	3	2	3	19
Responden 31	2	2	3	3	4	2	3	19
Responden 32	2	3	4	4	4	3	4	24
Responden 33	1	2	4	4	3	2	4	20
Responden 34	4	3	4	4	4	3	4	26
Responden 35	3	3	4	3	5	3	3	24
Responden 36	4	4	5	4	3	4	4	28
Responden 37	3	4	4	4	4	4	4	27
Responden 38	4	4	4	4	3	4	4	27
Responden 39	3	3	5	4	5	3	2	25
Responden 40	4	5	4	4	4	4	4	29
Responden 41	4	3	3	4	3	4	4	25
Responden 42	2	3	4	4	4	3	4	24
Responden 43	2	3	3	4	5	3	4	24
Responden 44	5	3	4	4	3	4	5	28
Responden 45	2	3	4	5	3	3	5	25
Responden 46	2	4	4	4	5	3	3	25
Responden 47	3	4	4	4	4	4	4	27
Responden 48	5	1	2	3	3	2	4	20
Responden 49	4	4	3	4	4	4	4	27
Responden 50	5	2	3	3	3	2	3	21
Responden 51	2	4	3	5	4	4	3	25
Responden 52	5	4	4	4	3	5	4	29
Responden 53	4	4	4	4	3	4	4	27

Responden 54	4	3	4	3	2	3	3	22
Responden 55	4	5	4	4	4	5	4	30
Responden 56	5	3	5	4	3	4	4	28
Responden 57	3	4	3	4	4	4	2	24

Budaya (X3)							
Nomor Responden	Nomor Item Pernyataan						Total Skor
	1	2	3	4	5	6	
Responden 1	5	5	3	5	4	5	27
Responden 2	4	4	3	4	4	5	24
Responden 3	4	5	3	4	4	4	24
Responden 4	5	4	3	5	4	5	26
Responden 5	4	4	4	4	4	4	24
Responden 6	4	4	3	4	4	5	24
Responden 7	4	2	4	4	3	4	21
Responden 8	4	4	3	4	4	4	23
Responden 9	4	3	3	4	3	4	21
Responden 10	4	4	3	4	3	4	22
Responden 11	5	4	3	5	4	4	25
Responden 12	4	4	2	3	4	5	22
Responden 13	4	5	3	4	3	4	23
Responden 14	5	4	3	5	4	5	26
Responden 15	5	4	3	5	4	5	26
Responden 16	5	4	4	5	5	5	28
Responden 17	4	5	4	4	3	3	23
Responden 18	4	4	2	4	4	5	23
Responden 19	4	4	3	4	3	4	22
Responden 20	4	4	3	4	4	4	23
Responden 21	5	5	2	5	4	5	26
Responden 22	4	2	2	4	4	4	20
Responden 23	4	4	2	4	4	4	22
Responden 24	4	4	2	4	4	5	23
Responden 25	4	4	3	4	4	4	23
Responden 26	4	4	3	4	3	4	22
Responden 27	4	5	3	4	3	5	24
Responden 28	4	3	3	4	3	5	22
Responden 29	5	4	3	5	4	5	26
Responden 30	3	2	5	3	2	5	20
Responden 31	4	2	3	4	3	4	20

Responden 32	5	5	3	5	4	5	27
Responden 33	4	2	3	4	4	5	22
Responden 34	5	5	2	5	4	3	24
Responden 35	4	5	3	4	4	5	25
Responden 36	4	4	4	4	4	5	25
Responden 37	4	4	4	4	4	3	23
Responden 38	4	4	3	4	4	4	23
Responden 39	4	3	3	4	4	5	23
Responden 40	4	3	3	4	4	4	22
Responden 41	4	3	3	4	4	5	23
Responden 42	4	5	3	4	4	5	25
Responden 43	4	2	2	4	4	5	21
Responden 44	4	5	3	4	4	5	25
Responden 45	4	2	3	4	4	5	22
Responden 46	4	2	2	4	4	5	21
Responden 47	4	5	1	4	4	3	21
Responden 48	4	4	3	4	3	4	22
Responden 49	5	3	2	5	4	4	23
Responden 50	5	4	3	5	3	4	24
Responden 51	4	4	3	4	3	5	23
Responden 52	4	4	2	4	1	3	18
Responden 53	4	3	5	4	4	4	24
Responden 54	4	3	2	4	4	5	22
Responden 55	4	4	1	4	4	5	22
Responden 56	4	4	3	4	4	5	24
Responden 57	4	5	2	4	3	5	23









X2.5	Pearson Correlation	-,212	,100	,090	,136	1	,001	,021	,222
	Sig. (2-tailed)	,114	,460	,507	,314		,995	,876	,096
	N	57	57	57	57	57	57	57	57
X2.6	Pearson Correlation	,100	,915**	,351**	,328*	,001	1	,185	,809**
	Sig. (2-tailed)	,461	,000	,007	,013	,995		,168	,000
	N	57	57	57	57	57	57	57	57
X2.7	Pearson Correlation	,099	,105	,162	,322*	,021	,185	1	,462**
	Sig. (2-tailed)	,462	,436	,228	,015	,876	,168		,000
	N	57	57	57	57	57	57	57	57
total. skor	Pearson Correlation	,361**	,772**	,576**	,550**	,222	,809**	,462**	1
	Sig. (2-tailed)	,006	,000	,000	,000	,096	,000	,000	
	N	57	57	57	57	57	57	57	57

