

**ANALISIS FAKTOR BUDAYA, SOSIAL, INDIVIDU DAN
PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PAKAIAN FORMAL VIA ONLINE ATAU JASA
JAHIT DI BALIREJO KABUPATEN
LUWU TIMUR**

Skripsi

*Di Ajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palopo Untuk
Melakukan Penelitian Skripsi Dalam Rangka Penyelesaian Studi Jenjang Sarjana
Pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah*



IAIN PALOPO

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2022**

**ANALISIS FAKTOR BUDAYA, SOSIAL, INDIVIDU DAN
PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PAKAIAN FORMAL VIA ONLINE ATAU JASA
JAHIT DI BALIREJO KABUPATEN
LUWU TIMUR**

Skripsi

*Di Ajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palopo Untuk
Melakukan Penelitian Skripsi Dalam Rangka Penyelesaian Studi Jenjang Sarjana
Pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah*



Diajukan oleh

ULUMMIATUL MARDIYAH

17 0403 0135

Pembimbing

Edi Indra Setiawan, SE. M.M

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2022**

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya bertanda tangan di bawah ini

Nama : Ulummiatul Mardiyah
Nim : 17 0403 0135
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : Analisis Faktor Budaya, Sosial, Individu Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Formal Via Online Atau Jasa Jahit Di Balirejo Kabupaten Luwu Timur

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Setelah bagian dari skripsi, adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya, segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini dibuat sebagaimana mestinya. Bilamana di kemudian hari ternyata pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Palopo, 7 Juni 2022

Yang membuat pernyataan



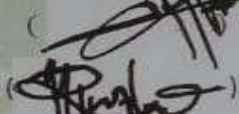
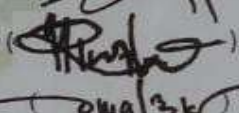
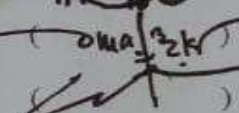
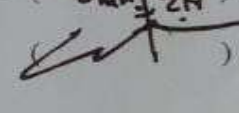
Ulummiatul Mardiyah

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Analisis Faktor Budaya, Sosial, Individu, dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Formal via Online atau Jasa Jahit di Balirejo Kabupaten Luwu Timur yang ditulis oleh Ulummiatul Mardiyah Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 17 0403 0135 mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Rabu, tanggal 27 April 2022 Miladiyah bertepatan dengan 25 Ramadhan 1443 Hijriyah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Palopo, 27 Mei 2022

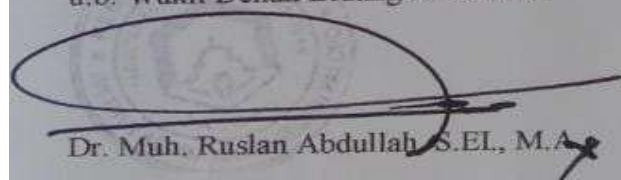
TIM PENGUJI

- | | | |
|--|-------------------|---|
| 1. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A. | Ketua Sidang | () |
| 2. Fasiha, S.EI., M.EI. | Sekretaris Sidang | () |
| 3. Nurul Khairani Abduh, S.Pd., M.Pd. | Penguji I | () |
| 4. Jibria Ratna Yasir, S.E., M.Si. | Penguji II | () |
| 5. Edi Indra Setiawan, S.E., M.M. | Pembimbing | () |

Mengetahui:

a.n. Rektor IAIN Palopo

u.b. Wakil Dekan Bidang Akademik


Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A.

NIP 19801004 200901 1007

Ketua Program Studi

Manajemen Bisnis Syariah


Muzayyarah Jabani, ST., M.M.

NIP 19750104 200501 2003

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah menelaah dengan saksama skripsi berjudul: Analisis Faktor Budaya, Sosial, Individu Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Formal Via Online atau Jasa Jahit Di Balirejo Kabupaten Luwu Timur yang ditulis oleh:

Nama : Ulummiatul Mardiyah
NIM : 17 0403 0135
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak untuk diajukan pada ujian *munaqasyah*

Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya.

IAIN PA

Palopo, 25 Mei 2022

Pembimbing



Edi Indra Setiawan, SE. M.M

NIP. 19891207201903 1005

NOTA DINAS PEMBIMBING

Lam : -

Palopo, 25 Mei 2022

Hal : Skripsi Ulummiatul Mardiyah

Kepada Yth. Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palopo

Di

Palopo

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama	: Ulummiatul Mardiyah
NIM	: 17 0403 0135
Program Studi	: Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Proposal	: Analisis Faktor Budaya, Sosial, Individu Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Formal Via Online Atau Jasa Jahit Di Balirejo Kabupaten Luwu Timur

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *munaqasyah*.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pembimbing



Edi Indra Setiawan, SE. M.M

NIP. 19891207201903 1005

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي أَنْعَمَنَا بِنِعْمَةِ الْإِيمَانِ وَالْإِسْلَامِ. وَنُصَلِّي وَنُسَلِّمُ عَلَى خَيْرِ الْأَنْبِيَاءِ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Faktor Budaya, Sosial, Individu Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Formal Via Online Atau Jasa Jahit Di Balirejo Kabupaten Luwu Timur.

Shalawat serta Salam yang senantiasa dicurahkan kepada junjungan kita baginda Rasulullah Muhammad SAW, kepada para keluarga, sahabat dan pengikutnya yang telah memperjuangkan dan menyebarkan ajaran islam sehingga membawa peradaban perkembangan ilmu pengetahuan yang dirasakan sampai saat ini. Skripsi ini di susun sebagai syarat yang harus di selesaikan, guna memperoleh gelar Sarjana S1 (Strata Satu) pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam (IAIN) Palopo. Sehingga Penelitian Skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walau penelitian skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti menyampaikan ucapan terimakasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan ke ikhlasan. Terkhusus kepada kedua orang tua saya tercinta Bapak Saderi dan Ibu Sarmini yang telah melahirkan, mengasuh dan membesarkan, mendidik penulis dengan penuh kasih sayang yang

tak kenal lelah dan putus asa sehingga penulis dapat menuntut ilmu sampai saat ini, serta dukungan baik moral maupun materi hingga penulis mampu bertahan untuk menyelesaikan skripsi ini. Sungguh peneliti mempersembahkan kepada mereka berdua semoga senantiasa dalam limpahan kasih sayang Allah Swt. Serta selalu mendo'akan peneliti setiap saat dan memberikan banyak dukungan dalam penyusunan skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati yang tulus dan penuh rasa hormat, peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor IAIN Palopo Prof. Dr.Abdul Pirol, M.Ag. Beserta Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan Dr. H. Muammar Arafat, M.H. Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan Dr. Ahmad Syarif Iskandar, S.E, M.M dan Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama Dr. Muhaemin, M.A. yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti menuntut ilmu pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Palopo.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo Dr. Hj. Ramlah M., M.M. beserta Wakil Dekan Dr. Muhammad Ruslan Abdullah, S.EI., M.A. Wakil Dekan Tajuddin, SE., M.Si., Ak, CA. Wakil Dekan Dr. Takdir, S.H., M.H.
3. Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah IAIN Palopo Muzayyanah Jabani, ST., M.M. Beserta para dosen, asisten dosen dan staf yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan membantu, mengarahkan dalam penyelesaian skripsi.

4. Sekertaris Program Studi Manajemen Bisnis Syariah IAIN Palopo Nurdin Batjo, S.Pt., M.M., M.Si, dan selaku dosen Penasihat Akademik.
5. Dosen Pembimbing, Edi Indra Setiawan, SE., M.M yang telah memberikan bimbingan, masukan dan mengarahkan dalam rangka menyelesaikan skripsi.
6. Dosen Penguji I, Nurul Khairani Abduh, S.Pd., M.Pd. dan Dosen Penguji II Jibria Ratna Yasir, SE., M.Si yang telah memberikan bimbingan, masukan dan mengarahkan dalam rangka menyelesaikan skripsi.
7. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan ilmu dan bantuan selama ini sehingga dapat menyelesaikan tugas akhir Skripsi ini, serta seluruh staf yang telah membantu dalam pelayanan akademik.
8. Kepala Perpustakaan, Madehang, S.Ag., M.Pd, beserta karyawan dan karyawan dalam lingkup IAIN Palopo, yang telah banyak membantu mengumpulkan literature yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.
9. Masyarakat Desa Balirejo yang telah memberikan informasi dan mengizinkan peneliti, dalam melakukan penelitian untuk di jadikan penelitian Skripsi.
10. Kepada semua teman seperjuangan, mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah IAIN Palopo angkatan 2017 kelas C, dan teman-teman yang selama ini membantu dan selalu memberikan saran dalam penyusunan skripsi ini.
11. Teman-teman seperjuanganku, Dinarni Pratiwi, Rahmi Alfiani, Sari Widiastuti Milawati serta semua pihak yang telah membantu peneliti demi kelancaran dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu,

terimakasih sebesar-besarnya. Mudah-mudahan bernilai ibadah dan mendapatkan pahala dari Allah SWT. Aamiin ya Rabbal alamiin

Peneliti menyadari bahwa karya yang terlahir dari ketidak sempurnaan ini memiliki banyak kekurangan, dengan ini peneliti berharap saran dan kritik demi kesempurnaan karya ini dimasa mendatang. Semoga karya ini dapat memberi manfaat kepada pembaca, dan terlebih dalam dunia bisnis. Amin

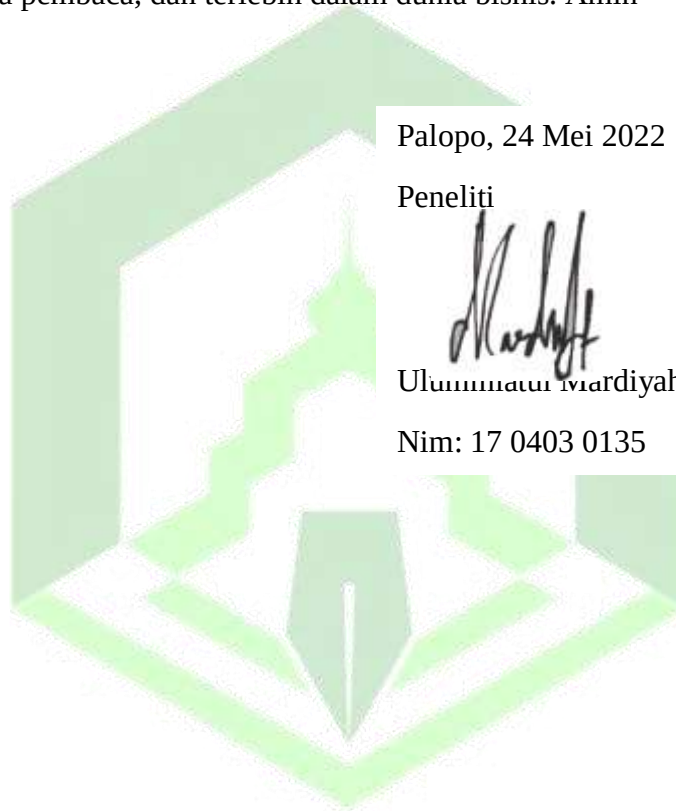
Palopo, 24 Mei 2022

Peneliti



Ulummatul Iyadiah

Nim: 17 0403 0135



IAIN PALOPO

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN DAN SINGKATAN

A. Transliterasi Arab-Latin

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya kedalam huruf latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	-	-
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ṡa'	Ṡ	Es dengan titik di atas
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa'	Ḥ	Ha dengan titik di bawah
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	Zet dengan titik di atas
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Esdan ye
ص	Ṣad	Ṣ	Es dengan titik di bawah
ض	Ḍaḍ	Ḍ	De dengan titik di bawah
ط	Ṭa	Ṭ	Te dengan titik di bawah
ظ	Ẓa	Ẓ	Zet dengan titik di bawah
ع	‘Ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge

ف	Fa	F	Fa
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

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

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>fathah</i>	a	a
اِ	<i>kasrah</i>	i	i
اُ	<i>damamah</i>	u	u

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ئَ	<i>fatḥah dan yā'</i>	ai	a dan i
وَ	<i>fatḥah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *Kaifa*

هَوْلَ : *Haula*

3. Maddah

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

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
أَ ... آ ...	<i>fatḥah dan alif atau yā'</i>	ā	a dan garis di atas
إِ	<i>kasrah dan yā'</i>	ī	i dan garis di atas
أُ	<i>ḍammah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : *Māta*

رَمَى : *Rāmā*

قِيلَ : *Qīla*

يَمُوتُ : *Yamūtu*

4. *Tā' marbūtah*

Transliterasi untuk *tā' marbūtah* ada dua, yaitu *tā' marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat *fatḥah*, *kasrah*, dan *ḍammah*, transliterasinya adalah [t]. sedangkan *tā' marbūtah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā' marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha [h].

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	: Raudah Al-Atfāl
الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ	: Al-Madīnah Al-Fādilah
الْحِكْمَةُ	: Al-Hikmah

5. Syaddah (*Tasydīd*)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasyīd* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا	: rabbanā
نَجَّيْنَا	: najjainā
الْحَقُّ	: al-haqq
نُعِمْ	: nu'ima
عُدُّوْ	: 'aduwwun

Jika huruf ى ber *-tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi ī.

Contoh:

عَلِيٌّ	: 'Alī (bukan 'Aliyy atau A'ly)
عَرَبِيٌّ	: 'Arabī (bukan A'rabiyy atau 'Arabiy)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ِ (*alif lam ma'rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsi yah*

maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i>)
الزَّلْزَلَةُ	: <i>al-zalزالah</i> (bukan <i>az-zalزالah</i>)
الْفَلْسَفَةُ	: <i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	: <i>al-bilādu</i>

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ	: <i>ta'murūna</i>
النَّوْعُ	: <i>al-nau'</i>
شَيْءٌ	: <i>syai'un</i>
أُمِرْتُ	: <i>umirtu</i>

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara

transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Syarh al-Arba'īn al-Nawāwī

Risālah fī Ri'āyah al-Maslahah

Syarh al-Arba'īn al-Nawāwī

Risālah fī Ri'āyah al-Maslahah

9. Lafz al-Jalālah

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāfilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ

بِاللَّهِ

Dīnullāh

billāh

Adapun *tā'marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, diteransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمْ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ

hum fī rahmatillāh

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama

diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR).

Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadān al-lazī unzila fīhi al-Qurān

Nasīr al-Dīn al-Tūsī

Nasr Hāmid Abū Zayd

Al-Tūfī

Al-Maslahah fī al-Tasyrī' al-Islāmī

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abū al-Walīd Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad Ibnu)
--

1. *Daftar Singkatan*

Beberapa singkatan yang digunakan adalah:

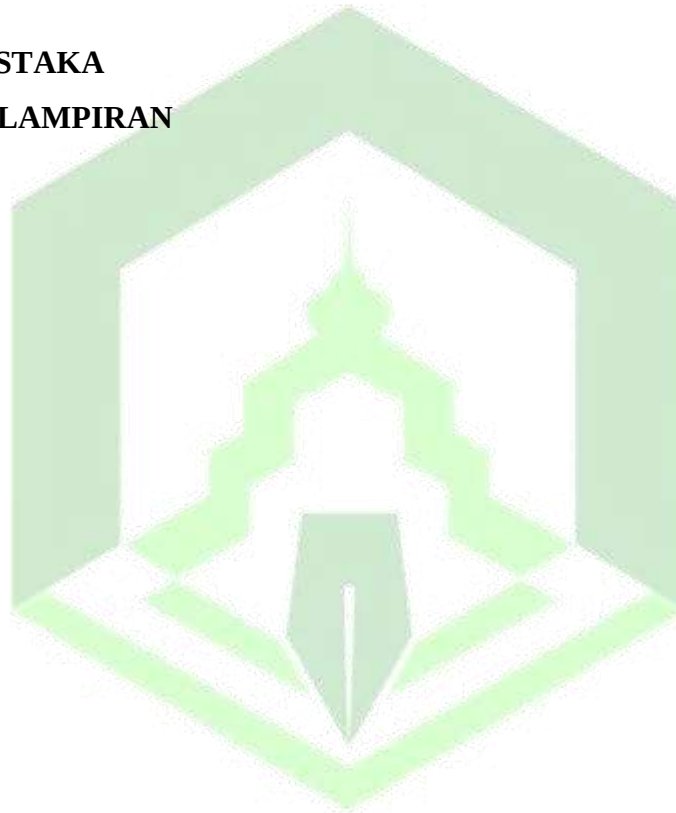
SWT.	= <i>subhanahu wa ta'ala</i>
SAW.	= <i>sallallahu 'alaihi wasallam</i>
AS	= <i>'alaihi al-salam</i>
H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
l	= Lahir Tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
W	= Wafat Tahun
QS .../...: 4	= QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Ali 'Imran/3: 4
HR	= Hadis Riwayat



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
NOTA DINAS PEMBIBING	v
PRAKATA	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN	x
DAFTAR ISI	xviii
DAFTAR AYAT	xx
DAFTAR TABEL	xxi
DAFTAR GAMBAR	xxiii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiv
ABSTRAK	xxv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
 BAB II KAJIAN TEORI	 8
A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan	8
B. Landasan Teori	11
C. Kerangka Pikir	24
D. Hipotesis Penelitian.....	25
 BAB III METODE PENELITIAN	 26
A. Jenis Penelitian	26
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	26
C. Devinisi Operasional Variabel	27
D. Populasi dan Sampel	29
E. Teknik Pengumpulan Data	31
F. Instrumen Penelitian	31
G. Uji Validitas dan Reabilitas Instrumen	33
H. Teknik Analisis Data	37

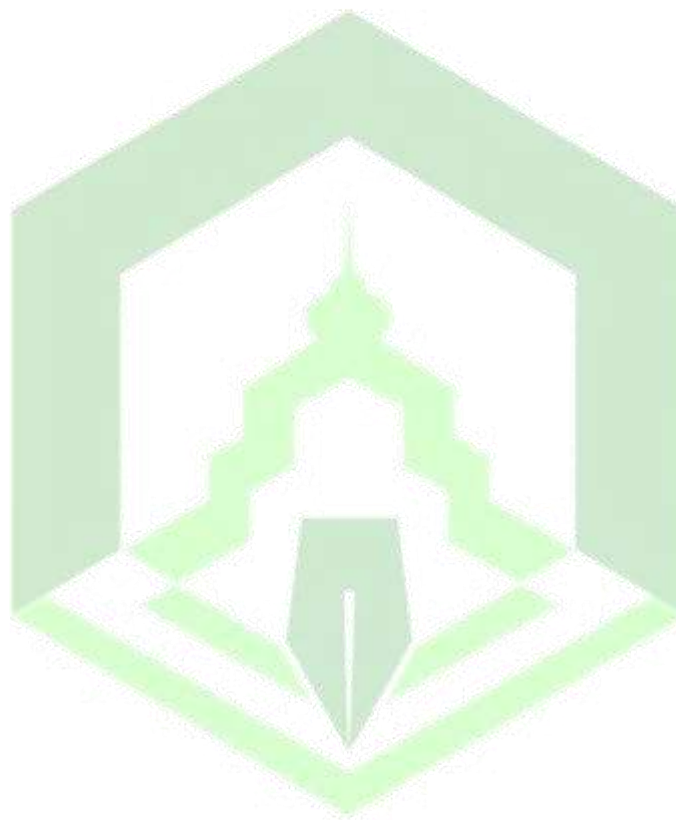
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	41
A. Gambaran Umum Penelitian	41
B. Hasil Penelitian	44
C. Pembahasan.....	71
BAB V PENUTUP	75
A. Kesimpulan	75
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



IAIN PALOPO

DAFTAR AYAT

Kutipan Ayat 1 QS An-Nisa’/4: 29.....	2
---------------------------------------	---



IAIN PALOPO

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Variabel Dependen Dan Variabel Independen	27
Tabel 3.2 Skala Pengukuran	32
Tabel 3.3 Uji Validitas Budaya	33
Tabel 3.4 Uji Validitas Sosial	34
Tabel 3.5 Uji Validitas Pribadi	34
Tabel 3.6 Uji Validitas Psikologis	35
Tabel 3.7 Item Total Statistik Psikologis	35
Tabel 3.8 Uji Validitas Keputusan Pembelian	36
Tabel 3.9 Uji Reabilitas	36
Tabel 4.1 jumlah penduduk dusun di Balirejo	41
Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	43
Tabel 4.3 karakteristik responden berdasarkan umur	44
Tabel 4.4 Tingkat pekerjaan responden	44
Tabel 4.5 Analisis deskriptif budaya (X_1)	45
Tabel 4.6	46
Tabel 4.7	47
Tabel 4.8	47
Tabel 4.9 Analisis deskriptif sosial (X_2)	48
Tabel 4.10	49
Tabel 4.11	49
Tabel 4.12	50
Tabel 4.13 Analisis deskriptif Pribadi (X_3)	51
Tabel 4.14	52
Tabel 4.15	52
Tabel 4.16	53
Tabel 4.17	53
Tabel 4.18	54
Tabel 4.19	55
Tabel 4.20 Analisis deskriptif Psikologis (X_4)	55

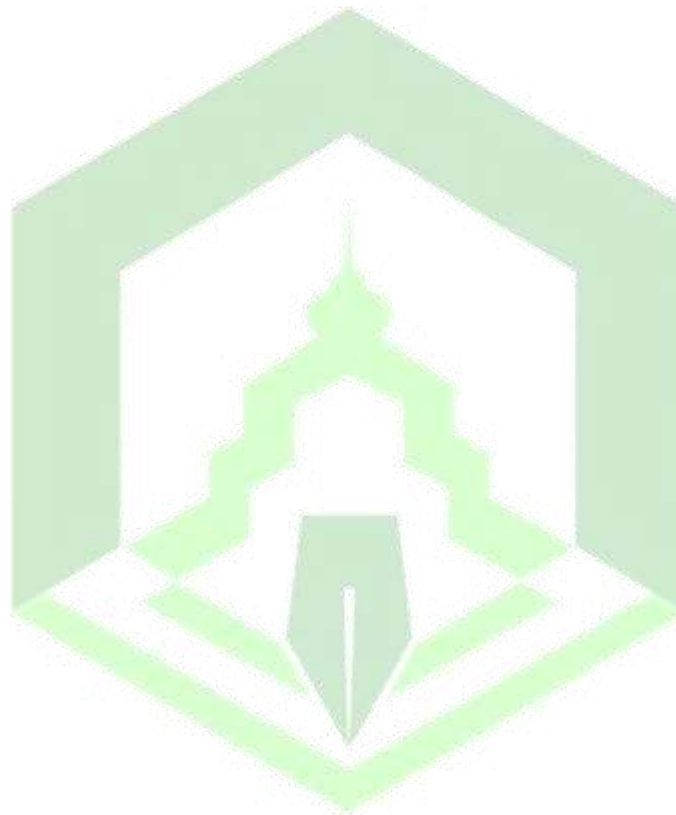
Tabel 4.21	56
Tabel 4.22	57
Tabel 4.23	57
Tabel 4.24 Analisis deskriptif Keputusan Pembelian (Y)	58
Tabel 4.25	59
Tabel 4.26	60
Tabel 4.27	60
Tabel 4.28	61
Tabel 4.29	61
Tabel 4.30	62
Tabel 4.31 Hasil uji Normalitas	64
Tabel 4.32 Hasil uji Multikolinieritas	65
Tabel 4.33 Hasil uji Regresi berganda	66
Tabel 4.34 Hasil uji f Simultan	68
Tabel 4.35 Hasil uji t Persial	69
Tabel 4.36 Hasil uji R^2 Determinasi	70



IAIN PALOPO

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	12
Gambar 2.2 Kerangka Pikir	24
Gambar 4.1 Grafik Histogram	63
Gambar 4.2 Probability-Plot	64
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas	66



IAIN PALOPO

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisiner Penelitian	81
Lampiran 2 Jawaban Kuisiner Responden	85
Lampiran 3 Surat Izin Penelitian	88
Lampiran 4 Buku Kontrol	89
Lampiran 5 Kartu Kontrol	90
Lampiran 6 Halaman Persetujuan Pembimbing	91
Lampiran 7 Nota Dinas Pembimbing	92
Lampiran 8 Halaman Persetujuan Tim Penguji	93
Lampiran 9 Nota Dinas Tim Penguji	94
Lampiran 10 Keterangan Bebas Mata Kuliah	95
Lampiran 11 Sertifikat Ma'had Al-jamiah.....	96
Lampiran 12 Sertifikat PBAK/OSCAR	97
Lampiran 13 Keterangan PBAK.....	98
Lampiran 15 Surat Keterangan Lunas SPP	99
Lampiran 16 Turnitin	100
Lampiran 17 Dokumentasi	101

IAIN PALOPO

ABSTRAK

Ulummiatul Mardiyah, 2022. *“Analisis Faktor Budaya, Sosial, Individu Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Formal Via Online Atau Jasa Jahit Di Balirejo Kabupaten Luwu Timur”*. Skripsi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing Oleh Edi Indra Setiawan.