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

#### 4. Budaya (X3)

##### Correlations

	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Total. skor	
X3.1	Pearson Correlation	1	,303*	-,137	,959**	,351**	,061	,683**
	Sig. (2-tailed)		,022	,308	,000	,007	,654	,000
	N	57	57	57	57	57	57	57
X3.2	Pearson Correlation	,303*	1	-,128	,278*	,075	-,114	,558**
	Sig. (2-tailed)	,022		,341	,037	,579	,400	,000
	N	57	57	57	57	57	57	57
X3.3	Pearson Correlation	-,137	-,128	1	-,087	-,116	-,028	,239
	Sig. (2-tailed)	,308	,341		,522	,389	,836	,074
	N	57	57	57	57	57	57	57
X3.4	Pearson Correlation	,959**	,278*	-,087	1	,312*	,026	,667**
	Sig. (2-tailed)							

	Sig. (2-tailed)	,000	,037	,522		,018	,851	,000
	N	57	57	57	57	57	57	57
X3.5	Pearson Correlation	,351**	,075	-,116	,312*	1	,311*	,573**
	Sig. (2-tailed)	,007	,579	,389	,018		,019	,000
	N	57	57	57	57	57	57	57
X3.6	Pearson Correlation	,061	-,114	-,028	,026	,311*	1	,390**
	Sig. (2-tailed)	,654	,400	,836	,851	,019		,003
	N	57	57	57	57	57	57	57
Total .skor	Pearson Correlation	,683**	,558**	,239	,667**	,573**	,390**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,074	,000	,000	,003	
	N	57	57	57	57	57	57	57

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## B. Uji Reliabilitas

### 1. Keputusan Pembelian

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,766	9

### 2. Pendapatan

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,628	7

### 3. Kepribadian

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,717	7

### 4. Budaya

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,663	6

## C. Analisis Data

### 1. Deskriptif Statistik

#### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y	57	28	40	33,33	3,318
X1	57	21	32	28,51	2,323
X2	57	18	33	26,23	3,412
X3	57	18	28	23,19	1,950
Valid N (listwise)	57				

### 2. Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Y	X1	X2	X3	Unstandardized Residual
N		57	57	57	57	57
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	33,33	28,51	26,23	23,19	,0000000
	Std. Deviation	3,318	2,323	3,412	1,950	3,04801914
Most Extreme Differences	Absolute	,112	,145	,133	,153	,076
	Positive	,112	,072	,082	,153	,076
	Negative	-,078	-,145	-,133	-,112	-,067
Test Statistic		,112	,145	,133	,153	,076
Asymp. Sig. (2-tailed)		,071 <sup>c</sup>	,004 <sup>c</sup>	,013 <sup>c</sup>	,002 <sup>c</sup>	,200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

### 3. Uji Linearitas

#### a. Pendapatan (X1)

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X1	Between Groups	(Combined)	43,641	10	4,364	,350	,961
		Linearity	,178	1	,178	,014	,905
		Deviation from Linearity	43,463	9	4,829	,388	,935
Within Groups			573,026	46	12,457		
Total			616,667	56			

#### b. Kepribadian (X2)

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X2	Between Groups	(Combined)	161,355	14	11,525	1,063	,416
		Linearity	3,583	1	3,583	,330	,568
		Deviation from Linearity	157,772	13	12,136	1,120	,370
Within Groups			455,312	42	10,841		
Total			616,667	56			

#### c. Budaya

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X3	Between Groups	(Combined)	146,833	9	16,315	1,632	,134
		Linearity	82,264	1	82,264	8,229	,006
		Deviation from Linearity	64,569	8	8,071	,807	,599

Within Groups	469,833	47	9,996		
Total	616,667	56			

## D. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Multikolinieritas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	19,316	7,530		2,565	,013		
	X1	,082	,182	,057	,447	,657	,976	1,025
	X2	-,147	,126	-,151	-1,167	,248	,950	1,053
	X3	,670	,219	,394	3,067	,003	,966	1,036

a. Dependent Variable: Y

### 2. Uji Heterskedastisitas

**Correlations**

		X1	X2	X3	Unstandardized Residual	
Spearman's rho	X1	Correlation Coefficient	1,000	,040	-,086	-,038
		Sig. (2-tailed)	.	,769	,527	,780
		N	57	57	57	57
	X2	Correlation Coefficient	,040	1,000	,144	,009
		Sig. (2-tailed)	,769	.	,285	,948
		N	57	57	57	57
	X3	Correlation Coefficient	-,086	,144	1,000	,075

	Sig. (2-tailed)	,527	,285	.	,579
	N	57	57	57	57
Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-,038	,009	,075	1,000
	Sig. (2-tailed)	,780	,948	,579	.
	N	57	57	57	57

## E. Uji Hipotesis

### 1. Regresi Linear Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19,316	7,530		2,565	,013
	X1	,082	,182	,057	,447	,657
	X2	-,147	,126	-,151	-1,167	,248
	X3	,670	,219	,394	3,067	,003

a. Dependent Variable: Y

### 2. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,395 <sup>a</sup>	,156	,109	3,133

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

### 3. Uji t

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19,316	7,530		2,565	,013
	X1	,082	,182	,057	,447	,657

X2	-,147	,126	-,151	-1,167	,248
X3	,670	,219	,394	3,067	,003

a. Dependent Variable: Y

#### 4. Uji F

##### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	96,403	3	32,134	3,274	,028 <sup>b</sup>
	Residual	520,264	53	9,816		
	Total	616,667	56			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

## Dokumentasi Penelitian