Skripsi ini membahas tentang Analisis Faktor Budaya, Sosial, Individu Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Formal Via Online Atau Jasa Jahit Di Balirejo Kabupaten Luwu Timur. Penelitian ini bertujuan: Untuk mengetahui pengaruh budaya terhadap keputusan pembelian pakaian formal via online atau jasa jahit; Untuk mengetahui pengaruh sosial terhadap keputusan pembelian pakaian formal via online atau jasa jahit; Untuk mengetahui pengaruh individu terhadap keputusan pembelian pakaian formal via online atau jasa jahit; Untuk mengetahui pengaruh psikologis terhadap keputusan pembelian pakaian formal via online atau jasa jahit; Untuk mengetahui budaya, individu, sosial, dan psikologis berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pakaian formal via online atau jasa jahit. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif fokus pada hubungan antara variabel terikat dan variabel bebas. Populasinya adalah konsumen yang berbelanja pakaian via online atau jasa jahit di Balirejo Kabupaten Luwu Timur dengan jumlah 96 orang. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *Accidental sampling*. Data diperoleh melalui angket/kuisisioner dan dokumentasi. Selanjutnya, data penelitian ini dianalisis dengan aplikasi SPSS statistik. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: Budaya (X_1) berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), Sosial (X_2) berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), Individu (X_3) berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), Psikologis (X_4) berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Budaya, Sosial, Individu, Psikologis berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 45,1% dan selebinya di 54,9% dipengaruhi oleh hal lain yang tidak dapat dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Budaya, Sosial, Pribadi, Psikologis, Keputusan Pembelian

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Era globalisasi kemajuan teknologi informasi dan komunikasi mengakibatkan perkembangan bidang ekonomi, budaya, sosial secara signifikan berlangsung cepat. Salah satu kemajuan dan perkembangan dalam hal teknologi dan informasi yaitu adanya teknologi internet, dengan munculnya internet mengubah cara orang berkomunikasi dan berbisnis dalam hal pemasaran. Sehingga banyak strategi pemasaran yang dilakukan para pedagang *online* maupun pedagang *offline* seperti jasa jahit pakaian, akan berdampak pada persaingan yang ketat antara pedagang *online* dan *offline*.

Konsumen saat ini dapat memilih untuk melakukan pembelian secara *online* ataupun *offline*, konsumen merupakan salah satu proses atau aktifitas seseorang dalam memilih barang atau jasa yang digunakan oleh para konsumen. Perilaku konsumen merupakan hal yang dasar untuk membuat keputusan pembelian. Dan keputusan pembelian konsumen merupakan salah satu tujuan terpenting dalam strategi pemasaran. Setiap konsumen dihadapkan pada dua pilihan, yakni membeli atau tidak membeli, Jika konsumen memutuskan untuk membeli, maka ia berada dalam posisi membuat keputusan.¹

Pengambilan keputusan konsumen pada dasarnya merupakan proses pemecahan masalah. Peneliti menggunakan variable penelitian masih layak untuk

¹ Sudaryono, *Manajemen Pemasaran; Teori Dan Implementasi*. (Yogyakarta: Andi Offset, 2016), h.99

di teliti mengingat semakin banyaknya produk yang beredar mengakibatkan perlunya berbagai pertimbangan bagi masyarakat dalam melakukan keputusan pembelian. Kebanyakan pembeli, baik itu secara individu maupun secara kelompok telah melalui proses mental yang hampir sama dalam memutuskan produk dan merek apa yang akan di beli. Jika konsumen merasa puas dengan produk yang ia beli, maka ia akan memperlihatkan kemungkinan yang lebih tinggi untuk membeli produk tersebut. Sebaliknya, jika tidak puas maka ia mungkin akan meninggalkan atau mengembalikan produk tersebut.²

Kegiatan jual beli termasuk dalam kegiatan perdagangan merupakan kegiatan yang di izinkan oleh ajaran agama Islam.³ Jual beli adalah menukar barang atau barang dengan uang dengan jalan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan.⁴ Jual beli terjadi apabila dilakukan oleh dua orang atau lebih yang rela dan di dasari rasa suka sama-suka antara kedua belah pihak yang melakukan transaksi jual beli, telah dijelaskan dalam Al-Qur'an surah An-Nisa; ayat 29

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

اللَّهُ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ٢٩

Terjemahanya:

² Nugroho. J. Setiadi, *Perilaku Konsumen; Konsep Dan Implementasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran*. (Jakarta: Kencana Prenada Media,2008), h.19

³ Zainuddin Ali, *Hukum Perdata Islam Indonesia*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2016), h.109

⁴ Hendi Suhendi, *Fiqih Muamalah*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016), h.67.

“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”.⁵

Berdasarkan penjelasan ayat diatas Allah SWT. Melarang kita memakan hartanya secara batil, Allah juga mengajarkan cara mendapatkan harta yang halal dengan jalan perdagangan, setiap perdagangan memiliki prinsip suka sama suka, dalam artian konsumen berhak memilih jalur pembelian pakaian baik itu secara online maupun memesan di tukang jahit.

Membahas tentang perdagangan, maka yang ada saat ini adalah suatu kegiatan jual beli yang dilakukan oleh para jasa penjualan online dengan konsumen atau jasa tukang jahit dengan konsumen. Di Desa Balirejo merupakan salah satu desa yang ada di Kecamatan Angkona Kabupaten Luwu Timur, banyak konsumen serta ada tukang jahit pakaian untuk pemesanan pakaian formal dan penjual pakaian melalui via online sehingga di Desa Balirejo cukup untuk di laksanakan penelitian. Peneliti melakukan kegiatan observasi terhadap konsumen yang ada di Desa Balirejo, dengan beberapa orang konsumen yang sering berbelanja pakaian formal baik itu melalui via online atau langsung melalui jasa jahit. Setelah melakukan observasi, ada beberapa masalah yang sering di hadapi oleh para konsumen yang sedang atau ingin berbelanja pakaian formal seperti masalah budaya, sosial, pribadi dan psikologis.

⁵ Departemen Agama RI, *Al-Hikmah Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (CV Penerbit Diponegoro), h.83.

Hampir semua masalah yang dihadapi oleh konsumen hampir sama yaitu masalah dari faktor budaya yaitu kelas sosial seperti pendapatan, faktor sosial seperti status sosial (lingkungan/ pergaulan), faktor pribadi seperti gaya hidup seseorang, dan psikologis seperti adanya kebutuhan terhadap pakaian formal dalam berpakaian. Untuk semua masalah yang di hadapi oleh para konsumen, akan menjadi pandangan baru dalam hal penjualan pakaian formal oleh para jasa penjualan online atau jasa tukang jahit. Dan memang untuk saat ini para pedagang jasa penjaualan online atau jasa tukang jahit masih kurang perhatiannya terhadap beberapa penyebab-penyebab masalah tersebut. Oleh karena itu peneliti ingin menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan membeli pakaian di Balirejo.

Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian pakaian tidak lepas dari perilaku konsumen dan proses pengambilan keputusan. Perilaku konsumen di pengaruhi oleh beberapa factor dan yang menjadi factor utamanya yaitu terlihat dari faktor Budaya, Sosial, Individu dan Psikologi dari pembeli.⁶ Dalam faktor budaya mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian seperti adanya tingkatan sosial terhadap perekonomian kelas atas, kelas menengah dan kelas menengah kebawah. Perilaku seorang konsumen juga di pengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan (kelompok referensi), keluarga, serta peran dan status sosial. Kemudian keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi yaitu usia pembeli dan tahap siklus hidup, kondisi ekonomi, gaya hidup, serta keperibadian dan konsep diri

⁶ Nugroho. J. Setiadi, *Perilaku Konsumen; Konsep Dan Implementasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran*. (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2008), h.11.

pembeli. Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi pula oleh empat faktor psikologis utama yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan (*Learning*), serta keyakinan dan sikap.⁷

Tahap-tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pembelian.⁸ Berdasarkan fakta tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai keputusan pembelian oleh konsumen yang ada Di desa Balirejo dengan judul Analisis Faktor Budaya, Sosial, Individu Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Formal Via Online atau Jasa Jahit Di Balirejo Kabupaten Luwu Timur.

B. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti mengemukakan beberapa rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh budaya terhadap keputusan pembelian pakaian formal via online atau jasa jahit?
2. Apakah ada pengaruh sosial terhadap keputusan pembelian pakaian formal via online atau jasa jahit?
3. Apakah ada pengaruh individu terhadap keputusan pembelian pakaian formal via online atau jasa jahit?

⁷ Tamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, Edisi ke-7, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2018), h.113.

⁸ Tamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, Edisi ke-7, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2018), h.129.

4. Apakah ada pengaruh psikologis terhadap keputusan pembelian pakaian formal via online atau jasa jahit?
5. Apakah budaya, individu, sosial, dan psikologis berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pakaian formal via online atau jasa jahit?

C. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka peneliti mengemukakan beberapa tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh budaya terhadap keputusan pembelian pakaian formal via online atau jasa jahit?
2. Untuk mengetahui pengaruh sosial terhadap keputusan pembelian pakaian formal via online atau jasa jahit?
3. Untuk mengetahui pengaruh individu terhadap keputusan pembelian pakaian formal via online atau jasa jahit?
4. Untuk mengetahui pengaruh psikologis terhadap keputusan pembelian pakaian formal via online atau jasa jahit?
5. Untuk mengetahui budaya, individu, sosial, dan psikologis berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pakaian formal via online atau jasa jahit?

D. Manfaat penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat atau kegunaan dalam pendidikan baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah dan memperkaya ilmu pengetahuan, khususnya dibidang perdagangan dan ekonomi, memberikan informasi yang berguna dalam bidang pemasaran, pelayanan dan lebih fokus pada perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan berbelanja di media online dan offline dengan memperhatikan faktor-faktor yang ada di dalam penelitian.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti, diharapkan dapat menambah pengetahuan dan keterampilan penelitian dalam menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam membeli pakaian.
- b. Bagi Program Studi, diharapkan dapat memberikan masukan, informasi dan referensi untuk meningkatkan system pelayanan bagi mahasiswa.
- c. Bagi Mahasiswa penelitian ini di harapkan dapat memberikan pengetahuan dan motivasi selama penulisan skripsi serta meminimalisis hal-hal yang bisa menghambat penyusunan skripsi.
- d. Bagi Masyarakat, di harapkan penelitian dapat memberikan gambaran terhadap pemecahan dari suatu permasalahan yang sedang dihadapi, serta dapat digunakan sebagai rekomendasi untuk program kebijakan dan aplikasi pada masyarakat.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Kegunaan Penelitian Relevan di dalam penelitian ini di antaranya untuk mencari persamaan dan perbedaan antara penelitian orang lain dengan penelitian penulis. Selain itu juga di gunakan untuk membandingkan penelitian yang sudah ada dengan penelitian yang akan di teliti oleh penulis. Berikut penelitian yang relevan terkait dengan penelitian penulis yang berjudul “Analisis Analisis Faktor Budaya, Sosial, Individu Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Formal Via Online Atau Jasa Jahit Di Balirejo Kabupaten Luwu Timur”.

1. Andi Muhammad Irwan yang berjudul *Pengaruh Faktor Psikologis, Pribadi, Sosial Dan Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online (Studi Kasus Pada Konsumen PT. Lazada Indonesia Di Kota Makassar)*. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan secara persial dan simultan faktor psikologis, pribadi, sosial dan budaya berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.⁹ Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu lokasi penelitian, judul penelitian, dan membahas tentang pengaruh faktor psikologis, pribadi, sosial dan budaya terhadap keputusan pembelian produk fashion secara

⁹ Andi Muhammad Irwan, *Pengaruh Faktor Psikologis, Pribadi, Sosial Dan Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online*, Jurnal ilmiah ilmu manajemen, Volume 1, No.2 (2019): 164. https://scholar.google.co.id/scholar_url?url=https://stiemmamuju.e-journal.id/FJIIM/article/download/21/18&hl=X&ei=IFU3YYHMH9SLywSbrJ-YAQ&scisig=AAGBfm3LhEW2UXKpT6WU1hiTdToO4Q-O6w&oi=scholar

online. Sedangkan persamaannya yaitu sama-sama membahas tentang perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian pakaian dan menggunakan penerapan metode analisis deskriptif kuantitatif.

2. Chairul Adhim yang berjudul *Analisis Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Pada Butik Yulia Grace*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor budaya dan psikologis berpengaruh negative dan signifikan terhadap perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sedangkan untuk faktor sosial dan pribadi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen dalam keputusan pembelian.¹⁰ Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu judul penelitian, lokasi penelitian dan membahas tentang pengaruh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis terhadap keputusan pembelian produk fashion secara online. Sedangkan persamaannya yaitu sama-sama membahas tentang perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian pakaian.
3. Wiliam Fangiade, Paulus Un, S.P.N. Nainiti yang berjudul *Analisis Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Jagung Rebus Studi Kasus Di Kelurahan Oesao Kecamatan Kupang Timur Kabupaten Kupang*. Hasil penelitian berdasarkan analisis regresi linier menunjukkan adanya pengaruh variabel kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologis secara persial

¹⁰ Chairul Adhim, *Analisis Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Pada Butik Yulia Grace*, Jurnal Pendidikan Tambusai, Volume 4 Nomor 1, (2020): 239. https://scholar.google.co.id/scholar?q=jurnal+faktor+perilaku+konsumen+terhadap+keputusan+pembelian+pakaian+formal+secara+online&hl=iad&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholar#d=gs_qabs&u=%231p%3DpaiR2l6xAEJ

terhadap keputusan pembelian jagung rebus dan adanya pengaruh variabel kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologis secara simultan terhadap keputusan pembelian jagung rebus.¹¹ Adapun perbedaan skripsi ini terhadap penelitian yang akan dilakukan yaitu lokasi penelitian yang berbeda, judul, dan skripsi ini membahas tentang perilaku konsumen dalam pembelian jagung bakar sedangkan penulis meneliti tentang perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian pakaian formal via online atau jasa jahit. Adapun persamaanya membahas tentang pengaruh variabel budaya, sosial, pribadi, dan psikologis terhadap keputusan pembelian.

4. Ilham, Hermawati yang berjudul *Pengaruh Faktor Kelas Sosial Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Pemilihan Pakaian di Desa Lagego Kecamatan Bura Kabupaten Luwu Timur*. Berdasarkan hasil analisis data penelitian dan analisis data variabel kelas sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen dalam pemilihan pakaian di Desa Lagego Kecamatan Bura Kabupaten Luwu Timur.¹² Adapun perbedaan skripsi ini dengan penelitian penulis yaitu lokasi penelitian yang berbeda, judul, dan

¹¹ Wiliam Fangiade, Paulus Un, S.P.N. Nainiti, *Analisis Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Jagung Rebus Studi Kasus Di Kelurahan Oesao Kecamatan Kupang Timur Kabupaten Kupang*, Jurnal EXCELLENTIA, Volume IX No 1, (Juni 2020): 65. http://scholar.google.com/sholsr?as_ylo=2018&q=jurnal+pengaruh+budaya+sosial+pribadi+psikologisterhadap+keputusan+pembelian+pakaian&hl=id&as_sdt0,5#d=gs_qab&u=%23p%3DNxNy_fVxQO4J

¹² Ilham, Hermawati *Pengaruh Faktor Kelas Sosial Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Pemilihan Pakaian di Desa Lagego Kecamatan Bura Kabupaten Luwu Timur*, Jurnalof Islamic Management and Bussines, Volume. 1, No. 1 April 2018): 17. https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=pengaruh+faktor+kelas+sosial+terhadap+perilaku+konsumen&btnG=#d=gs_qabs&u=%23p%3DDenMTMOxXN4J

penelitian ini menganalisis faktor kelas sosial sedangkan penulis menganalisis faktor budaya, sosial, individu dan psikologis. Adapun persamaanya sama-sama menggunakan analisis kuantitatif deskriptif.

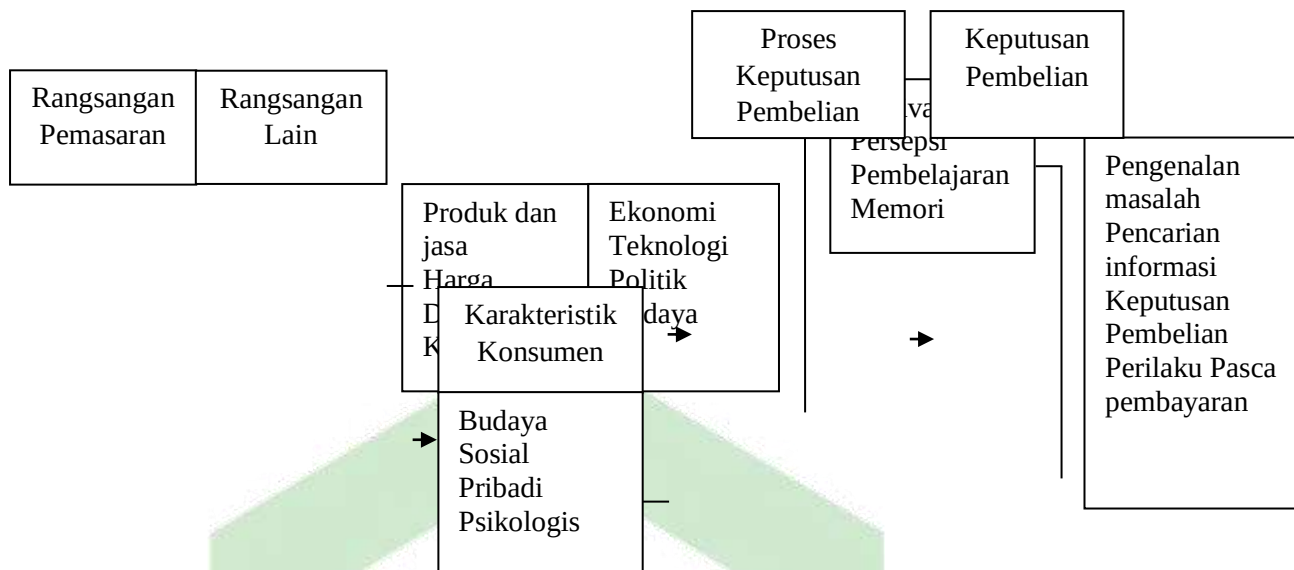
B. Landasan /Kajian Teori

1. Perilaku konsumen

Menurut Kotler dan Keller, perilaku konsumen adalah studi bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan menempatkan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka.¹³ Konsumen sebagai *stakeholder* suatu usaha yang harus diperhatikan, mempunyai perilaku dan persepsi yang berbeda-beda. Konsumen dapat menentukan kelangsungan hidup suatu usaha, oleh karena itu sebuah usaha harus bisa mengambil hati dan membangun *image* baik dimata konsumen.

Perilaku konsumen merupakan sikap kesadaran konsumen terhadap lingkungan dimana konsumen melakukan aspek-aspek kehidupan seperti bertukar pikiran, tukar pendapat dan lain sebagainya, untuk memilih produk-produk yang unggul/terbaik. Dengan kata lain perilaku konsumen melibatkan pemikiran dan perasaan yang mereka alami serta tindakan yang mereka lakukan dalam proses konsumsi. Perilaku konsumen yang bersifat dinamis, dan melibatkan interaksi dan pertukaran sangat penting untuk dikenali.

¹³ Philip Kotler dan Kevin
Erlangga, 2008), h.214.



Gambar 2.1: Model Perilaku Konsumen

Sumber: Kotler dan Keller (2009:178) yang dialihkan bahasan oleh Malon

Menurut Kotler, bahwa ada 4 faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis.¹⁴

a. Faktor budaya

Menurut Kotler dan Keller faktor budaya memiliki pengaruh yang luas dan mendalam terhadap perilaku pembelian.¹⁵ Menurut Solomon Budaya adalah akumulasi dari keyakinan bersama, ritual, norma, dan tradisi di antara anggota organisasi atau masyarakat.¹⁶ Faktor budaya ini meliputi budaya, sub budaya dan kelas sosial mempengaruhi perilaku pembelian konsumen.

¹⁴ Philip Kotler Dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi Ke 12, (Jilid 1, Jakarta: Erlangga, 2001), h.144.

¹⁵ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, 1, (Jakarta: Erlangga, 2005), h. 203

¹⁶ Solomon, M. R, *Consumer Behavior: Buying, Having, And Being*, Edisi Ke 12, (Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Prentice Hall (2018), h.526

- 1) Budaya, budaya adalah determinasi dasar keinginan dan perilaku seseorang melalui keluarga dan institusi utama lainnya. Seseorang yang tumbuh memiliki pandangan yang berbeda dengan diri sendiri, hubungan dengan orang lain dan ritual. Setiap pemasar harus benar-benar memperhatikan nilai-nilai budaya di setiap Negara untuk memahami cara terbaik memasarkan produk mereka dan mencari peluang untuk produk baru.¹⁷
- 2) Subbudaya, Setiap subbudaya terdiri dari beberapa subbudaya yang lebih kecil dimana memberikan identifikasi dan sosialisasi yang spesifik untuk anggota mereka. Subbudaya meliputi kebangsaan, agama, kelompok ras dan wilayah geografis. Sub budaya tumbuh besar dan cukup kaya, perusahaan sering merancang program pemasaran khusus untuk mereka.¹⁸
- 3) Kelas Sosial, Kotler dan Keller mengemukakan bahwa kelas sosial menagcu pada pendapatan atau daya beli. Banyak indikator yang menempatkan seorang anggota masyarakat untuk masuk dalam kelas sosial antara lain penghasilan, berbusana, cara berbicara, preferensi, reaksi dan lain-lain, kelas sosial memiliki ciri-ciri antara lain;¹⁹
 - a) Orang –orang pada kelas sosial yang sama cenderung bertingkah laku seragam.

¹⁷ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 (jilid 1, Jakarta: Erlangga, 2018), h. 166

¹⁸ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 (jilid 1, Jakarta: Erlangga, 2018), h. 166

¹⁹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, (Jakarta: PT. Indeks, 20016)

- b) Orang-orang yang merasa menempati posisi *superior* atau *inferior* sehubungan dengan kelas sosial dimana orang tersebut berada.
- c) Kelas sosial ditandai dengan sekumpulan variabel, seperti pekerjaan, pendapatan, pendidikan dan sebagainya.
- d) Individu dapat berpindah dari satu kelas ke kelas lainnya.

b. Faktor Sosial

Menurut Kotler dan Keller selain faktor budaya, faktor sosial seperti kelompok referensi, keluarga, serta peran sosial dan status mempengaruhi perilaku pembelian.²⁰

1. Kelompok Referensi, Seseorang adalah semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku orang tersebut. Kelompok yang mempunyai pengaruh langsung di sebut kelompok primer, dengan siapa seseorang berinteraksi dengan apa adanya secara terus menerus dan tidak resmi, seperti keluarga, teman, tetangga dan rekan kerja.
2. Keluarga, Keluarga adalah organisasi yang penting dalam masyarakat, dan anggota keluarga mempresentasikan kelompok referensi utama yang paling berpengaruh. Terdapat dua keluarga dalam kehidupan pembeli. Keluarga orientasi terdiri dari orang tua dan saudara kandung.
3. Peran Keluarga, Seseorang berpartisipasi dalam banyak kelompok keluarga, klub dan organisasi. Kelompok sering menjadi sumber informasi dan membantu mendefinisikan norma perilaku. Seseorang dapat

²⁰ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 (jilid 1, Jakarta: Erlangga, 2009), h. 170

mendefinisikan posisinya dalam tiap kelompok dimana ia menjadi anggota berdasarkan peran dan status. Peran terdiri dari kegiatan yang di harapkan dapat dilakukan seseorang, setiap peran tersebut menyandang status didalamnya.

c. Faktor Pribadi

Keputusan pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Faktor pribadi meliputi usia dan tahap dalam siklus hidup pembeli; pekerja dan ekonomi; keperibadiandan konsep diri; serta gaya hidup dan nilai.²¹

1. Usia dan tahap siklus hidup, Selera seseorang dalam makan, berpakaian dan rekreasi sering berhubungan dengan usia orang tersebut. Konsumsi juga dibentuk oleh siklus hidup keluarga dan dan jumlah, usia, serta jenis kelamin seseorang dalam rumah tangga dalam satu waktu tertentu.
2. Pekerjaan dan keadaan ekonomi, Pekerjaan juga mempengaruhi seseorang dalam memperlihatkan pola konsumsi. Pekerja kerah biru akan membeli baju kerja, sepatu kerja dan kotak makanan. Presiden perusahaan akan membeli jas, perjalanan udara, dan keanggotaan country club. Seseorang pemasar harus berusaha mengidentifikasi kelompok pekerja yang mempunyai minat di atas rata-rata terhadap produk dan jasa merekadan bahkan menghantarkan produk khusus untuk kelompok pekerjaan tertentu.
3. Keperibadian dan konsep diri, Setiap orang memiliki karakteristik pribadi yang mempengaruhi perilaku pembeliannya.keperibadian adalah sekumpulan sifat psikologis manusia yang menyebabkan respon yang

²¹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 (jilid 1, Jakarta: Erlangga, 2009), h. 172

relatif konsisten dan tahan lama terhadap rangsangan lingkungan termasuk perilaku pembeli. Keperibadian tersebut sering digambarkan sebagai sifat seperti kepercayaan diri, dominasi, otonomi, rasa hormat, kemampuan bersosialisasi, pertahanan, kemampuan beradaptasi.

4. Gaya hidup dan nilai, Orang-orang dari subbudaya, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama mungkin memiliki gaya hidup yang cukup berbeda. gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang tercermin dalam kegiatan, minat, dan pendapat.

d. Faktor Psikologis

Rangsangan pemasaran dan kondisi lingkungan ketika memasuki kesadaran konsumen, ditambah sekelompok proses psikologis yang digabungkan dengan karakteristik konsumen tertentu menghasilkan proses pengambilan keputusan dan keputusan akhir pembelian. Tugas seorang pemasar adalah memahami apa yang terjadi dalam kesadaran konsumen ketika adanya rangsangan pemasaran dari luar yang mempengaruhi keputusan pembelian akhir. Empat proses psikologi kunci yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran dan memori mempengaruhi respon konsumen secara fundamental.²²

- 1) Motivasi, Setiap manusia memiliki kebutuhan yang banyak pada waktu tertentu. Beberapa kebutuhan bersifat biogenik atau kebutuhan itu timbul dari keadaan tekanan psikologis seperti rasa lapar, rasa haus, atau rasa tidak nyaman. Kebutuhan lain bersifat psikogenik atau kebutuhan yang

²² Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 (jilid 1, Jakarta: Erlangga, 2009), h. 176

timnln dari keadaan tekanan psikologis seperti kebutuhan akan pengakuan, penghargaan, atau rasa memiliki.²³

- 2) Persepsi, Persepsi adalah sebuah proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menerjemahkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran tentang sesuatu yang berarti. Poin utamanya adalah persepsi tidak hanya tergantung pada rangsangan fisik, tetapi juga pada hubungan rangsangan terhadap bidang yang mengelilinginya dan kondisi yang ada pada diri seseorang.²⁴
- 3) Pembelajaran, Menurut Kotler dan Keller mengatakn bahwa pembelajaran mendorong perubahan dalam berperilaku yang didasarkan atas pengalaman.²⁵ Sebagai besar perilaku manusia dipelajari, meskipun sebagian pembelajaran tersebut tidak disengaja. Ahli teori pembelajaran percaya bahwa pembelajaran dihasilkan melalui interaksi dorongan, rangsangan, pertanda, respons, dan penguatan.
- 4) Memori, Asosiasi merek terdiri dari semua pikiran, perasaan, persepsi, citra, pengalaman, kepercayaan, sikap dan lainnya yang berkaitan dengan merek dan berhubungan dengan node merek. Pemasaran tersebut dilakukan untuk memastikan bahwa konsumen mendapatkan pengalaman

²³ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 (jilid 1, Jakarta: Erlangga, 2009), h. 178

²⁴ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 (jilid 1, Jakarta: Erlangga, 2009), h.180

²⁵ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 (jilid 1, Jakarta: Erlangga, 2009), h.181

produk dan jasa yang tepat untuk menciptakan struktur pengetahuan merek yang tepat dan mempertahankan merek tersebut di dalam memori.²⁶

2. Keputusan pembelian

Keputusan pembelian merupakan salah satu bentuk dari perilaku konsumen dimana seseorang telah menentukan sebagian besar atau keseluruhan keputusan apakah akan membeli atau tidak membeli, dimana akan membeli dan bagaimana membeli. Keputusan Pembelian menurut Kotler dan Keller, keyakinan yang diambil konsumen dalam pembelian produk yang telah melewati beberapa proses pertimbangan sebelum memutuskan pembelian.²⁷

Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen atau pembeli di pengaruhi pula oleh kebiasaan seseorang, dimana kebiasaan pembeli mencakup kapan waktunya pembelian dilakukan, dalam jumlah beberapa pembelian dilaksanakan, dan dimana pembelian tersebut dilakukan. Maka dari itu pemasar harus mampu memahami perilaku konsumen yang menjadi acuan utama yang menjadi pendorong keputusan yaitu: faktor budaya, faktor sosial, faktor individu dan psikologis.

3. Produk pakaian

²⁶ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 (jilid 1, Jakarta: Erlangga, 2009), h.182

²⁷ Yanda Rivaldo and Edi Yusman, "Pengaruh Physical Evidence, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Sanford Pada, " *Jurnal as-Said LP2M Institut Agama Islam Abdullah said batam* 1, no. 1 (Januari 2021): 13, <http://e-journal.institutabdullahsaid.ac.id/index.php/AS-SAID/article/view/7>.

Fashion adalah budaya, Sebuah representasi akan status social dan perkembangan suatu kelompok masyarakat. Saat ini parameter selera dan estetika seseorang dapat di lihat dari seberapa fashionable-nya dia. Hal itu juga menjadi standar kualitas yang di gunakan public dalam menilai karakteristik, tingkat pendidikan, tata kerama, dan tingkat pengetahuan seseorang.²⁸

Kebutuhan produk fashion di dasari oleh adanya kebutuhan konsumen. Menurut Abraham Maslow, seseorang harus memuaskan kebutuhan dasarnya terlebih dahulu sebelum naik ke level kebutuhan yang berikutnya, sebab beberapa produk yang sama bisa memuaskan kebutuhan yang berbeda. Hierarki kebutuhan Maslow ada 5 tingkatan yaitu:²⁹

- a. *Fisiologis* (fisik) : Kebutuhan ini merupakan tingkat kebutuhan yang dasar, dan paling kuat antara kebutuhan manusia yaitu untuk mempertahankan hidup seperti makan, minum serta tempat tinggal, oksigen dan pemuasan terhadap kebutuhan-kebutuhan itu sangat penting dalam kelangsungan hidup.³⁰
- b. Rasa aman : Kebutuhan rasa aman merupakan kebutuhan tingkat kedua yang merupakan kebutuhan perlindungan bagi fisik manusia. Apabila kebutuhan fisik telah terpenuhi, maka akan muncul

²⁸ Kho Christoper & Meishyell Loembie. *The Fashion Bible for Man*. (Jakarta: PT. GRAMEDIA 2013), h.10.

²⁹ Abraham Maslow, *Motivation and Personility, (Teori Motivasi dengan Ancangan Hirarki Kebutuhan manusia)*, Penerjemah Nurul iman (Jakarta: PT Gramedia, 1984), h.41.

³⁰ Frank G. Goble, *Mazhab ketiga psikologi humanistik Abraham Maslow*. Penerjemah A. supratiknya (Yogyakarta: kanisius, 1987), h.71

seperangkat kebutuhan-kebutuhan yang baru kurang lebihnya dapat di kategorikan seperti halnya; keamanan, kemantapan, ketergantungan, perlindungan dan lain sebagainya.³¹

- c. Sosial : Setelah kebutuhan pertama dan kedua terpenuhi, seseorang membutuhkan rasa cinta dari orang lain rasa memiliki dan dimiliki, kebutuhan tersebut sangat di perlukan antara hubungan yang satu dengan yang lain. Seperti halnya pernikahan adalah salah satu contoh sosial, keluarga adalah lembaga sosial yang sangat mengikat anggota fisik, sehingga saling membutuhkan, menyayangi dan melindungi.
- d. Penghargaan : Penghargaan adalah kebutuhan ke empat setelah kebutuhan fisik, keamanan, dan sosial. Yaitu kebutuhan berpartisipasi yang dapat mencapai derajat yang tinggi, seseorang tidak akan pernah puas setelah kebutuhan yang ketiga tadi terpenuhi dikarenakan sifat manusia itu memiliki sifat ego yang kuat untuk bisa mencapai prestasi kerja, dan karir yang lebih baik untuk dirinya maupun lebih baik dari orang lain.
- e. Aktualisasi diri : Aktualisasi diri merupakan tingkatan yang tertinggi atau kelima dari kebutuhan, aktualisasi diri memberikan gambaran keinginan seseorang untuk mengingat, memahami, dan membentuk sesuatu sistem nilai sehingga dapat memberikan pengaruh terhadap orang lain. Aktualisasi diri juga memberikan arti dimana keinginan untuk bisa menyampaikan ide, gagasan, dan sistem nilai yang diyakininya kepada orang lain

³¹ Abraham Maslow, *Motivation and Personility*, Op, Cit, h.42

4. Jasa tukang jahit

Menurut bahasa, jasa adalah usaha atau tindakan yang bersifat baik dan bermanfaat bagi orang lain (bangsa dan negara).³² Sejumlah ahli membuat definisi mengenai jasa, Zeithaml dan Bitner mencoba merangkum banyak pendapat para ahli tentang definisi jasa sebagai: Semua aktivitas ekonomi yang output-nya bukanlah produk atau konstruksi fisik, yang secara umum konsumsi dan produksinya dilakukan pada waktu yang sama, dan nilai tambah yang diberikannya dalam bentuk (seperti: kenyamanan, liburan, kecepatan, dan kesehatan) yang secara prinsip adalah intangible bagi pembeli pertamanya.³³ Jasa penjahit merupakan suatu kegiatan, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan kepada konsumen untuk dijual, dan menghasilkan daya tarik para pelanggan untuk memenuhi kebutuhan dan Gaya hidup. Jasa memiliki karakteristik dalam hal:³⁴

Penjahit merupakan seseorang pekerja yang mampu menciptakan sebuah pakaian, produk jahit menjahit dapat berupa pakaian (baju, rok, celana), taplak, seprai, gorden, dan lainnya, menjahit merupakan proses penyambungan kain atau bahan-bahan kain yang terpisah dengan menggunakan jarum dan benang jahit dengan memasukkan jarum kedalam sebuah kain yang lain dan memasukkan kembali kain yang lain sehingga kedua kain dapat tersambung dan merekan dengan rapi. Seorang penjahit

³² Kamisa, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Kartika Surabaya, 1997), h.256

³³ Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis*, Edisi.3, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001), h.10

³⁴ Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis*, Op, Cit, h.10-12

handal bukanlah hal yang mudah, ada tata cara untuk membuat desain, membuat pola dan tata cara untuk memotong kain yang baik dan benar. Pendidikan menjahit dapat diperoleh di kursi menjahit, orang menjahit pakaian di sebut penjahit, penjahit pakaian pria di sebut tailor, sedangkan penjahit pakaian wanita di sebut modiste, maka sebuah pekerjaan menyambung kain dan bahan-bahan lain yang bisa di lakukan dengan memakai jarum tangan maupun dengan mesin jahit, tidak semua orang bisa menjahit karena menjahit perlu bakat atau keahlian yang sangat tinggi dan kreatif. Agar kain yang di sambung atau dijahit layak untuk digunakankan.

5. Jasa penjualan online

Online shop atau bisnis online saat ini bukan lagi menjadi sesuatu yang asing bagi masyarakat Indonesia. Baik yang dalam kesehariannya menggunakan internet ataupun tidak. Adapun definisi online shop, adalah suatu proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual barang atau jasa melalui internet dimana antara penjual dan pembeli tidak pernah bertemu atau melakukan kontrak secara fisik yang dimana barang yang di perjual belikan di tawarkan melalui display dengan gambar yang ada di suatu website atau toko maya. Setelah pembeli dapat memilih barang yang diinginkan untuk kemudian melakukan pembayaran kepada penjual melalui rekening bank yang bersangkutan. Setelah proses pembayaran di terima, kewajiban penjuak adalah mengirim barang pesanan pembeli ke alamat tujuan.

Dalam pengoperasian online shop terdapat tingkatan-tingkatan dalam pengoperasian online shop, yaitu:

- a. *Supplier* adalah pihak yang menyediakan, menyalurkan dan memasarkan suatu produk tertentu.
- b. *Reseller* adalah orang atau pihak yang menjual kembali produk orang lain atau supplier dimana reseller ini berdiri sendiri atau bukan merupakan pegawai dari si supplier.
- c. *Dropshipper* tidak melakukan stok barang. Mereka hanya memamerkan atau memajang gambar atau foto kepada calon pembeli, jika ada yang mau membelinya, maka barang dikirim dari supplier ke konsumen secara langsung.

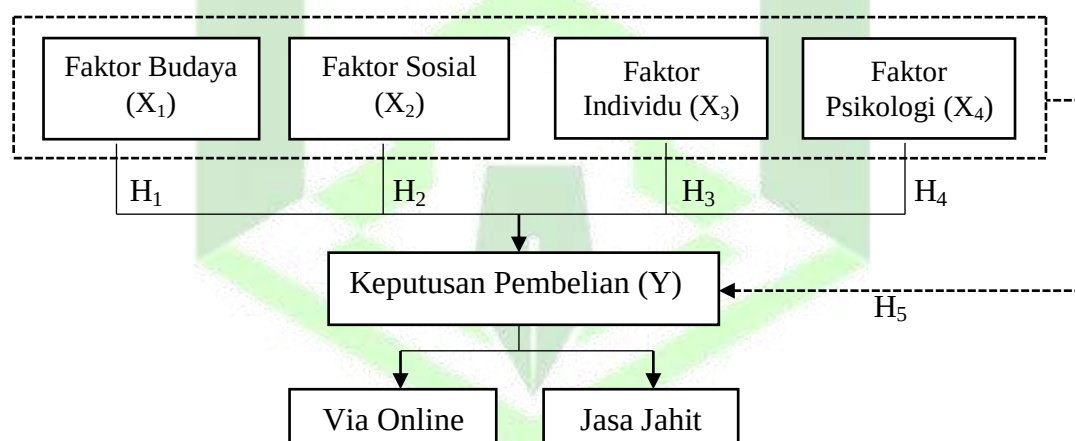
Salah satu faktor penting dalam pengoperasian online shop adalah factor etika saat memilih produk yang akan di jual. Beberapa kategori produk yang dapat di jual dan memiliki penjualan retail terbanyak, yaitu: barang kebutuhan sehari-hari, pakaian, barang elektronik, kebutuhan kantor, aksesories, buku/cd/vcd, peralatan rumah tangga, produk handmade, makanan, produk kesehatan, perhiasan, alat olah raga. Ada beberapa cara untuk menerima pembayaran pemesanan secara online, yaitu: Transfer Bank, Jasa pengirim, Rekening bersama, COD (*Cash on Delivery*).

Pada umumnya transaksi yang sering terjadi di Indonesia itu transaksi dengan transfer bank. Transaksi melalui internet selain memiliki kelebihan memudahkan konsumen untuk bertransaksi dimana saja dan kapan saja ternyata juga mempunyai kekurangan dimana pembeli tidak bisa bertemu secara langsung dengan penjual. Hal ini membuat tingkat kepercayaan pembeli rendah untuk melakukan transaksi via internet. Tetapi keberadaan

brand dan kepercayaan yang baik membuat mereka para konsumen bersedia membayar dengan harga lebih untuk barang yang dipesan.

C. Kerangka Pikiran

Kerangka fikir merupakan suatu landasanyang dapat menunjukkan alur atau pola terhadap penelitian suatu objek dalam penelitian. Konsep pada penelitian ini adalah peneliti ingin menguji analisis faktor budaya, sosial, individu dan psikologis terhadap pembelian pakaian formal melalui via online dan konsumen yang menggunakan jasa jahit secara langsung. Dibawah ini akan dipaparkan bagan kerangka fikir dari penelitian ini.



Gambar 2.2: Kerangka Fikir

Keterangan:

- Pengaruh secara parsial
- - - - -→ Pengaruh secara simultan

Dalam Penelitian ini, Ada empat faktor yang di gunakan sebagai variabel bebas, yaitu budaya (X₁), sosial (X₂), individu (X₃) dan psikologi (X₄), sedangkan variabel terkait adalah keputusan pembelian (Y). Berdasarkan pemikiran di atas, digambarkan bahwa faktor budaya (X₁), sosial (X₂), individu (X₃) dan psikologi

(X₄), mempengaruhi keputusan pembelian (Y) secara persial dan simultan, yang akhirnya konsumen memilih salah satu kegiatan pembelian secara online atau secara langsung menggunakan jasa jahit.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara, yang masih perlu di uji kebenaran dan keabsahannya. Hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut;

- H₁ : Terdapat pengaruh positif dan signifikan faktor budaya terhadap keputusan pembelian pakaian formal via online atau jasa jahit di Balirejo kabupaten Luwu Timur.
- H₂ : Terdapat pengaruh positif dan signifikan faktor sosial terhadap keputusan pembelian pakaian formal via online atau jasa jahit di Balirejo kabupaten Luwu Timur.
- H₃ : Terdapat pengaruh positif dan signifikan faktor individu terhadap keputusan pembelian pakaian formal via online atau jasa jahit di Balirejo kabupaten Luwu Timur.
- H₄ : Terdapat pengaruh positif dan signifikan faktor psikologis terhadap keputusan pembelian pakaian formal via online atau jasa jahit di Balirejo kabupaten Luwu Timur.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metode penelitian adalah faktor terpenting menunjang keberhasilan suatu penelitian. Karena dalam melaksanakan pengumpulan data yang kemudian akan di susun untuk di jadikan sebuah hasil penelitian harus menggunakan metode penelitian yang tepat. Metode penelitian dan instrumen penelitian di pakai dalam mendapatkan data yang diperlukan untuk kemudian di olah menjadi sebuah karya. Pada dasarnya metode penelitian digunakan supaya penelitian yang dilaksanakan beruntut dan terstruktur sinkron pada langkah yang ada.³⁵

Adapun jenis penelitian ini, menggunakan pendekatan penelitian yang bersifat kuantitatif, Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan, Penelitian ini membahas mengenai faktor budaya, sosial, individu dan psikologi yang mempengaruhi keputusan pembelian pakaian melalui via online atau jasa jahit di Balirejo kabupaten Luwu Timur.

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Berdasarkan judul di atas maka tempat penelitian ini dilakukan di desa Balirejo kecamatan Angkona kabupaten Luwu Timur dengan cara membagikan kuisisioner/angket kepada konsumen sebagai responden berumur 20 tahun – 45

³⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), h.102.

tahun untuk mendapatkan informasi. Waktu penelitian ini direncana dalam jangka waktu 1 bulan,

C. Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional yang di gunakan dalam penelitian ini kemudian di uraikan menjadi indicator emperis, Variabel penelitian ini terdiri atas dua yaitu variabel bebas disimbolkan dengan X (budaya, sosial, individu, dan psikologis) dan variabel terikat di simbolkan dengan Y (keputusan pembelian pakaian).

Table 3.1: Variabel Dependen Dan Independen

No	Variabel	Definisi	Indikator
1	Faktor Budaya (X ₁)	Menurut Solomon Budaya adalah akumulasi dari keyakinan bersama, ritual, norma, dan tradisi di antara anggota organisasi atau masyarakat. ³⁶	Sub Budaya a. Kebangsaan b. Agama c. Kelompok ras d. Daerah georafis. ³⁷
	Faktor Sosial (X ₂)	Pengaruh sosial mencakup keluarga, pemimpin opini (orang yang pendapatnya didengarkan orang lain) dan kelompok referensinya seperti teman, rekan kerja dan keluarga seprofesi. ³⁸ Dan menurut Kotler dan Keller selain faktor budaya, faktor sosial seperti kelompok referensi, keluarga, serta peran sosial dan status mempengaruhi perilaku pembelian. ³⁹	a. Keluarga b. Teman c. Tetangga d. Rekan kerja.

³⁶ Solomon, M. R, *Consumer Behavior: Buying, Having, And Being*, Edisi Ke 12, (Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Prentice Hall (2018), h.526

³⁷ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, (Jakarta: PT. Indeks, 2007)

³⁸ Ebert, Ronald J, Griffin, Ricky. W. *Pengantar Bisnis*, Op, Cit.

³⁹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 (jilid 1, Jakarta: Erlangga, 2009), h. 170

	Faktor Pribadi (X ₃)	Faktor pribadi merupakan suatu cara mengumpulkan dan mengelompokkan kekonsistenan reaksi seorang individu terhadap situasi yang sedang terjadi. ⁴⁰ Dan menurut Kotler dan Keller faktor pribadi meliputi usia dan tahap dalam siklus hidup pembeli; pekerja dan ekonomi; keperibadian dan konsep diri; serta gaya hidup dan nilai. ⁴¹	a. Usia dan tahap siklus hidup b. Pekerjaan dan keadaan ekonomi c. Keperibadian dan konsep diri d. Gaya Hidup.
	Faktor Psikologis (X ₄)	Faktor psikologis merupakan cara yang di gunakan untuk mengenali perasaan mereka, mengumpulkan dan menganalisis informasi, merumuskan pikiran dan pendapat dan mengambil tindakan. ⁴² Dan menurut Kotler dan Keller Empat proses psikologi kunci yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran dan memori mempengaruhi respon konsumen secara fundamental. ⁴³	a. Motivasi b. Persepsi c. Pembelajaran d. Memori
2	Keputusan Pembelian (Y)	Menurut Philip Kotler dan Gary Amstrog Keputusan Pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman	a. Pilihan Produk b. Jumlah Pembelian c. Waktu pembelian d. Metode Pembayaran.⁴⁵

⁴⁰ Hair Lamb dan Mc Daniel, C, *Pemasaran* Buku 1 Edisi Pertama, (Jakarta: Salemba 4, 2001), h.221

⁴¹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 (jilid 1, Jakarta: Erlangga, 2009), h. 172

⁴² Hair Lamb dan Mc Daniel, C, *Pemasaran*, Op, Cit, h.227

⁴³ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 (jilid 1, Jakarta: Erlangga, 2009), h. 176

		untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. ⁴⁴	
--	--	---	--

D. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian di Tarik kesimpulannya.⁴⁵ Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang Berbelanja pakaian melalui via online dan konsumen yang belanja langsung di tukang jahit.

2. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Peneliti menggunakan sampel yang di ambil dari populasi, untuk itu sampel harus betul-betul tepat atau mewakili. Pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu konsumen yang berbelanja melalui via online atau tukang jahit, berumur 20-45 tahun. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini berupa *Accidental sampling* yaitu tehnik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja secara kebetulan/incidental bertemu

⁴⁵ Philip Kotler dan Gary Amstrog, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 12, jilid 1 dan2 (Jakarta: Erlangga, 2016),h.188

⁴⁴ Philip Kotler dan Gary Amstrog, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 12, jilid 1 dan2 (Jakarta: Erlangga, 2016),h.177

⁴⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, (Bandung: Alfabeta, CV, 2005), h.72.

dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok dengan sumber data.⁴⁷ Adapun jumlah populasi yang tidak di ketahui maka dalam menentukan sampel menggunakan rumus Cochran sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel yang diperlukan

z = Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam sampel, yakni 95%

p = Peluang benar 50% = 0,5

q = Peluang salah 50% = 0,5

e = Tingkat kesalahan sampel (sampling error) 10% = 0.1.⁴⁸

Tingkat keyakinan yang digunakan adalah 95% dimana nilai Z sebesar 1,96 dan tingkat *error* maksimum sebesar 10%. Jumlah ukuran sampel dalam penelitian ini sebagai berikut;

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2} \quad n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,1)^2} \quad n = 96 \text{ orang}$$

IAIN PALOPO

E. Teknik Pengumpulan Data

⁴⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2018), h.131

⁴⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi 3 (Bandung: Alfabeta, 2017), h.148.

Penelitian ini memerlukan beberapa cara untuk memperoleh data, maka pelaksanaan yang diperlukan dengan cara penelitian lapangan (field research) yaitu pencarian data dilakukan langsung di lapangan atau dilokasi penelitian.⁴⁹ Dalam proses pengumpulan data peneliti mengumpulkan data kuisisioner atau angket. Berpedoman pada pendapat Hadjar, angket (*Questionary*) merupakan perkumpulan pertanyaan atau pernyataan tentang poin tertentu yang diberikan kepada subyek, baik secara personal atau kelompok agar mendapatkan informasi, seperti preferensi, kepercayaan, minat dan perilaku.⁵⁰ Selain itu, kuisisioner juga dapat berupa pertanyaan / pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung maupun dikirim melalui pos atau internet.⁵¹ Peneliti juga menggunakan cara dokumentasi, teknik pengumpulan data dengan cara ini, peneliti dapat mengandalkan dokumen sebagai salah satu sumber data yang digunakan untuk melengkapi sebuah penelitian. Dokumentasi tersebut dapat berupa bentuk gambar/foto, video, dan rekam suara.

F. Instrument Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan dalam melakukan penelitian ini berupa angket atau *Questionary* yang dibuat sendiri oleh peneliti. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan instrument berupa angket tertutup, yaitu kuisisioner yang disusun dengan menyediakan pilihan jawaban lengkap sehingga responden hanya

⁴⁹ Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, (Yogyakarta: Gajah Mada University Pers, 2007), h.27

⁵⁰ Syahrudin and Salam, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Bandung: Citapustaka Media, 2014), h.135.

⁵¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis, (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2008), h. 199.

memilih salah satu jawaban yang tersedia.⁵² Instrument yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menyebar angket atau *Questionary* yang dibuat oleh peneliti dan disebar/dibagikan ke responden, dalam hal ini pembelian pakaian formal via online atau jasa jahit di desa Balirejo kecamatan Angkona kabupaten Luwu Timur untuk menjawab.

Menurut sugiyono skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala *Liker* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif.⁵³ Pertanyaan dibuat dalam bentuk angket dengan menggunakan skala *Liktert* 1-5 yang masing-masing mewakili pendapat dari responden. Skala tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2 Skala Pengukuran`

No	Jawaban	Kode	Skor
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Netral	N	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

⁵² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), h.143.

⁵³ Sugiyono, *Metode Penelitian KOMBINASI (Mixed Methods)*, cetakan ke-6 (Bandung: Alfabeta, Oktober 2014), h.136

G. Uji Validitas Dan Reabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur validnya suatu data pada kuisioner yang diukur. Data kuisioner yang diukur dapat dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner. Pengukuran validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *person correlation* yaitu dengan menghitung korelasi antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor.⁵⁴ Uji validitas dilakukan menggunakan metode *person correlation*, suatu data akan dikatakan valid apabila r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . r_{tabel} dapat diketahui melalui jumlah responden dan dilihat dari distribusi nilai r_{tabel} statistic dengan tingkat signifikan 0,05. Berikut ini hasil penjelasan rincian hasil uji validitas item-item penelitian;

a. Budaya

Data yang terkumpul dari 30 responden yang diajukan dalam tabel 3.4, maka terdapat 4 koefisien korelasi (jumlah butir 4). Hasil dari analisis item 4 butir pertanyaan valid, maka item tersebut akan digunakan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.3 uji validitas budaya
Item – total statistic budaya

Variabel	No Item	R	Keterangan
Budaya	1	0,539	Valid
	2	0,623	Valid
	3	0,569	Valid

⁵⁴ Zaini Mustafa, *Mengurai Variabel Hingga Instrumentasi*, (Yogyakarta: Graham Ilmu, 2013), h.64.

4	0,691	Valid
---	-------	-------

Sumber: data yang telah diolah

Pada tabel 3.4, standar *Corrected Item-Total Correlation* (r_{hitung}) dikatakan Valid ketika tingkat signifikan lebih dari 0,05. Maka *Corrected Item-Total Correlation* (r_{hitung}) pada instrument penelitian ini Valid.

b. Sosial

Pada data sosial yang sudah diuji coba, terdapat 4 koefisien korelasi (jumlah butir 4). Hasil dari analisis item 4 butir pertanyaan valid, maka item tersebut akan digunakan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.4 uji validitas sosial
Item – total statistic sosial

Variabel	No Item	R	Keterangan
Sosial	1	0,728	Valid
	2	0,807	Valid
	3	0,583	Valid
	4	0,657	Valid

Sumber: data yang telah diolah

Pada tabel 3.4 standar *Corrected Item-Total Correlation* (r_{hitung}) dikatakan Valid ketika tingkat signifikan lebih dari 0,05. Maka *Corrected Item-Total Correlation* (r_{hitung}) pada instrument penelitian ini Valid.

c. Pribadi

Data sosial yang sudah diuji coba, maka terdapat 7 koefisien korelasi (jumlah butir 7). Hasil dari analisis item 7 butir pertanyaan valid, maka item tersebut akan digunakan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.5 uji validitas Pribadi
Item – total statistic Pribadi

Variabel	No Item	R	Keterangan
Pribadi	1	0,581	Valid

2	0,808	Valid
3	0,566	Valid
4	0,860	Valid
5	0,446	Valid
6	0,704	Valid
7	0,646	Valid

Sumber: data yang telah diolah

d. Psikologis

Pada data Psikologis yang sudah diuji coba, maka terdapat 5 koefisien korelasi (jumlah butir 7). Hasil analisis item sebagai berikut:

Tabel 3.6 uji validitas Psikologis

Item – total statistic

Variabel	No Item	R	Keterangan
Psikologis	1	0,808	Valid
	2	0,655	Valid
	3	0,604	Valid
	4	0,775	Valid
	5	0,012	Tidak Valid

Sumber: data yang telah diolah

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa hanya terdapat 4 butir pertanyaan yang valid. Sehingga dari ke 4 butir pertanyaan tersebut peneliti mengambil sebagai item pertanyaan yang akan digunakan sebagai alat untuk meneliti. Dimana 5 butir pertanyaan tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 3.7 Item – total statistic Psikologis

Variabel	No Item	R	Keterangan
Psikologis	1	0,808	Valid
	2	0,655	Valid
	3	0,604	Valid
	4	0,775	Valid

Sumber: data yang telah diolah

e. Keputusan Pembelian

Data yang terkumpul dari 30 responden yang dapat ditunjukkan dalam tabel 3.9, maka terdapat 7 koefisien korelasi (jumlah butir 7). Hasil dari analisis item 7 butir pertanyaan valid, maka item tersebut akan digunakan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

**Tabel 3.8 uji validitas keputusan pembelian
Item – total statistic pembelian**

Variabel	No Item	R	Keterangan
Keputusan Pembelian	1	0,648	Valid
	2	0,543	Valid
	3	0,785	Valid
	4	0,772	Valid
	5	0,740	Valid
	6	0,805	Valid
	7	0,407	Valid

Sumber: data yang telah diolah

Dari tabel di atas, Standar *Corrected Item-Total Correlation* (r_{hitung}) dikatakan Valid ketika tingkat signifikan lebih dari 0,05. Maka diketahui bahwa 7 butir pertanyaan yang valid.

2. Uji Reabilitas

Uji reabilitas yaitu alat yang digunakan untuk mengukur kuisioner penelitian, dalam penelitian ini batasan nilai adalah 0,60 jika nilai reabilitas kurang dari 0,60 maka nilai kurang baik. Nilai reabilitas dalam uji ini adalah pada kolom Reabiliti Statistics (*Cronbach's Alpha*) yang di hitung berdasarkan varian-varian skor dari setiap butir. Variabel dikatakan reliabel apabila *Cronbach's Alpha* (α) > 0,60. Berikut ini hasil penjelasan rincian uji reabilitas item-item penelitian.

Tabel 3.9 uji reabilitas

No	Variabel	Nilai Koefisien	Keterangan
----	----------	--------------------	------------

1	Budaya (X_1)	0,635	Reliabel
2	Sosial (X_2)	0,627	Reliabel
3	Pribadi (X_3)	0,750	Reliabel
4	Psikologis (X_4)	0,668	Reliabel
5	Keputusan Pembelian (Y)	0,786	Reliabel

Sumber: data yang telah diolah

Dapat disimpulkan bahwa uji reabilitas dinyatakan reliabel atau konsisten karena *Cronbach's Alpha* > dari 0,60.

H. Teknik Analisis Data

1. Analisis deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis yang di dasarkan pada hasil jawaban yang diperoleh dari responden, kemudian dianalisis dan disajikan dalam bentuk deskriptif data dari masing-masing variabel.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini dilakukan untuk menguji asumsi-asumsi yang ada dalam permodelan regresi linier berganda. Menurut Darwanto regresi linier berganda dapat dilakukan setelah model dari penelitian ini memenuhi syarat-syarat yaitu lolos asumsi klasik. Uji asumsi klasi meliputi:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Nilai residual dikatakan berdistribusi normal jika residual terstandarisasi tersebut sebagian besar mendekati nilai rata-ratanya. Nilai residual terstandarisasi yang

berdistribusi normal jika digambarkan dengan kurva akan membentuk gambar lonceng yang kedua sisinya melebar sampai titik tak terhingga.⁵⁵

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi yang berbentuk korelasi yang tinggi atau sempurna di antara variabel bebas atau tidak, maka regresi tersebut dinyatakan mengandung gejala multikolinier.⁵⁶ Multikolinieritas membuat variabel-variabel independen tidak sama dengan nol, mendekati adanya multikolinieritas dapat digunakan nilai *tolerance* dan *varian inflation faktor* (VIF) sebagai tolak ukur.

c. Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut heteroskedastisitas. Jika titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.⁵⁷

3. Analisis Regresi Linier berganda

Dalam upaya untuk menjawab permasalahan dalam penelitian ini maka digunakan analisis regresi linier berganda (*Multiple Regression*). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis faktor yang

⁵⁵ Suliyanto, *Ekonometrika Terapan: Teori & Aplikasi Dengan SPSS* (2011), h.69.

⁵⁶ Suliyanto, *Ekonometrika Terapan: Teori & Aplikasi Dengan SPSS*, Op, Cit, h.81.

⁵⁷ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 19*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas diponegoro, 2011). h.139.

mempengaruhi perilaku konsumen anatara faktor budaya (X_1), faktor sosial (X_2), dan faktor psikologis (X_3) sebagai variabel bebas terhadap keputusan pembelian pakaian formal via online atau jasa tukang jahit.. Rumus umum dari regresi linier berganda adalah:

$$Y = b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

Y	= Keputusan Pembelian
b_1, b_2, b_3, b_4	= Koefisien regresi
X_1	= Budaya
X_2	= Sosial
X_3	= Individu
X_4	= Psikologis
e	= Standar error

4. Uji Hipotesis

Menurut Sugiyono, yang dimaksud dengan hipotesis adalah sebagai berikut hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian.⁵⁸ Hipotesis yang akan digunakan dalam penelitian ini berkaitan dengan ada tidaknya pengaruh variabel bebas yang terdiri dari budaya, sosial, pribadi dan psikologis terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian. Hipotesis nol (H_0) tidak terdapat pengaruh signifikan dan Hipotesis alternative (H_a) menunjukkan adanya pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.

a. Pengujian secara simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau tidak. Kegunaan dari uji

⁵⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, Op, Cit, h. 159.

f ini adalah untuk menguji apakah variabel budaya (X_1), sosial (X_2), individu (X_3) dan psikologis (X_4) secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y)

b. Pengujian secara persial (Uji T)

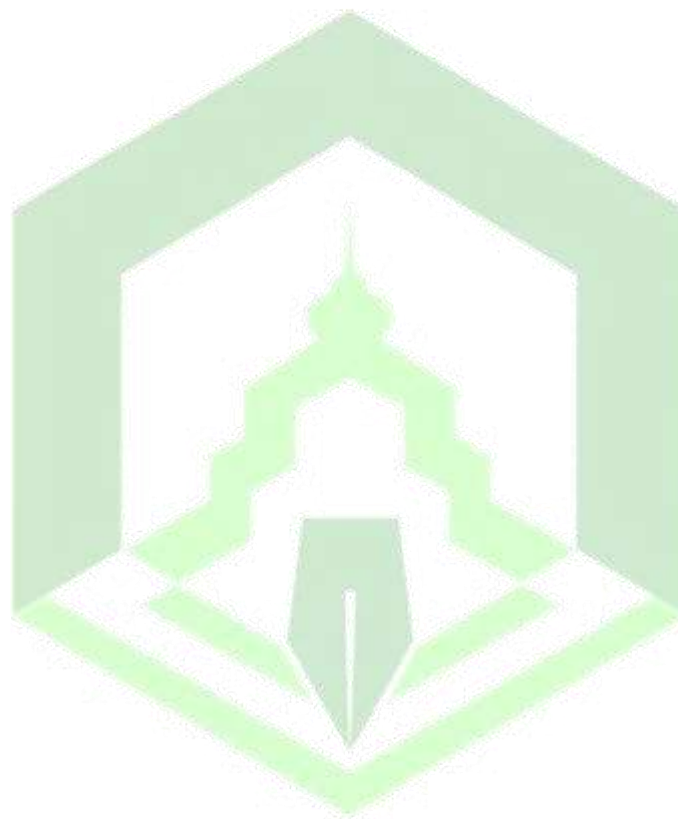
Uji t merupakan metode pengujian dalam statistic yang digunakan untuk menguji besarnya pengaruh semua variabel bebas secara persial terhadap variabel terikat. Kegunaan dari uji t ini adalah untuk menguji apakah variabel budaya (X_1), sosial (X_2), individu (X_3) dan psikologis (X_4) secara persial berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y). Uji ini dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{table} dengan angka probabilitas sebesar 5%.

c. Uji koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali, uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu.⁵⁹ Kelemahan dari koefisien determinasi adalah biasa terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. Setiap ada penambahan variabel independen maka R^2 pasti akan meningkat tanpa memperdulikan apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu, digunakanlah model *adjusted R-square*. Model *adjusted R-*

⁵⁹ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate*, (2016). h.95

squre dapat naik atau turun apabila ada satu variabel independen yang ditambahkan kedalam model.⁶⁰



IAIN PALOPO

⁶⁰ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate*, Op. Cit. h.96

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Penelitian

1. Gambaran Umum Desa Balirejo

Balirejo adalah desa yang berada di kecamatan Angkona, kabupaten Luwu timur provinsi Sulawesi Selatan Indonesia. Mayoritas penduduk desa Balirejo ini adalah transmigran asal Bali kemudian di susul oleh suku Jawa. Secara geografis luas wilayah desa Balirejo 36.000 ha/ m² dengan jumlah penduduk 1872 jiwa.⁶¹ Desa Balirejo berada di ujung desa Wanasari, beberapa batas lokasidesa Balirejo dapat di lihat sebagai berikut: Sebelah Utara ada desa Sumber Agung, Sebelah selatan ada desa Solo, Sebelah barat ada desa Wanasari, Sebelah timur ada desa Tawakua. Jumlah penduduk desa Balirejo terbagi atas 5 dusun yaitu: Dusun Kenanga, Dusun Cempaka, Dusun Jempiring, Dusun Melati, Dusun Nusa Indah.

Tabel 4.1 Jumlah Penduduk Dusun di Balirejo

No	Nama Dusun	Jenis Kelamin		Jumlah
		Pria	Wanita	
1	Kenanga	188	158	346
2	Cempaka	176	252	428
3	Jempiring	206	190	396
4	Melati	183	165	348
5	Nusa Indah	174	180	354

Sumber data: Kantor desa Balirejo, 2021

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa dusun, dengan jumlah penduduk terbanyak yaitu Cempaka dengan jumlah 428 jiwa, dusun Jempiring dengan

⁶¹ Profil Desa Balirejo, Papan Potensi DEsa, Kantor Desa Balirejo, 2021.

jumlah penduduk 396 jiwa, dusun Nusa Indah berjumlah 354 jiwa, selanjutnya ada dusun Melati dengan jumlah penduduk 348 jiwa dan untuk dusun kenanga berjumlah 346 jiwa. Dengan demikian bila dilihat dari jumlah data jenis kelamin penduduknya lebih banyak perempuan dari pada laki-laki dari keseluruhan dusun yang ada di desa balirejo, dengan jumlah penduduk perempuan sebanyak 945 jiwa dan laki-laki berjumlah 927 jiwa.

Kemudian sumber pendapatan ekonomi masyarakat desa balirejo sebagian besar bersal dari pertanian dan perkebunan. Adapun Visi dan Misi desa Balirejo

a. Visi

“Menuju Balirejo Sejahtera, Aman, Tertib Dan Unggul”

b. Misi

- 1) Membangun infrastruktur baik di daerah pemukiman maupun daerah persawahan dan menjadikan petani desa maju
- 2) Masyarakat sehat
- 3) BUM desa unggul
- 4) Pengelolaan keuangan desa yang transparan dan akuntabel
- 5) Mendukung kelembagan keagamaan dan melestarikan budaya lokal
- 6) Membina generasi muda menjadi generasi yang berkualitas dan memiliki daya saing di dunia kerja.

2. Profil Singkat Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Desa Balirejo Kecamatan Angkona Kabupaten Luwu Timur yang pernah membeli pakaian

formal melalui via online atau jasa jahit. Adapun jumlah responden yang ditentukan sebagai sampel adalah sebanyak 96 konsumen dengan teknik probability sampling. Setiap responden diberi lembaran angket untuk memberikan jawaban atas pertanyaan yang telah disediakan.

3. Deskripsi responden

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian pakaian. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan konsumen yang pernah melakukan pembelian pakaian formal via online atau jasa jahit sebagai responden. Data responden adalah sebagai berikut;

a. Karakteristik berdasarkan jenis kelamin

Responden yang berbelanja pakaian formal adalah jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Responden dengan jenis kelamin perempuan menunjukkan jumlah lebih besar dibandingkan dengan jumlah laki-laki.

Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Pesentase (%)
1	Laki-laki	22	23%
2	Perempuan	74	77%
	Total	96	100%

Sumber: data angket yang telah diolah, 2021

Dari data diatas, diketahui bahwa komposisi perempuan lebih banyak dibandingkan dengan laki-laki. Dari total 96 responden laki-laki berjumlah 22 orang atau 23 %, dan perempuan berjumlah 74 orang atau 77 % Sehingga dapat dikatakan bahwa sebagian besar responden adalah perempuan.

b. Karakteristik berdasarkan Umur

Umur responden merupakan pengelompokan umur responden dalam penelitian. Berdasarkan umur reponden dalam penelitian ini terbagi dalam 3 kelompok yaitu umur 20-30 tahun, 31-40 tahun, 41-45 tahun, Adapun data mengenai umur responden dapat dilihat melalui tabel berikut ini:

Tabel 4.3 Tingkat Umur Responden

No	Umur	Jumlah	Pesentase (%)
1	20-30	65 orang	68%
2	31-40	21 orang	22%
3	41-45	10 orang	10%
Total		96 orang	100%

Sumber: data angket yang telah diolah, 2021

c. Umur Responden

Berdasarkan hasil pengelompokan dari segi pekerjaan, penelitian ini terbagi dalam 4 pengelompokan yaitu pegawai negeri 14 orang, pegawai swasta 24 orang, pelajar/mahasiswa 19 orang dan lainnya 39 orang. Data tersebut dapat dilihat melalui tabel berikut ini:

Tabel 4.4 Tingkat Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Jumlah	Pesentase (%)
1	Pegawai Negeri	14 orang	14%
2	Pegawai Swasta	24 orang	25%
3	Pelajar/Mahasiswa	19 orang	%
4	Lainnya	39 orang	41%
Total		96 orang	100%

Sumber: data angket yang telah diolah, 2021

B. Hasil Penelitian

1. Analisis deskriptif variabel

Dari angket yang telah peneliti sebarakan kepada responden terdiri dari 26 butir pertanyaan dan dibagi menjadi 4 kategori, yaitu:

- a. 4 pertanyaan digunakan untuk mengetahui tentang perilaku konsumen (Budaya X_1)
- b. 4 pertanyaan digunakan untuk mengetahui tentang perilaku konsumen (Sosial X_2)
- c. 7 pertanyaan digunakan untuk mengetahui tentang perilaku konsumen (Pribadi X_1)
- d. 4 pertanyaan digunakan untuk mengetahui tentang perilaku konsumen (Psikologis X_1)
- e. 7 pertanyaan digunakan untuk mengetahui tentang perilaku konsumen (Keputusan Pembelian)

Berikut ini dijelaskan tanggapan responden untuk setiap pertanyaan yang di ajukan. Dengan mengetahui deskripsi jawaban responden akan membantu mengetahui frekuensi jawaban yang diberikan oleh responden.

1) Budaya X_1

Soal no 1: Pakaian formal (kebaya dan busana baju batik) merupakan khas bangsa Indonesia

Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Budaya (X_1)

No	Skor	Pilihan	Frekuensi	Persentase
1	5	Sangat Setuju	19	19,79%
2	4	Setuju	62	62,5%
3	3	Netral	15	15,63%
4	2	Tidak Setuju	1	1,04%
5	1	Sangat Tidak Setuju	1	1,04%

Sumber: data angket yang telah diolah, 2022

Dari data di atas, dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 19 orang atau 19,79%,

responden yang memberikan jawaban setuju yakni sebanyak 60 orang atau 62,5%, responden yang memberikan jawaban netral sebanyak 15 orang atau 15,63%, responden yang memberikan jawaban tidak setuju 1 orang atau 1,04%, responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju 1 orang atau 1,04%. Dapat di simpulkan bahwa responden menjawab setuju terhadap pernyataan bahwa Pakaian formal (kebaya dan busana baju batik) merupakan khas bangsa Indonesia

Soal no 2: Tradisi memakai pakaian formal dalam masyarakat pada acara keagamaan tertentu

Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Budaya (X₁)

No	Skor	Pilihan	Frekuensi	Persentase
1	5	Sangat Setuju	15	15,63%
2	4	Setuju	45	46,88%
3	3	Netral	33	34,37%
4	2	Tidak Setuju	2	2,08%
5	1	Sangat Tidak Setuju	1	1,04%

Sumber: data angket yang telah diolah, 2022

Dari data di atas, dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 15 orang atau 15,63%, responden yang memberikan jawaban setuju yakni sebanyak 45 orang atau 45,88%, responden yang memberikan jawaban netral sebanyak 33 orang atau 34,37%, responden yang memberikan jawaban tidak setuju 2 orang atau 2,08%, responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju 1 orang atau 1,04%. Dapat di simpulkan bahwa responden menjawab setuju terhadap pernyataan bahwa Tradisi memakai pakaian formal dalam masyarakat pada acara keagamaan tertentu.

Soal no 3: Masing-masing suku memiliki jenis pakaian formal

Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Budaya (X₁)

No	Skor	Pilihan	Frekuensi	Persentase
1	5	Sangat Setuju	25	26,04%
2	4	Setuju	59	61,46%
3	3	Netral	12	12,5%
4	2	Tidak Setuju	-	-
5	1	Sangat Tidak Setuju	-	-

Sumber: data angket yang telah diolah, 2022

Dari data di atas, dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 25 orang atau 26,04%, responden yang memberikan jawaban setuju yakni sebanyak 59 orang atau 61,46%, responden yang memberikan jawaban netral sebanyak 12 orang atau 12,5%, tidak ada responden yang memberikan jawaban tidak setuju dan jawaban sangat tidak. Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa jawaban responden setuju terhadap pernyataan bahwa Masing-masing suku memiliki jenis pakaian formal.

Soal no 4: Pengaruh lingkungan hidup terhadap pola kebiasaan memakai pakaian formal (kebaya dan busana batik) khususnya teman

Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Budaya (X₁)

No	Skor	Pilihan	Frekuensi	Persentase
1	5	Sangat Setuju	24	25%
2	4	Setuju	44	45,83%
3	3	Netral	25	26,05%
4	2	Tidak Setuju	2	2,08%
5	1	Sangat Tidak Setuju	1	1,04%

Sumber: data angket yang telah diolah, 2022

Dari data di atas, dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 24 orang atau 25%,

responden yang memberikan jawaban setuju yakni sebanyak 44 orang atau 45,83%, responden yang memberikan jawaban netral sebanyak 25 orang atau 26,05%, responden yang memberikan jawaban tidak setuju 2 orang atau 2,08%, responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju 1 orang atau 1,04%. Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa jawaban responden setuju terhadap pernyataan bahwa Pengaruh lingkungan hidup terhadap pola kebiasaan memakai pakaian formal (kebaya dan busana batik) khususnya teman.

2) Sosial (X_2)

Soal no 1: Saya membeli pakaian formal melalui via online atau jasa jahit karena adanya pengalaman dari anggota keluarga

Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Sosial (X_2)

No	Skor	Pilihan	Frekuensi	Persentase
1	5	Sangat Setuju	17	17,70%
2	4	Setuju	58	60,42%
3	3	Netral	21	21,87%
4	2	Tidak Setuju	-	-
5	1	Sangat Tidak Setuju	-	-

Sumber: data angket yang telah diolah, 2022

Dari data di atas, dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 17 orang atau 17,70%, responden yang memberikan jawaban setuju yakni sebanyak 58 orang atau 60,42%, responden yang memberikan jawaban netral sebanyak 21 orang atau 21,87%, tidak ada responden yang memberikan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa jawaban responden setuju terhadap pernyataan bahwa saya membeli

pakaian formal melalui via online atau jasa jahit karena adanya pengaruh dari lingkungan tempat tinggal saya.

Soal no 2: Saya membeli pakaian formal melalui via online atau jasa jahit karena adanya rekomendasi dari teman

Tabel 4.10 Analisis Deskriptif Sosial (X₂)

No	Skor	Pilihan	Frekuensi	Persentase
1	5	Sangat Setuju	14	14,58%
2	4	Setuju	57	59,38%
3	3	Netral	25	26,04%
4	2	Tidak Setuju	-	-
5	1	Sangat Tidak Setuju	-	-

Sumber: data angket yang telah diolah, 2022

Dari data di atas, dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 14 orang atau 14,58%, responden yang memberikan jawaban setuju yakni sebanyak 57 orang atau 59,38%, responden yang memberikan jawaban netral sebanyak 25 orang atau 26,04%, tidak ada responden yang memberikan jawaban tidak setuju dan tidak ada responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju. Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa jawaban responden setuju terhadap pernyataan bahwa saya membeli pakaian formal melalui via online atau jasa jahit karena adanya pengalaman dari anggota keluarga.

Soal no 3: Saya membeli pakaian formal melalui via online atau jasa jahit karena adanya pengaruh dari lingkungan tempat tinggal saya (tetangga)

Tabel 4.11 Analisis Deskriptif Sosial (X₂)

No	Skor	Pilihan	Frekuensi	Persentase
1	5	Sangat Setuju	21	21,88%
2	4	Setuju	62	64,58%
3	3	Netral	13	13,54%

4	2	Tidak Setuju	-	-
5	1	Sangat Tidak Setuju	-	-

Sumber: data angket yang telah diolah, 2022

Dari data di atas, dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 21 orang atau 21,88%, responden yang memberikan jawaban setuju yakni sebanyak 62 orang atau 64,58%, responden yang memberikan jawaban netral sebanyak 13 orang atau 13,54%, dan tidak ada responden yang memberikan jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa jawaban responden setuju terhadap pernyataan bahwa saya membeli pakaian formal melalui via online atau jasa jahit karena adanya rekomendasi dari teman dan rekan kerja.

Soal no 4: Adanya dukungan dari rekan kerja sehingga saya membeli pakaian formal melalui via online atau jasa jahit.

Tabel 4.12 Analisis Deskriptif Sosial (X₂)

No	Skor	Pilihan	Frekuensi	Persentase
1	5	Sangat Setuju	28	29,16%
2	4	Setuju	60	62,5%
3	3	Netral	6	6,25%
4	2	Tidak Setuju	2	2,08%
5	1	Sangat Tidak Setuju	-	-

Sumber: data angket yang telah diolah, 2022

Dari data di atas, dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 28 orang atau 29,16%, responden yang memberikan jawaban setuju yakni sebanyak 60 orang atau 62,5%, responden yang memberikan jawaban netral sebanyak 6 orang atau 6,25%, responden yang memberikan jawaban tidak setuju 2 orang atau 2,08%.

2,08%, dan tidak ada responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju. Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa jawaban responden setuju terhadap pernyataan bahwa saya membeli pakaian formal melalui via online atau jasa jahit karena adanya nilai status baik dalam masyarakat.

3) Pribadi (X_3)

Soal no 1: saya membeli pakaian formal melalui via online atau jasa jahit karena sesuai dengan usia dan tahap siklus hidup saya.

Tabel 4.13 Analisis Deskriptif Pribadi (X_3)

No	Skor	Pilihan	Frekuensi	Persentase
1	5	Sangat Setuju	20	20,83%
2	4	Setuju	30	31,26%
3	3	Netral	44	45,83%
4	2	Tidak Setuju	1	1,04%
5	1	Sangat Tidak Setuju	1	1,04%

Sumber: data angket yang telah diolah, 2022

Dari data di atas, dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 20 orang atau 20,83%, responden yang memberikan jawaban setuju yakni sebanyak 30 orang atau 31,26%, responden yang memberikan jawaban Netral sebanyak 44 orang atau 45,83%, responden yang memberikan jawaban tidak setuju 1 orang atau 1,04%, responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju 1 orang atau 1,04%. Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa jawaban responden kurang setuju terhadap pernyataan bahwa saya membeli pakaian formal melalui via online atau jasa jahit karena sesuai dengan usia dan tahap siklus hidup saya.

Soal no 2: pakaian formal dapat dipakai oleh segala kalangan usia

Tabel 4.14 Analisis Deskriptif Pribadi (X₃)

No	Skor	Pilihan	Frekuensi	Persentase
1	5	Sangat Setuju	15	15,63%
2	4	Setuju	62	64,58%
3	3	Netral	15	15,63%
4	2	Tidak Setuju	2	2,08%
5	1	Sangat Tidak Setuju	2	2,08%

Sumber: data angket yang telah diolah, 2022

Dari data di atas, dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 15 orang atau 15,63%, responden yang memberikan jawaban setuju yakni sebanyak 62 orang atau 64,58%, responden yang memberikan jawaban Netral sebanyak 15 orang atau 15,63%, responden yang memberikan jawaban tidak setuju 2 orang atau 2,08%, responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju 2 orang atau 2,08%. Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa jawaban responden setuju terhadap pernyataan bahwa pakaian formal dapat dipakai oleh segala kalangan usia.

Soal no 3: saya membeli pakaian formal sesuai dengan kebutuhan saya dalam hal pekerjaan

Tabel 4.15 Analisis Deskriptif Pribadi (X₃)

No	Skor	Pilihan	Frekuensi	Persentase
1	5	Sangat Setuju	34	35,42%
2	4	Setuju	53	55,21%
3	3	Netral	8	8,33%
4	2	Tidak Setuju	1	1,04%
5	1	Sangat Tidak Setuju	-	-

Sumber: data angket yang telah diolah, 2022

Dari data di atas, dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 34 orang atau 35,42%, responden yang memberikan jawaban setuju yakni sebanyak 53 orang atau

55,21%, responden yang memberikan jawaban Netral sebanyak 8 orang atau 8,33%, responden yang memberikan jawaban tidak setuju 1 orang atau 1,04%, Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa jawaban responden setuju terhadap pernyataan bahwa saya membeli pakaian formal sesuai dengan kebutuhan saya dalam hal pekerjaan.

Soal no 4: saya membeli pakaian formal melalui via online atau jasa jahit karena sesuai dengan situasi ekonomi saya.

Tabel 4.16 Analisis Deskriptif Pribadi (X₃)

No	Skor	Pilihan	Frekuensi	Persentase
1	5	Sangat Setuju	22	22,92%
2	4	Setuju	56	58,33%
3	3	Netral	16	16,67%
4	2	Tidak Setuju	2	2,08%
5	1	Sangat Tidak Setuju	-	-

Sumber: data angket yang telah diolah, 2022

Dari data di atas, dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 22 orang atau 22,92%, responden yang memberikan jawaban setuju yakni sebanyak 56 orang atau 58,33%, responden yang memberikan jawaban Netral sebanyak 16 orang atau 16,67%, responden yang memberikan jawaban tidak setuju 2 orang atau 2,08%, Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa jawaban responden setuju terhadap pernyataan bahwa saya membeli pakaian formal melalui via online atau jasa jahit karena sesuai dengan situasi ekonomi saya.

Soal no 5: saya memakai pakaian formal untuk kegiatan sehari-hari.

Tabel 4.17 Analisis Deskriptif Pribadi (X₃)

No	Skor	Pilihan	Frekuensi	Persentase
1	5	Sangat Setuju	10	10,42%

2	4	Setuju	21	21,87%
3	3	Netral	6	6,25%
4	2	Tidak Setuju	37	38,54%
5	1	Sangat Tidak Setuju	22	22,92

Sumber: data angket yang telah diolah, 2022

Dari data di atas, dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 10 orang atau 10,42%, responden yang memberikan jawaban setuju yakni sebanyak 21 orang atau 21,87%, responden yang memberikan jawaban Netral sebanyak 6 orang atau 6,25%, responden yang memberikan jawaban tidak setuju 37 orang atau 38,54%, responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju 22 orang atau 22,92%. Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa jawaban responden sangat tidak setuju terhadap pernyataan bahwa saya memakai pakaian formal untuk kegiatan sehari-hari.

Soal no 6: saya menggunakan pakaian formal untuk kegiatan komunitas.

Tabel 4.18 Analisis Deskriptif Pribadi (X₃)

No	Skor	Pilihan	Frekuensi	Persentase
1	5	Sangat Setuju	12	12,5%
2	4	Setuju	60	62,5%
3	3	Netral	18	18,75%
4	2	Tidak Setuju	6	6,25%
5	1	Sangat Tidak Setuju	-	-

Sumber: data angket yang telah diolah, 2022

Dari data di atas, dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 12 orang atau 12,5%, responden yang memberikan jawaban setuju yakni sebanyak 60 orang atau 62,5%, responden yang memberikan jawaban Netral sebanyak 18 orang atau 18,75%, responden yang memberikan jawaban tidak setuju 6 orang atau 6,25%, Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa jawaban

responden setuju terhadap pernyataan bahwa saya menggunakan pakaian formal untuk kegiatan komunitas.

Soal no 7: Saya cenderung memilih pakaian formal karena ingin memiliki hubungan pertemanan dengan orang yang berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi.

Tabel 4.19 Analisis Deskriptif Pribadi (X₃)

No	Skor	Pilihan	Frekuensi	Persentase
1	5	Sangat Setuju	11	11,46%
2	4	Setuju	61	63,54%
3	3	Netral	22	22,92%
4	2	Tidak Setuju	2	2,08%
5	1	Sangat Tidak Setuju	-	-

Sumber: data angket yang telah diolah, 2022

Dari data di atas, dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 11 orang atau 11,46%, responden yang memberikan jawaban setuju yakni sebanyak 61 orang atau 63,54%, responden yang memberikan jawaban Netral sebanyak 22 orang atau 22,92%, responden yang memberikan jawaban tidak setuju 2 orang atau 2,08%, Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa jawaban responden setuju terhadap pernyataan bahwa saya memakai pakaian formal dapat meningkatkan kepercayaan diri saya.

4) Psikologis (X₄)

Soal no 1: saya sangat termotivasi membeli pakaian formal melalui via online atau jasa jahit karena kebutuhan pribadi

Tabel 4.20 Analisis Deskriptif Psikologis (X₄)

No	Skor	Pilihan	Frekuensi	Persentase
1	5	Sangat Setuju	13	13,54%
2	4	Setuju	60	62,5%
3	3	Netral	18	18,75%

4	2	Tidak Setuju	5	5,21%
5	1	Sangat Tidak Setuju	-	-

Sumber: data angket yang telah diolah, 2022

Dari data di atas, dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 13 orang atau 13,54%, responden yang memberikan jawaban setuju yakni sebanyak 60 orang atau 62,5%, responden yang memberikan jawaban Netral sebanyak 18 orang atau 18,75%, responden yang memberikan jawaban tidak setuju 5 orang atau 5,21%. Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa jawaban responden setuju terhadap pernyataan bahwa saya sangat termotivasi membeli pakaian formal melalui via online atau jasa jahit karena lebih elegan.

Soal no 2: saya membeli pakaian formal melalui via online atau jasa jahit karena adanya persepsi dari kalangan keluarga, teman kerja, keluarga serta lingkungan hidup

Tabel 4.21 Analisis Deskriptif Psikologis (X₄)

No	Skor	Pilihan	Frekuensi	Persentase
1	5	Sangat Setuju	29	30,20%
2	4	Setuju	52	54,17%
3	3	Netral	10	10,42%
4	2	Tidak Setuju	4	4,17%
5	1	Sangat Tidak Setuju	1	1,04%

Sumber: data angket yang telah diolah, 2021

Dari data di atas, dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 29 orang atau 30,20%, responden yang memberikan jawaban setuju yakni sebanyak 52 orang atau 54,17%, responden yang memberikan jawaban Netral sebanyak 10 orang atau 10,42%, responden yang memberikan jawaban tidak setuju 4 orang

atau 4,17%, responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju 1 orang atau 1,04%. Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa jawaban responden setuju terhadap pernyataan bahwa saya membeli pakaian formal melalui via online atau jasa jahit karena adanya persepsi dari kalangan keluarga, teman kerja, keluarga serta lingkungan hidup.

Soal no 3: adanya pemahaman dan pembelajaran atas kualitas, harga serta pelayanan yang diberikan oleh para jasa penjualan, sehingga saya membeli pakaian formal melalui via online atau jasa jahit.

Tabel 4.22 Analisis Deskriptif Psikologis (X₄)

No	Skor	Pilihan	Frekuensi	Persentase
1	5	Sangat Setuju	48	50%
2	4	Setuju	38	39,58%
3	3	Netral	10	10,42%
4	2	Tidak Setuju	-	-
5	1	Sangat Tidak Setuju	-	-

Sumber: data angket yang telah diolah, 2022

Dari data di atas, dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 48 orang atau 50%, responden yang memberikan jawaban setuju yakni sebanyak 38 orang atau 39,58%, responden yang memberikan jawaban Netral sebanyak 10 orang atau 10,42%, Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa jawaban responden setuju terhadap pernyataan bahwa adanya pemahaman dan pembelajaran atas kualitas, harga serta pelayanan yang diberikan oleh para jasa penjualan, sehingga saya membeli pakaian formal melalui via online atau jasa jahit.

Soal no 4: keyakinan saya terhadap kualitas pakaian formal melalui via online atau jasa jahit mempengaruhi saya dalam menggunakannya.

Tabel 4.23 Analisis Deskriptif Psikologis (X₄)

No	Skor	Pilihan	Frekuensi	Persentase
1	5	Sangat Setuju	29	30,21%
2	4	Setuju	51	53,13%
3	3	Netral	12	12,5%
4	2	Tidak Setuju	3	3,12%
5	1	Sangat Tidak Setuju	1	1,04

Sumber: data angket yang telah diolah, 2022

Dari data di atas, dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 29 orang atau 30,21%, responden yang memberikan jawaban setuju yakni sebanyak 51 orang atau 53,13%, responden yang memberikan jawaban Netral sebanyak 12 orang atau 12,5%, responden yang memberikan jawaban tidak setuju 3 orang atau 3,12%, responden yang memberikan jawaban tidak setuju 1 orang atau 1,04%, Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa jawaban responden setuju terhadap pernyataan bahwa keyakinan saya terhadap kualitas pakaian formal melalui via online atau jasa jahit mempengaruhi saya dalam menggunakannya.

5) Keputusan pembelian (Y)

Soal no 1: saya memilih produk pakaian formal melalui via online atau jasa jahit karena menyukai hasil jahitan, desain dan kualitas

Tabel 4.24 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)

No	Skor	Pilihan	Frekuensi	Persentase
1	5	Sangat Setuju	37	38,54%
2	4	Setuju	54	56,25%
3	3	Netral	4	4,17%
4	2	Tidak Setuju	-	
5	1	Sangat Tidak Setuju	1	1,04

Sumber: data angket yang telah diolah, 2022

Dari data di atas, dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 37 orang atau 38,54%, responden yang memberikan jawaban setuju yakni sebanyak 54 orang atau 56,25%, responden yang memberikan jawaban Netral sebanyak 4 orang atau 4,17%, responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju 1 orang atau 1,04%, Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa jawaban responden setuju terhadap pernyataan bahwa saya memilih produk pakaian formal melalui via online atau jasa jahit karena menyukai hasil jahitan, desain dan kualitas.

Soal no 2: Saya membeli pakaian formal melalui via online atau jasa jahit lebih dari satu

Tabel 4. 25 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)

No	Skor	Pilihan	Frekuensi	Persentase
1	5	Sangat Setuju	8	8,33%
2	4	Setuju	26	27,08%
3	3	Netral	13	13,54%
4	2	Tidak Setuju	33	34,38%
5	1	Sangat Tidak Setuju	16	16,67%

Sumber: data angket yang telah diolah, 2021

Dari data di atas, dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 8 orang atau 8,33%, responden yang memberikan jawaban setuju yakni sebanyak 26 orang atau 27,08%, responden yang memberikan jawaban Netral sebanyak 13 orang atau 13,54%, responden yang memberikan jawaban tidak setuju 33 orang atau 34,38%, dan responden yang memberikan jawaban Sangat tidak setuju 16 orang atau 16,67%, Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa jawaban responden sangat tidak setuju terhadap pernyataan bahwa saya

membeli pakaian formal melalui via online atau jasa jahit lebih dari 2 pasang.

Soal no 3: saya memilih pakaian formal karena sesuai dengan diri saya sendiri.

Tabel 4.26 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)

No	Skor	Pilihan	Frekuensi	Persentase
1	5	Sangat Setuju	15	15,63%
2	4	Setuju	49	51,04%
3	3	Netral	28	29,17%
4	2	Tidak Setuju	3	3,12%
5	1	Sangat Tidak Setuju	1	1,04%

Sumber: data angket yang telah diolah, 2021

Dari data di atas, dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 15 orang atau 15,63%, responden yang memberikan jawaban setuju yakni sebanyak 49 orang atau 51,04%, responden yang memberikan jawaban Netral sebanyak 28 orang atau 29,17%, responden yang memberikan jawaban tidak setuju 3 orang atau 3,12%, dan responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju 1 orang atau 1,04%. Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa jawaban responden setuju terhadap pernyataan bahwa saya memilih pakaian formal karena sesuai dengan diri saya sendiri.

Soal no 4: saya membeli pakaian formal pada saat memiliki persediaan uang

Tabel 4.27 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)

No	Skor	Pilihan	Frekuensi	Persentase
1	5	Sangat Setuju	3	3,12%
2	4	Setuju	86	89,58%
3	3	Netral	4	4,18%
4	2	Tidak Setuju	3	3,12%
5	1	Sangat Tidak Setuju	-	-

Sumber: data angket yang telah diolah, 2022

Dari data di atas, dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 3 orang atau 3,12%, responden yang memberikan jawaban setuju yakni sebanyak 86 orang atau 89,58%, responden yang memberikan jawaban Netral sebanyak 4 orang atau 4,18%, responden yang memberikan jawaban tidak setuju 3 orang atau 3,12%, Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa jawaban responden setuju terhadap pernyataan bahwa saya membeli pakaian formal pada saat memiliki persediaan uang .

Soal no 5: saya membeli pakaian formal melalui via online atau jasa jahit pada waktu tertentu.

Tabel 4.28 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)

No	Skor	Pilihan	Frekuensi	Persentase
1	5	Sangat Setuju	42	43,75%
2	4	Setuju	47	48,96%
3	3	Netral	5	5,21%
4	2	Tidak Setuju	2	2,08%
5	1	Sangat Tidak Setuju	-	-

Sumber: data angket yang telah diolah, 2022

Dari data di atas, dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 42 orang atau 43,75%, responden yang memberikan jawaban setuju yakni sebanyak 47 orang atau 48,96%, responden yang memberikan jawaban Netral sebanyak 5 orang atau 5,21%, responden yang memberikan jawaban tidak setuju 2 orang atau 2,08%, Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa jawaban responden setuju terhadap pernyataan bahwa saya membeli pakaian formal melalui via online atau jasa jahit pada waktu tertentu.

Soal no 6: saya memilih pakaian formal dengan via online atau jasa jahit karena terdapat pilihan pada sistem pembayaran.

Tabel 4.29 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)

No	Skor	Pilihan	Frekuensi	Persentase
1	5	Sangat Setuju	38	39,58%
2	4	Setuju	42	43,76%
3	3	Netral	14	14,58%
4	2	Tidak Setuju	2	2,08%
5	1	Sangat Tidak Setuju	-	-

Sumber: data angket yang telah diolah, 2022

Dari data di atas, dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 38 orang atau 39,58%, responden yang memberikan jawaban setuju yakni sebanyak 42 orang atau 43,76%, responden yang memberikan jawaban Netral sebanyak 14 orang atau 14,58%, responden yang memberikan jawaban tidak setuju 2 orang atau 2,08%, Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa jawaban responden setuju terhadap pernyataan bahwa saya memilih pakaian formal dengan via online atau jasa jahit karena terdapat pilihan pada sistem pembayaran.

Soal no 7: saya memilih pakaian formal dengan via online atau jasa jahit karena membayar dengan cara langsung atau COD (Cash on Delivery)

Tabel 4.30 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)

No	Skor	Pilihan	Frekuensi	Persentase
1	5	Sangat Setuju	40	41,67%
2	4	Setuju	48	50%
3	3	Netral	5	5,21%
4	2	Tidak Setuju	2	2,08%
5	1	Sangat Tidak Setuju	1	1,04%

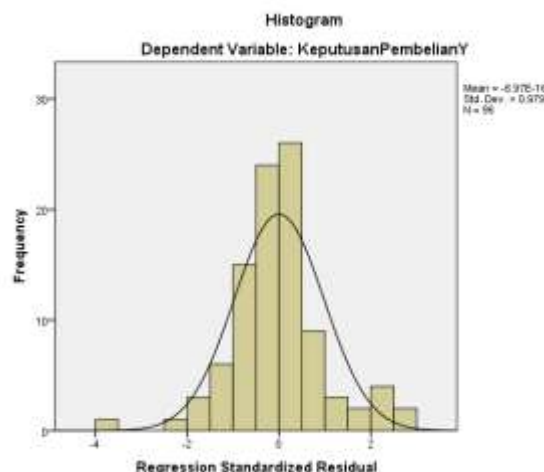
Sumber: data angket yang telah diolah, 2022

Dari data di atas, dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 40 orang atau 41,67%, responden yang memberikan jawaban setuju yakni sebanyak 48 orang atau 50%, responden yang memberikan jawaban Netral sebanyak 5 orang atau 5,21%, responden yang memberikan jawaban tidak setuju 2 orang atau 2,08%, dan responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju 1 orang atau 1,04%. Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa jawaban responden setuju terhadap pernyataan bahwa saya memilih pakaian formal dengan via online atau jasa jahit karena membayar dengan cara langsung atau COD (Cash on Delivery).

2. Uji Asumsi klasik

a. Normalitas

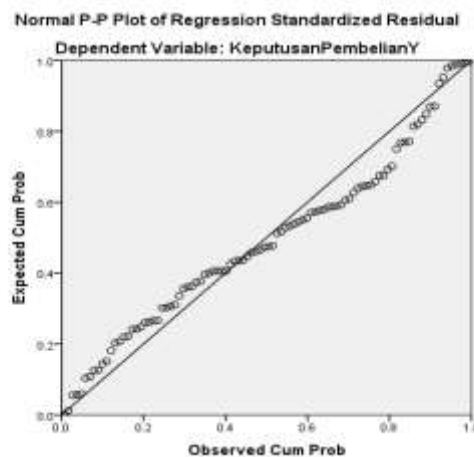
Uji normalitas bertujuan untuk melihat apakah data terdistribusi secara normal atau tidak. Pengujian tentang normal atau tidaknya data dalam penelitian ini dilakukan dengan 3 cara yaitu: dengan analisis grafik histogram, grafik normal *p-plot* dan uji statistik. Analisis grafik untuk melihat distribusi normal dapat dilihat dengan grafik histogram, grafik normal *p-plot* dan uji statistik dapat dilakukan dengan uji non parametik *Kolmogorov-Smirnov*.



Gambar 4.1 Grafik Histogram

Sumber: Data yang telah diolah dari SPSS versi 20

Berdasarkan tampilan gambar diatas dapat dilihat bahwa kenaikan atau penurunan data observasi mendekati garis melengkung dan tidak melengkung kekiri maupun melengkung kekanan yang menggambarkan distribusi normal.



Gambar 4.2 Probability-Plot

Sumber: Data yang telah diolah dari SPSS versi 20

Berdasarkan grafik diatas dapat diartikan bahwa data berdistribusi normal. Sebab data menyebar membentuk dan mendekati garis lurus diagonal. Selain grafik normalitas dapat dilihat melaalui uji statistic yaitu *Kolmogorov-Smirnov* dengan *alpha* 5% atau 0,05

**Tabel 4.31 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.45066542
Most Extreme Differences	Absolute	.113
	Positive	.113
	Negative	-.073

Kolmogorov-Smirnov Z	1.105
Asymp. Sig. (2-tailed)	.174

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data yang telah diolah dari SPSS versi 20

Hasil uji normalitas dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* pada tabel 4.5 menunjukkan nilai 1.105 dengan tingkat signifikan sebesar 0,174. Karena hasil *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan signifikan di atas 0,05 (sebesar 0,174) maka hal tersebut menunjukkan bahwa data residual terdistribusi secara normal. Hasil uji ini memperkuat hasil uji normalitas dengan grafik distribusi dimana keduanya menunjukkan hasil bahwa data terdistribusi secara normal.

b. Multikolinearitas

Hasil pengujian VIF dari model regresi adalah sebagai berikut:

Tabel 4.32 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a							
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance VIF
1	(Constant)	2.086	3.113		.670	.504	
	BudayaX1	.294	.139	.178	2.117	.037	.820 1.219
	SosialX2	.331	.163	.169	2.032	.045	.831 1.203
	PribadiX3	.401	.085	.414	4.740	.000	.757 1.321
	PsikologisX4	.329	.125	.220	2.638	.010	.830 1.205

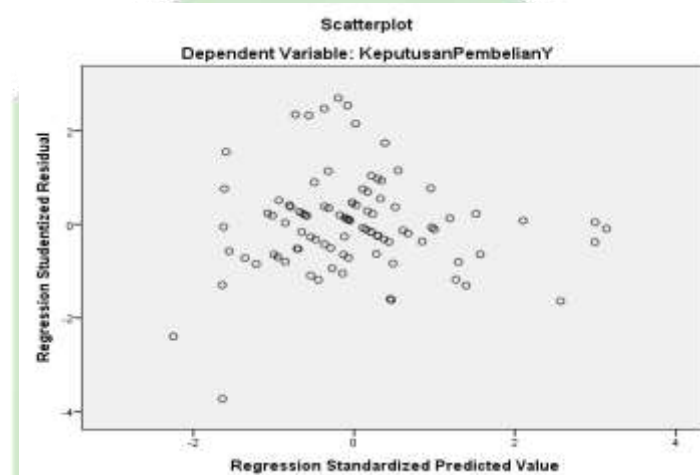
a. Dependent Variable: KeputusanPembelianY

Sumber: Data yang telah diolah dari SPSS versi 20

Dari pengujian menunjukkan bahwa nilai tolerance dari seluruh variabel dependen $> 0,10$ dan nilai VIF semua variabel dependen $< 10,00$, sehingga dapat disimpulkan bahwa data bebas dari masalah multikolinieritas (tidak terjadi multikolinieritas, yang berarti semua variabel tersebut dapat digunakan sebagai variabel yang saling independen).

c. Heteroskedastisitas

Ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dideteksi dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplots antara SRESID dan ZPRED, dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di-*studentized*. Berikut ini gambaran heteroskedastisitas sebagai hasil dari penelitian yang telah dilakukan:



Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data yang telah diolah dari SPSS versi 20

Hasil uji *scatterplot* dalam penelitian ini tidak membentuk pola tertentu karena titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

3. Regresi linear berganda

Penelitian ini menggunakan model analisis regresi linier untuk pembuktian hipotesis penelitian. Analisis ini menggunakan input berdasarkan

data yang diperoleh dari kuisioner dan dengan menggunakan bantuan program SPSS for Windos versi IBM SPSS Statistic 20.

Tabel 4.33 Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.086	3.113		.670	.504
	BudayaX1	.294	.139	.178	2.117	.037
	SosialX2	.331	.163	.169	2.032	.045
	PribadiX3	.401	.085	.414	4.740	.000
	PsikologisX4	.329	.125	.220	2.638	.010

a. Dependent Variable: KeputusanPembelianY

Sumber: Data yang telah diolah dari SPSS versi 20

Dari hasil uji analisis regresi linier berganda tersebut apabila ditulis persamaan regresi dalam bentuk *standardized coefficient* sebagai berikut:

$$Y = 2.086 + 0,294 X_1 + 0,331 X_2 + 0,401 X_3 + 0,329 X_4$$

Keterangan:

Y : Keputusan Pembelian

α : Konstanta

$b_{1,2,3,4}$: Koefisien Regresi

X_1 : Budaya

X_2 : Sosial

X_3 : Pribadi

X_4 : Psikologis

- Konstan/intersep sebesar 2.086 secara matematis menyatakan bahwa jika nilai variabel bebas budaya (X_1), sosial (X_2), pribadi (X_3), psikologis (X_4) sama dengan 0 maka nilai keputusan pembelian (Y) adalah 2.086.
- Koefisien regresi variabel budaya (X_1) sebesar 0,294 artinya bahwa setiap penambahan 1% pelayanan akan meningkatkan keputusan pembelian

sebesar 0,294%. Dan sebaliknya jika faktor budaya menurun 1% maka keputusan konsumen untuk membeli akan menurun sebesar 0,294%.

- c. Koefisien regresi variabel sosial (X_2) sebesar 0.331 artinya bahwa setiap penambahan 1% pelayanan akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0.331 %. Dan sebaliknya jika faktor sosial menurun 1% maka keputusan konsumen untuk membeli akan menurun sebesar 0.331 %.
- d. Koefisien regresi variabel pribadi (X_3) sebesar 0,401 artinya bahwa setiap penambahan 1% pelayanan akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,401%. Dan sebaliknya jika faktor pribadi menurun 1% maka keputusan konsumen untuk membeli akan menurun sebesar 0,401%.
- e. Koefisien regresi variabel psikologis (X_4) sebesar 0,329 artinya bahwa setiap penambahan 1% pelayanan akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,329%. Dan sebaliknya jika faktor psikologis menurun 1% maka keputusan konsumen untuk membeli akan menurun sebesar 0,329%.

4. Hipotesis

a. Uji t

Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui signifikan pengaruh variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat

Tabel 4.35 Hasil uji t (Persial)

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.086	3.113		.670	.504
	BudayaX1	.294	.139	.178	2.117	.037
	SosialX2	.331	.163	.169	2.032	.045
	PribadiX3	.401	.085	.414	4.740	.000

PsikologisX4	.329	.125	.220	2.638	.010
a. Dependent Variable: KeputusanPembelianY					

Sumber: Data yang telah diolah dari SPSS versi 20

Hasil analisis uji t adalah sebagai berikut:

- H_1 : Nilai $t_{\text{tabel}} = 1,665$ dan nilai $t_{\text{hitung}} 2,117 < t_{\text{tabel}} 1,665$, maka H_0 ditolak dan nilai signifikansi budaya (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) yaitu $0,037 < 0,05$ maka H_1 diterima. Sehingga terdapat pengaruh yang signifikan.
- H_2 : Nilai $t_{\text{tabel}} = 1,665$ dan nilai $t_{\text{hitung}} 2,032 < t_{\text{tabel}} 1,665$, maka H_0 ditolak dan nilai signifikansi sosial (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) yaitu $0,045 > 0,05$ maka H_2 diterima. Sehingga terdapat pengaruh yang signifikan
- H_3 : Nilai $t_{\text{tabel}} = 1,665$ dan nilai $t_{\text{hitung}} 4,740 < t_{\text{tabel}} 1,665$, maka H_0 ditolak dan nilai signifikansi Pribadi (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y) yaitu $0,000 < 0,05$ maka H_3 diterima. Sehingga terdapat pengaruh yang signifikan.
- H_4 : Nilai $t_{\text{tabel}} = 1,665$ dan nilai $t_{\text{hitung}} 2,638 < t_{\text{tabel}} 1,665$, maka H_0 ditolak dan nilai signifikansi Psikologis (X_4) terhadap keputusan pembelian (Y) yaitu $0,010 < 0,05$ maka H_4 diterima. Sehingga terdapat pengaruh yang signifikan.

b. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji signifikan ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 4.34 Hasil uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares		df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	514.786	4	128.697	20.527	.000 ^b
	Residual	570.547	91	6.270		
	Total	1085.333	95			

a. Dependent Variable: KeputusanPembelianY

b. Predictors: (Constant), PsikologisX4, BudayaX1, SosialX2, PribadiX3

Sumber: Data yang telah diolah dari SPSS versi 20

Hasil uji F pada tabel ANOVA pada tabel 4.34 nilai F_{hitung} sebesar 20,527 dengan tingkat signifikan 0,000. Karena $F_{hitung} 20,5271 > F_{tabel} 2,47$ dan tingkat signifikan $0,00 < 0,05$ maka model regresi ini dapat digunakan untuk memprediksi keputusan pembelian Y atau dapat dikatakan bahwa variabel Budaya X_1 , Sosial X_2 , Pribadi X_3 , Psikologis X_4 secara bersama-sama (simultan) telah berpengaruh terhadap keputusan pembelian Y.

5. Uji koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan dari beberapa variabel dalam pengertian yang lebih jelas. Koefisien determinasi menjelaskan seberapa besar perubahan atau variasi di setiap variabelnya, dapat dikatakan seberapa kemampuan variabel bebas untuk bisa berkontribusi terhadap variabel terikat dalam satuan persentase. Nilai koefisien antara 0 dan 1, jika hasil lebih mendekati angka 0 berarti kemampuan variabel-variabel independen amat terbatas. Namun jika hasil mendekati angka 1 berarti variabel-variabel independen hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel independen. Untuk itu analisisnya menggunakan output SPSS dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Model Summary

Tabel

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.689 ^a	.474	.451	2.504

a. Predictors: (Constant), Psikologis, Budaya, Pribadi, Sosial

4.36 Uji

Determinasi

Sumber: Data yang telah diolah dari SPSS versi 20

Berdasarkan tampilan output pada tabel diatas, besarnya nilai koefisien determinasi (R-Square) sebesar 0,451. Artinya pengaruh variabel budaya, sosial, pribadi, psikologi terhadap variabel keputusan pembelian adalah sebesar 45,1% dan selebinya di 54,9% dipengaruhi oleh hal lain.

C. Pembahasan

1. Faktor Budaya (X_1) Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian.

Tabel 4.36 uji t menunjukkan nilai $t_{hitung} 2,117 < t_{tabel} 1,665$ dan nilai signifikansi $0,037 < 0,05$ maka H_0 ditolak H_1 diterima. Sehingga budaya pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Responden penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja pakaian formal melalui via online atau jasa jahit di desa Balirejo kecamatan Angkona kabupaten Luwu Timur.

Hasil peneltian ini menunjukkan bahwa faktor budaya berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian melalui via online atau jasa jahit. Hal ini mengindikasi bahwa hasil yang diperoleh mendukung teori, yang

menyatakan bahwa faktor budaya memberikan pengaruh paling luas dan mendalam pada tingkah laku konsumen.⁶² Jadi hal ini membuktikan bahwa faktor budaya menentukan seorang individu ataupun konsumen dalam mengambil keputusan pembelian pakaian formal via online atau jasa jahit di desa Balirejo kecamatan Angkona kabupaten Luwu Timur. Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian Andi Muhammad Irwan, dan William Fangiade menyatakan bahwa faktor budaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian Chairul Adim menyatakan bahwa faktor budaya berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Faktor Sosial (X₂) Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian

Tabel 4.36 uji t menunjukkan nilai $t_{hitung} 2,032 < t_{tabel} 1,665$ dan nilai signifikansi $0,045 < 0,05$ maka H_0 ditolak H_1 diterima. Sehingga faktor sosial berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian formal melalui via online atau jasa jahit di desa Balirejo kecamatan Angkona kabupaten Luwu Timur.

Hasil penelitian telah diketahui bahwa faktor sosial berpengaruh dan signifikan terhadap perilaku konsumen dalam keputusan pembelian pakaian melalui via online atau jasa jahit. Hal ini menunjukkan bahwa semakin erat hubungan sosialisasi di antara mereka sendiri baik secara formal maupun

⁶² Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hal.167

informal dengan teman, keluarga, tetangga dan rekan kerja, maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian pakaian formal melalui via online atau jasa jahit. Hasil kajian ini didukung oleh penelitian Andi Muhammad Irwan, Chairul Adim dan William Fangiade, dan Ilham, Hermawati menyatakan bahwa faktor sosial ada pengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian formal melalui via online atau jasa jahit.

3. Faktor Pribadi (X_3) Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian.

Tabel 4.36 uji t menunjukkan nilai $t_{hitung} 4,740 < t_{tabel} 1,665$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak H_1 diterima. Sehingga faktor pribadi berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian formal melalui via online atau jasa jahit di desa Balirejo kecamatan Angkona kabupaten Luwu Timur.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor pribadi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian formal melalui via online atau jasa jahit di desa Balirejo kecamatan Angkona kabupaten Luwu Timur. Hal ini mengindikasikan bahwa faktor pribadi sangat menentukan keputusan pembelian, karena faktor pribadi menggabungkan antara tatanan psikologis dan pengaruh lingkungan, dimana tingkat pekerjaan orang tua dapat mempengaruhi gaya hidup seseorang akan meningkatkan keputusan pembelian pakaian formal melalui via online atau jasa jahit.

Hasil kajian ini didukung oleh penelitian Andi Muhammad Irwan, Chairul Adim Handy Noviarto dan William Fangiade menyatakan bahwa faktor pribadi berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian formal melalui via online atau jasa jahit.

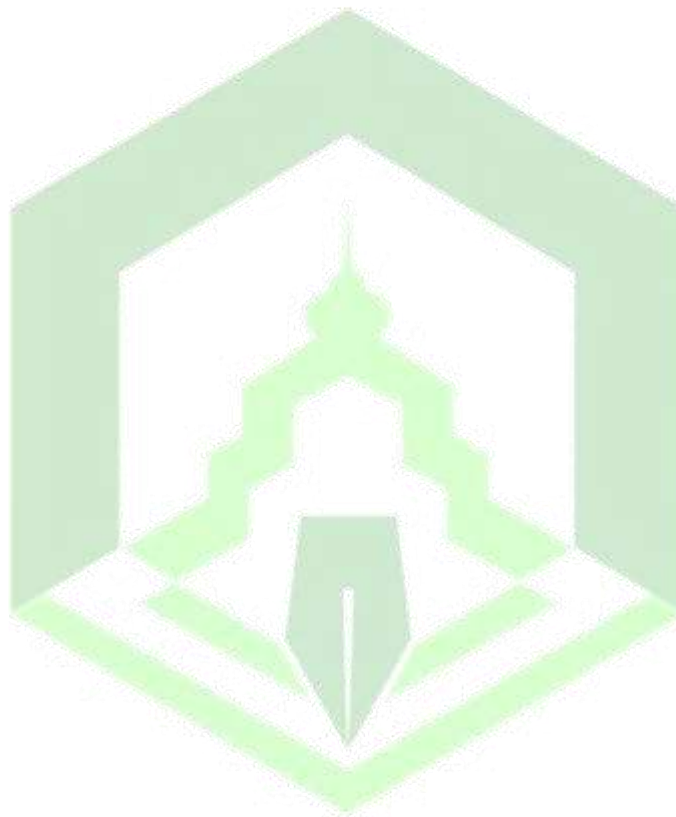
4. Faktor Psikologis (X_4) Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian

Tabel 4.36 uji t menunjukkan nilai $t_{hitung} 2,638 < t_{tabel} 1,665$ dan nilai signifikansi $0,010 < 0,05$ maka H_0 ditolak H_1 diterima. Sehingga faktor psikologis berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian formal melalui via online atau jasa jahit di desa Balirejo kecamatan Angkona kabupaten Luwu Timur.

Hasil peneltian ini menunjukkan bahwa faktor Psikologis berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian melalui via online atau jasa jahit. Hal ini menunjukkan bahwa faktor psikologis yang terdiri dari Motivasi, Persepsi, Pembelajaran dan Memori, sesuai dengan teori yang menyatakan semakin tinggi motivasi, persepsi, pembelajaran dan memori atau keyakinan seseorang terhadap suatu produk pakaian maka semakin tinggi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian pakaian formal. Dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian sepenuhnya di pengaruhi oleh faktor Psikologi.

Hasil kajian ini didukung oleh penelitian Andi Muhammad Irwan, Chairul Adim Handy Noviarto dan William Fangiade menyatakan bahwa

faktor pribadi berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian formal melalui via online atau jasa jahit.



IAIN PALOPO

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh faktor budaya, sosial, individu dan psikologis terhadap keputusan pembelian pakaian formal via online atau jasa jahit. Dari rumusan masalah yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya maka dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil pengujian menyatakan budaya berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian formal via online atau jasa jahit di Balirejo kabupaten Luwu timur. Berdasarkan uji t pada tabel *Coeffisien* dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($2,117 > 1,665$). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Hasil pengujian menyatakan sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian formal via online atau jasa jahit di Balirejo kabupaten Luwu timur. Berdasarkan uji t pada tabel *Coeffisien* dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($2,032 > 1,665$). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima.
3. Hasil pengujian menyatakan individu berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian formal via online atau jasa jahit di Balirejo kabupaten Luwu timur. Berdasarkan uji t pada tabel *Coeffisien* dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($4,740 > 1,665$). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima.
4. Hasil pengujian menyatakan psikologis berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian formal via online atau jasa jahit di Balirejo kabupaten Luwu timur. Berdasarkan uji t pada tabel *Coeffisien* dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($2,638 > 1,665$). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima.

5. Hasil pengujian menyatakan budaya, sosial, individu dan psikologis berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pakaian formal via online atau jasa jahit di Balirejo kabupaten Luwu timur. Berdasarkan uji f pada tabel dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($20.527 > 2,47$). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima.

B. Saran

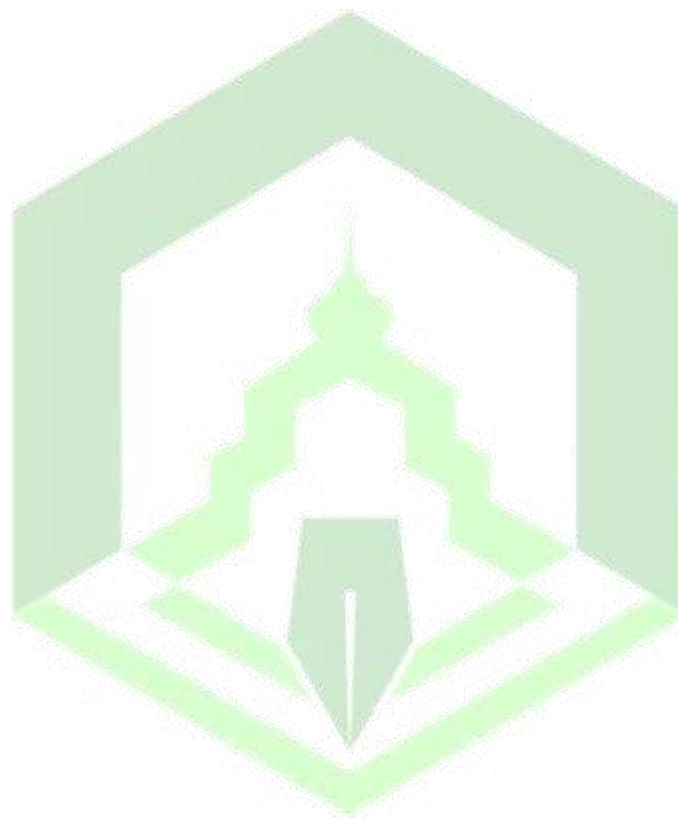
Berdasarkan hasil penelitian pembahasan, dan kesimpulan yang di peroleh, maka beberapa saran dari peneliti yang ingin di kemukakan;

1. Kepada peneliti selanjutnya

Adapun beberapa saran yang perlu diperhatikan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti tentang menganalisis faktor budaya, sosial, individu dan psikologis terhadap keputusan pembelian pakaian adalah:

- a. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi yang terkait dengan analisis faktor budaya, sosial, individu dan psikologis terhadap keputusan pembelian pakaian formal via online atau jasa jahit agar hasil penelitiannya dapat lebih baik dan lebih lengkap.
- b. Peneliti selanjutnya diharapkan lebih mempersiapkan diri dalam proses pengambilan dan pengumpulan dan segala sesuatunya sehingga penelitian dapat dilakukan dengan baik. Peneliti selanjutnya diharapkan ditunjang dengan tehnik pengumpulan kuisisioner yang benar dlam kajian analisis faktor budaya, sosial, individu dan psikologis terhadap keputusan pembelian pakaian formal via online atau jasa jahit.

2. Kepada jasa penjualan pakaian online/offline, diharapkan untuk lebih memperhatikan kualitas pakaian serta memperhatikan beberapa masalah seperti faktor budaya, sosial, individu dan psikologis dengan cara menampilkan disain terbaru yang lebih menarik dan modern. Karena perkembangan teknologi saat ini berkembang jauh lebih pesat.



IAIN PALOPO

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Tamrin, dan Francis Tantri, (2012). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Adhim, Chairul, *Analisis Faktor Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Pada Butik Yulia Grace*, Jurnal Pendidikan Tambusai, Volume 4 Nomor 1, 2020.
https://scholar.google.co.id/scholar?q=jurnal+faktor+perilaku+konsumen+terhadap+keputusan+pembelian+pakaian+formal+secara+online&hl=iad&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholar#d=gs_qabs&u=%231p%3DpaiR2l6xAEJ
- Christoper, Kho & Loembie, (2013). *Meishyell, the Fashion Bible for Man*. Jakarta: PT. GRAMEDIA.
- Departemen Agama RI, *Al-Hikmah Al-Qur'an dan Terjemahnya*, CV Penerbit Diponegoro.
- Fangiade, Wiliam, Paulus Un, S.P.N. Nainiti, *Analisis Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Jagung Rebus Studi Kasus Di Kelurahan Oesao Kecamatan Kupang Timur Kabupaten Kupang*, Jurnal EXCELLENTIA, Volume IX No 1, (Juni 2020): 65.
http://scholar.google.com/sholsr?as_ylo=2018&q=jurnal+pengaruh+budaya+sosi al+pribadi+psikologisterhadap+keputusan+pembelian+pakaian&hl=id&as_sdt0,5 #d=gs_qab&u=%23p%3DNxNy_fVxQO4J
- Ebert, Ronald J, Griffin, Ricky. W. (2015). *Pengantar Bisnis Edisi 10* Jakarta: Erlangga,.
- Goble, Frank G., (1987). *Mazhab ketiga psikologi humanistik Abraham Maslow*. Penerjemah A. supratiknya, Yogyakarta: kanisius,.
- Ilham, Hermawati *Pengaruh Faktor Kelas Sosial Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Pemilihan Pakaian di Desa Lagego Kecamatan Burau Kabupaten Luwu Timur*, Jurnalof Islamic Management and Bussines, Volume. 1, No. 1 April 2018): 17.
https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=pengaruh+faktor+k elas+sosial+terhadap+perilaku+konsumen&btnG=#d=gs_qabs&u=%23p%3DDe nMTMOxXN4J
- Irwan, Andi Muhammad, *Pengaruh Faktor Psikologis, Pribadi, Sosial Dan Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online*, Jurnal ilmiah ilmu manajemen, Volume 1, No.2 2019.
https://scholar.google.co.id/scholar_url?url=https://stiemmamuju.e-journal.id/FJIIM/article/download/21/18&hl=X&ei=IFU3YYHMH9SLywSbrJ-YAQ&scisig=AAGBfm3LhEW2UXKpT6WU1hiTdToO4Q-O6w&oi=scholar

- Kamisa, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, Surabaya: Kartika Surabaya, 1997.
- Kotler, Philip Dan Armstrong, Gary, (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi Ke 12, Jilid 1, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, (2001). *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Salemba Empat.
- Lamb, Hair dan Mc Daniel, C, (2001). *Pemasaran Buku 1 Edisi Pertama*, Jakarta: Salemba 4.
- Maslow, Abraham, (1984). *Motivation and Personility, (Teori Motivasi dengan Ancangan Hirarki Kebutuhan manusia)*, Penerjemah Nurul iman Jakarta: PT Gramedia.
- Mustafa, Zaini, (2013). *Mengurai Variabel Hingga Instrumentasi*, (Yogyakarta: Graham Ilmu.
- Nawawi, Hadari, (2007). *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Yogyakarta: Gajah Mada University Pers.
- Profil Desa Balirejo, Papan Potensi DEsa, Kantor Desa Balirejo, 2021.
- Rivaldo, Yanda and Yusman, Edi, “Pengaruh Physical Evidence, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Sanford Pada, “*Jurnal as-Said LP2M Institut Agama Islam Abdullah said batam* 1, no. 1 (Januari 2021): 13, <http://e-journal.institutabdullahsaid.ac.id/index.php/AS-SAID/article/view/7>.
- Setiadi, Nugroho. J, (2008). *Perilaku Konsumen; Konsep Dan Implementasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Solomon, M. R, (2018). *Consumer Behavior: Buying, Having, And Being*, Edisi Ke 12, (Upper Saddle River, New Jersy: Pearson Prentice.
- Sudaryono, (2016). *Manajemen Pemasaran; Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono, (2005). *Metode Penelitian Administrasi*, Bandung: Alfabeta, CV.
- Suhendi, Hendi, (2016). *Fiqh Muamalah*, Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Syahrin and Salam, (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif* Bandung: Citapustaka Media.
- Umar, Husein, (2001). *Studi Kelayakan Bisnis*, Edisi.3, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Zainuddin Ali, (2016). *Hukum Perdata Islam Indonesia*, Jakarta: Sinar Grafika.

The logo of IAIN Palopo is a green hexagon containing a stylized green minaret and an open book. The word **LAMPIRAN** is written in large, bold, black capital letters across the center of the logo.

LAMPIRAN

IAIN PALOPO

Indikator	N	Pertanyaan	Pilihan Jawaban
-----------	---	------------	-----------------

Lampiran 1

KUISIONER PENELITIAN

Analisis Faktor Budaya, Sosial, Individu dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Formal via Online Atau Jasa Jahit Di Balirejo Kabupaten Luwu Timur

A. IDENTITAS DIRI

Nama :
Umur :
Profesi/pekerjaan :
Jenis Kelamin : Laki-laki/Perempuan

B. PETUNJUK PENELITIAN

1. Bacalah dan pahami terlebih dahulu seluruh pertanyaan dengan cermat sebelum mengisi jawaban.
2. Pilihlah salah satu jawaban yang menurut anda tepat tanpa adanya paksaan dengan cara memberikan tanda check list (✓)
3. Mohon di periksa kembali jawaban anda sebelum di serahkan kepada peneliti!
4. Ada 5 Alternatif Jawaban Yaitu:
 Nilai 1 = STS (Sangat Tidak Setuju)
 Nilai 2 = TS (Tidak Setuju)
 Nilai 3 = KS (Kurang Setuju)
 Nilai 4 = S (Setuju)
 Nilai 5 = SS (Sangat Setuju)

C. DAFTAR PERTANYAAN

Tandai Pilihan yang menurut anda paling sesuai dengan diri anda, dengan tanda *Check list* (✓)

			STS	TS	KS	S	S
Faktor Budaya							
Kebangsaan	1	Pakaian formal (kebaya dan busana baju batik) merupakan khas bangsa Indonesia					
Agama	2	Tradisi memakai pakaian formal dalam masyarakat pada acara keagamaan tertentu					
Kelompok ras	3	Masing-masing suku memiliki jenis pakaian formal					
Wilayah geografis	4	Pengaruh lingkungan hidup terhadap pola kebiasaan memakai pakaian formal (kebaya dan busana batik) khususnya teman					
Faktor Sosial							
Keluarga	1	Saya membeli pakaian formal melalui via online atau jasa jahit karena adanya pengalaman dari anggota keluarga					
Teman	2	Saya membeli pakaian formal melalui via online atau jasa jahit karena adanya rekomendasi dari teman					
Tetangga	3	Saya membeli pakaian formal melalui via online atau jasa jahit karena adanya pengaruh dari lingkungan tempat tinggal saya (tetangga)					
Rekan Kerja	4	Adanya dukungan dari rekan kerja sehingga saya membeli pakaian formal melalui via online atau jasa jahit					
Faktor Pribadi							
Usia dan tahap siklus hidup	1	Saya membeli pakaian formal melalui via online atau jasa jahit karena sesuai dengan usia dan tahap siklus hidup saya					

	2	Pakaian formal dapat di pakai oleh segala kalangan usia					
Pekerjaan dan keadaan ekonomi	3	Saya membeli pakaian formal sesuai dengan kebutuhan saya dalam hal pekerjaan					
	4	Saya membeli pakaian formal melalui via online atau jasa jahit karena sesuai dengan situasi ekonomi saya					
Keperibadian dan konsep diri	5	Saya memakai pakaian formal untuk kegiatan sehari-hari					
	6	Saya menggunakan pakaian formal untuk kegiatan komunitas					
Gaya hidup	7	Saya cenderung memilih pakaian formal karena ingin memiliki hubungan pertemanan dengan orang yang berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi					
Faktor Psikologis							
Motivasi	1	Saya sangat termotivasi membeli pakaian formal melalui via online atau jasa jahit karena kebutuhan pribadi					
Persepsi	2	Saya membeli pakaian formal melalui via online atau jasa jahit karena adanya persepsi dari kalangan keluarga, teman kerja, keluarga serta lingkungan hidup					
Pembelajaran	3	Adanya pemahaman dan pembelajaran atas kualitas, harga serta pelayanan yang di berikan oleh para jasa penjualan, sehingga saya membeli pakaian formal melalui via online atau jasa jahit					
Memori	4	Keyakinan saya terhadap kualitas pakaian formal melalui via online atau jasa jahit mempengaruhi saya dalam menggunakannya					

Keputusan Pembelian							
Pilihan Produk	1	Saya memilih produk pakaian formal melalui via online atau jasa jahit karena menyukai hasil jahitan, desain dan kualitas					
Jumlah Pembelian	2	Saya membeli pakaian formal melalui via online atau jasa jahit lebih dari satu					
	3	Saya memilih pakaian formal karena sesuai dengan diri saya sendiri					
Waktu Pembelian	4	Saya membeli pakaian formal pada saat memiliki persediaan uang					
	5	Saya membeli pakaian formal melalui via online atau jasa jahit pada waktu tertentu					
Metode Pembayaran	6	Saya memilih pakaian formal dengan via online atau jasa jahit karena terdapat pilihan pada sistem pembayaran					
	7	Saya memilih pakaian formal dengan via online atau jasa jahit karena membayar dengan cara langsung atau COD (Cash On Delivery)					

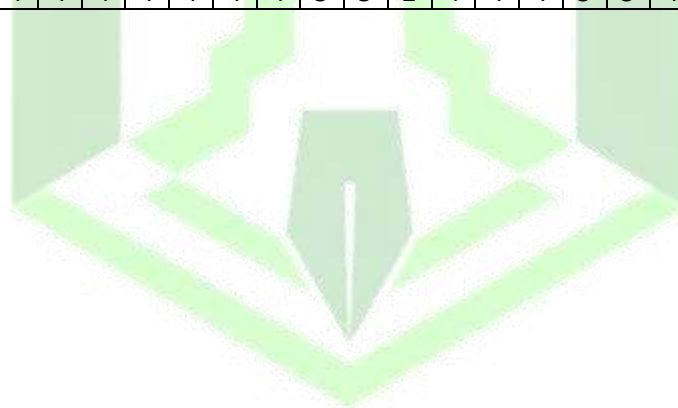
Lampiran II

Jawaban Responden

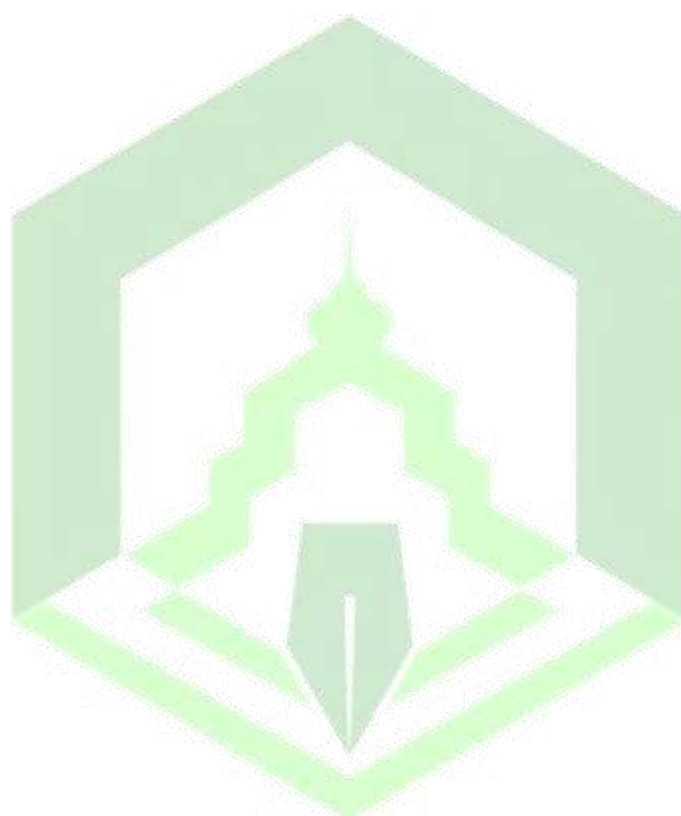
Responden	Budaya X1				Sosial X2				Pribadi X3							Psikologis X4				Keputusan Pembelian Y						
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6	7
1	4	4	4	5	5	5	5	5	3	2	4	3	2	2	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4
2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	4	4	5	5	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6	5	4	4	4	5	5	5	5	4	1	4	2	1	2	4	2	2	4	4	4	4	4	2	4	3	2
7	4	4	3	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4
8	4	4	4	5	5	5	5	5	3	4	5	3	1	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
9	5	4	5	5	4	3	5	2	5	1	2	4	5	2	3	4	4	3	3	5	3	3	4	5	3	4
10	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
11	3	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5
12	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
13	4	4	4	2	3	4	4	4	4	3	4	4	1	4	4	3	2	3	4	4	2	2	4	3	3	5
14	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
15	4	4	4	4	4	4	4	2	4	5	5	5	1	4	5	4	3	3	3	5	3	5	5	5	5	5
16	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	3	4	5	4	4	5
17	4	4	5	5	5	4	4	5	3	5	4	5	4	3	4	3	4	3	4	5	4	5	5	4	4	5
18	5	4	5	5	5	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	3
19	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
20	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	1	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
21	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5
22	5	4	5	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3
23	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	3	4	3	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5
24	5	4	4	5	4	4	3	5	1	2	5	3	5	4	4	2	2	5	3	4	2	4	4	3	3	5
25	4	4	5	3	3	3	4	4	5	5	5	5	3	3	5	4	3	4	4	5	4	5	5	5	5	4
26	5	4	5	5	4	4	3	5	5	5	5	5	1	5	3	5	1	5	5	5	5	1	5	5	3	1
27	4	4	4	3	5	4	4	4	4	3	4	4	2	3	3	3	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4
28	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	5	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	5	5	4	4
29	4	4	3	5	4	3	4	4	3	1	4	2	2	3	4	2	3	4	1	1	3	2	2	2	3	4

30	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
31	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
32	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	5
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
34	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
36	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5
37	4	4	5	3	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4
38	5	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	3	2	3	3	4	5	4
39	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	5	1	3	4	5
40	4	4	3	1	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	5
41	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	5	4	3	4	4	4	5	4	3	5	5	4
42	5	4	4	5	4	3	4	4	3	3	4	4	1	5	5	2	4	4	3	4	2	4	4	4
43	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5
44	4	4	5	3	5	4	5	5	3	3	4	5	4	3	4	4	4	4	3	5	3	4	5	3
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
46	1	4	4	5	4	4	3	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	5	5	4
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
49	4	4	4	4	3	4	4	3	3	5	4	3	1	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4
50	4	4	4	3	4	3	4	4	5	3	5	5	2	2	4	3	4	4	3	5	5	5	4	5
51	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	1	4	4	4	4	5	4	4	1	4	4	5
52	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	5	3	1	4	4	4	4	5	4	4	2	3	4	5
53	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	2	4	3	4	4	5	5	4	1	3	4	4
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
55	4	4	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	2	5	4	4	4	4	4	4	1	4	4	5
56	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	5	4	4	1	3	4	4
57	4	4	4	4	3	3	3	4	5	4	5	5	1	3	3	4	4	5	5	5	4	5	5	5
58	3	4	4	3	4	3	3	4	3	5	4	4	1	5	4	3	4	5	4	5	1	3	4	5
59	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	2	3	3	4	5	4	5	4	1	3	5	5
60	3	4	5	4	4	3	4	4	3	4	5	5	1	3	4	5	2	5	4	5	2	4	4	4
61	4	4	3	3	3	4	5	4	2	3	5	3	1	4	3	3	4	4	2	5	2	3	4	5
62	4	4	4	3	4	3	5	5	3	4	5	4	1	4	4	4	5	5	5	5	1	4	4	5
63	5	4	3	4	3	3	4	4	3	4	5	3	2	4	3	4	4	5	4	4	2	3	4	5
64	2	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	2	4	3	4	5	5	4	4	1	3	4	5
65	5	4	5	4	3	5	4	4	5	4	5	4	2	4	3	5	4	4	2	5	2	4	5	4
66	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	5	5	4	2	3	4	4
67	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	5	4	2	4	4	5	5	5	4	4	2	4	4	4
68	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	1	4	4	5	5	5	5	4	2	3	4	4
69	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	2	4	4	4	4	5	5	4	2	3	4	5
70	4	4	3	4	4	4	5	4	3	4	4	4	2	4	4	4	5	5	4	4	2	4	5	4
71	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	5	5	5	4	1	3	4	5
72	5	4	5	4	5	4	4	5	3	4	4	3	1	4	4	3	4	5	5	5	2	3	4	5
73	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4	5	3	2	4	4	4	5	5	4	5	2	4	4	5
74	4	4	4	4	3	3	5	5	4	4	5	4	1	3	4	4	5	5	4	5	2	3	4	5
75	4	4	5	5	3	4	4	4	5	5	5	4	3	4	4	5	4	5	5	4	2	4	5	5

76	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	2	4	4	4	5	5	5	4	2	4	4	5	5	4
77	4	4	4	4	4	4	3	5	3	3	3	3	2	2	4	3	3	4	3	3	2	2	2	2	2	2
78	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	5	5	5
79	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	5	4	4	5	5	5	5	2	4	4	4	5	5
80	4	4	5	5	3	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	5	5	4	2	4	5	5	5	5
81	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	5	4	2	5	4	4	5	5	5	4	2	4	4	5	5	5
82	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	2	5	4	4	5	5	4	5	1	3	4	5	5	5
83	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	2	4	4	4	5	5	5	4	1	3	4	5	5	5
84	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	2	4	4	3	4	5	4	4	2	3	4	4	4	4
85	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	2	4	4	4	4	5	4	5	2	3	4	4	5	4
86	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	5	3	2	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3
87	5	4	5	4	3	3	4	3	3	4	4	4	2	2	2	4	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3
88	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	2	3	3	3	3	3	5	4	2	3	4	4	3	3
89	4	4	4	4	5	4	5	5	3	4	4	4	1	4	4	4	5	5	5	5	2	3	5	5	5	5
90	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	5	5	2	4	4	4	5	5	5	5	2	4	5	5	5	5
91	4	4	4	5	3	5	4	5	4	4	3	4	1	4	4	4	5	5	4	5	1	4	5	5	5	4
92	4	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	5	5	5	5	2	4	5	5	5	5
93	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	1	3	3	4	5	5	5	4	1	3	4	4	4	4
94	4	4	4	4	4	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	1	4	5	5	5	5
95	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	2	4	4	4	5	5	4	5	1	3	4	4	4



IAIN PALOPO



IAIN PALOPO

Lampiran III

Surat Izin Penelitian



PEMERINTAH KABUPATEN LUWU TIMUR
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jln. Soekarno-Hatta HP. 08 12345 777 56
email : kppt@luwutimurkab.go.id | website : dpmpstsp.luwutimurkab.go.id
MALILI, 92981

Malili, 23 November 2021

Nomor : 309/DPMPSTSP/XI/2021
Lampiran : -
Perihal : Izin Penelitian

Kepada
Yth. Kepala Desa Balirejo
Di -
Kab. Luwu Timur

Berdasarkan Surat Rekomendasi Tim Teknis Tanggal 23 November 2021 Nomor 309/KesbangPol/XI/2021, tentang Izin Penelitian.

Dengan ini disampaikan bahwa yang tersebut namanya di bawah ini :

Nama : Ulummiatul Mardiyah
Alamat : Dsn. Cempaka, Ds. Balirejo, Kec. Angkona
Tempat / Tgl Lahir : Balirejo / 19 Juli 1998
Pekerjaan : Mahasiswa
Nomor Telepon : 082271067754
Nomor Induk Mahasiswa : 1704030135
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Lembaga : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO

Bermaksud melakukan Penelitian di daerah/Instansi Bapak/Ibu sebagai syarat penyusunan Skripsi dengan Judul:

"Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memutuskan Pembelian Pakaian Formal Via Online atau Jahit Di Desa Balirejo Kecamatan Angkona Kabupaten Luwu Timur"

Mulai : 23 November 2021 s.d. 23 Desember 2021

Sehubungan hal tersebut di atas, pada prinsipnya Pemkab Luwu Timur dapat menyetujui kegiatan tersebut dengan ketentuan :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan penelitian, kepada yang bersangkutan harus melapor kepada pemerintah setempat.
2. Penelitian tidak menyimpang dari izin yang diberikan.
3. Menaati semua Peraturan Perundang-Undangan yang berlaku, serta mengindahkan adat istiadat Daerah setempat.
4. Menyerahkan 1 (satu) exemplar copy hasil "Laporan Kegiatan" selambat-lambatnya 7 (tujuh) hari setelah kegiatan dilaksanakan kepada Bupati Luwu Timur Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kabupaten Luwu Timur.
5. Surat izin akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat izin tidak menaati ketentuan tersebut di atas.

Demikian disampaikan untuk diketahui.



Andi Habi Unru SE

Pangkat : Pembina Tk.I

Nip : 19641231 198703 1 208

- Tembusan : disampaikan kepada Yth :
1. Bupati Luwu Timur (sebagai laporan) di Malili;
 2. Ketua DPRD Luwu Timur di Malili;
 3. Camat Angkona di Tempat;
 4. Dekan INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO di Tempat;
 5. Sdr. (i) Ulummiatul Mardiyah di Tempat.

Buku Kontrol

24

Buku Kontrol Penulisan Skripsi

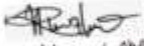
**LEMBAR KONSULTASI SETELAH UJIAN
SEMINAR HASIL PENELITIAN**

Konsultasi ke, _____ Hari Tanggal, _____

Materi Konsultasi

No.	Uraian
1	Penulisan kalimat tidak boleh menggunakan ^{anti}
2	Kata hubung
3	Kesimpulan dan saran harus mengikuti permasalahan dan manfaat penelitian
4	Penulisan Abstrak di rapikan lagi
5	
6	
7	
8	
9	
10	

Penguji I.


Nurul Khairani Ardiya, C.B., M.Pd.
NIP.

25

Buku Kontrol Penulisan Skripsi

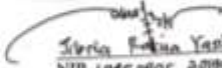
**LEMBAR KONSULTASI SETELAH UJIAN
SEMINAR HASIL PENELITIAN**

Konsultasi ke, _____ Hari Tanggal, _____

Materi Konsultasi

No.	Uraian
1	Perbaiki Judul (Judul harus mengarah ke kuantitatif)
2	
3	Pengambilan sampel menggunakan Akusidental
4	Sampling
5	Hipotesis Penelitian
6	Kuesioner (harus ada kaitannya dengan indikator kuantitatif)
7	
8	
9	
10	

Penguji II.


Sriana Purnama Yanti, S.E., M.Si
NIP. 19850805 201003 2 008


Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

26

Buku Kontrol Penulisan Skripsi

**LEMBAR KONSULTASI SETELAH UJIAN
SEMINAR HASIL PENELITIAN**

Konsultasi ke, Satu Hari Tanggal, 28 Maret 2022

Materi Konsultasi

No.	Uraian
1	Konsultasi perubahan pada judul
2	Perbaikan pada indikator pada kuesioner
3	Perubahan variabel
4	Landasan teori tentang kuantitatif
5	
6	
7	
8	
9	
10	

Pembimbing I.


Edi Indra Setiawan, S.E., M.A.
NIP. 19891207 201905 1005


Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

Kartu Kontrol



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Bittu Kota Palopo 91914 Telepon 085243175771
Email: febi@iainpalopo.ac.id Website: <https://febi.iainpalopo.ac.id/>

KARTU KONTROL SEMINAR HASIL SKRIPSI

Nama : Ulummiatul Mardiyah
NIM : 17 0403 0135
Prodi : Manajemen Bisnis Syariah

N O	HARI/TGL	NAMA MAHASISWA	JUDUL SKRIPSI	PARAF PIMPINAN UJIAN	KET.
1	07 Januari 2022	Mineliani Putri Daming	Analisis Perbedaan keputusan Pelanggan Terhadap Bisnis Jasa Kurir di Kota Palopo		
2	20 Januari 2022	Hasnila	Respon Masyarakat Terhadap Keberadaan Bank Syariah Indonesia Setelah Merger di Kota Palopo		
3	26 Januari 2022	Nasyithah Andi Kunna	Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan, pendapatan dan Latar Belakang Keluarga Terhadap Minat Wirausaha pada kalangan Remaja di Kota Palopo		
4	14 Februari 2022	Arka Damayanti	Peran Pemerintah Daerah (PEMDA) Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Di kabupaten Luwu Utara		
5	23 Februari 2022	Rahmi Alfiani	Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pedagang Kaki Lima Di Salobulo		
6	11 Maret 2022	Amalia Chaeidir	Pengaruh Media Sosial Dalam Meningkatkan UMKM Studi Kasus di Kecamatan Wotu		
7					
8					

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Dr. Hj. Ramlah M., M.M.
NIP 1961020811994032001

NB.:

- Kartu ini dibawa setiap mengikuti ujian
- Setiap mahasiswa wajib mengikuti minimal 5 kali seminar sebelum seminar hasil.

Halaman Persetujuan Pembimbing

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah menelaah dengan saksama skripsi berjudul: Analisis Faktor Budaya, Sosial, Individu, dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Formal via Online atau Jasa Jahit Di Balirejo Kabupaten Luwu Timur yang ditulis oleh:

Nama	: Ulummiatul Mardiyah
NIM	: 17 0403 0135
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi	: Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak untuk diajukan untuk diujikan pada ujian/munaqasyah hasil penelitian.

Demikian persetujuan ini dibuat untuk proses selanjutnya.

Pembimbing



Edi Indra Setiawan, SE, M.M
NIP. 19891207201903 1005

Nota Dinas Pembimbing

Edi Indra Setiawan, SE. M.M

NOTA DINAS PEMBIMBING

Lam : -

Hal : Skripsi Ulummiatul Mardiyah

Kepada Yth. Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palopo

Di

Palopo

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan terhadap skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama	: Ulummiatul Mardiyah
NIM	: 17 0403 0135
Program Studi	: Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Proposal	: Analisis Faktor Budaya, Sosial, Individu, dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Formal via Online atau Jasa Jahit Di Balirejo Kabupaten Luwu Timur

Menyatakan bahwa skripsi tersebut sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian/munaqasyah hasil penelitian. Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pembimbing



Edi Indra Setiawan, SE. M.M
NIP. 19891207201903 1005

Halaman Persetujuan Tim Penguji

HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Skripsi berjudul Analisis Faktor Budaya, Sosial, Individu Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Formal Via Online Atau Jasa Jahit Di Balirejo Kabupaten Luwu Timur Prodi Manajemen Bisnis Syariah Angkatan 2017 yang ditulis oleh Ulummiatul Mardiyah NIM. 17 0403 0135, mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang telah diujikan dalam seminar hasil penelitian pada hari Rabu, 23 Maret 2022 telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji dan dinyatakan layak untuk diajukan pada sidang ujian *munaqasyah*.

TIM PENGUJI

1. Dr. Hj. Ramlah M., M.M.
(Ketua Sidang/Penguji)
2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI., M.A.
(Sekretaris Sidang/Penguji)
3. Nurul Khairani Abduh, S.Pd., M.Pd.
(Penguji I)
4. Jibria ratna Yasir, S.E., M.Si
(Penguji II)
5. Edi Indra Setiawan, S.E., M.Si
(Pembimbing I/ Penguji I)





Nota Dinas Tim Penguji

NOTA DINAS TIM PENGUJI

Lamp. :
Hal : skripsi ulummiatul mardiyah

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo

Di

Palopo

Assalamu'alaikum wr. wb.

Setelah menelaah naskah perbaikan berdasarkan seminar hasil penelitian terdahulu, baik dari segi isi, bahan maupun teknik penulisan terhadap naskah skripsi mahasiswa dibawah ini :

Nama	: Ulummiatul Mardiyah
NIM	: 17 0403 0135
Program Studi	: Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi	: Analisis Faktor Budaya, Sosial, Individu Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Formal Via Online Atau Jasa Jahit Di Balirejo Kabupaten Luwu Timur

maka naskah skripsi tersebut dinyatakan sudah memenuhi syarat-syarat akademik dan layak diajukan untuk diujikan pada ujian *munaqasyah*.

Demikian disampaikan untuk proses selanjutnya.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

1. Dr. Hj. Ramlah M., M.M.
(Ketua Sidang/Penguji)
2. Dr. Muh. Ruslan Abdullah, S.EI.,M.A.
(Sekretaris Sidang/Penguji)
3. Nurul Khairani Abdulh, S.Pd., M.Pd.
(Penguji I)
4. Jibria ratna Yasir, S.E., M.Si
(Penguji II)
5. Edi Indra Setiawan, S.E., M.Si
(Pembimbing I/ Penguji I)



Keterangan Bebas Mata Kuliah



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 PRODI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
 Jalan Bitti Kota Palopo 91914 Telepon (0471) 22076
 Email: febi@iainpalopo.ac.id; Website: <https://febi.iainpalopo.ac.id/>

SURAT KETERANGAN

NOMOR: B 111 /In.19/FEBI.04/KS.02/MBS/2/2022

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa mahasiswa (i) :

Nama : Ulummiatul Mardiyah

NIM 17 0403 0135

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

benar telah mengikuti perkuliahan sesuai dengan kurikulum program studi Manajemen Bisnis Syariah dan dinyatakan bebas mata kuliah yang diprogramkan sejak semester I tahun akademik 2017/2018 s.d semester VII tahun akademik 2019/2020 berdasarkan data nilai prodi.

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 7 Februari 2022
 Ketua Prodi
 Manajemen Bisnis Syariah



Muzayyadah Jabani, S.T., M.M

Sertifikat Ma'had Al-Jamiah




KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

Syahadah

Nomor : In.19/PP/UPT/MAHAD AL-JAMIAH/ 0617 /VII/2018

Diberikan kepada :

ULUMIATUL MARDIYAH

NIM : 17 0403 0135

Setelah mengikuti Program Ma'had Al-Jami'ah Institut Agama Islam Negeri Palopo
Sebagai tanda bukti diberikan Syahadah ini berikut hak sesuai dengan peraturan yang berlaku
Dikeluarkan di Palopo pada tanggal Dua Juli Dua Ribu Delapan Belas



Dr. Abdul Pirol, M.Ag.
NIP 19691104 199403 1 004



Kepala Unit
Ma'had Al-Jami'ah IAIN Palopo
Dr. Mardhi Takwim, M.HI
NIP 19680503 199803 1 005

Signed dengan Carbonless



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO

TRANSKRIP NILAI
MAHASISWA PROGRAM MA'HAD AL-JAMIAH

NAMA : ULUMIATUL MARDIYAH
NIM : 17 0403 0135
FAK/PRODI : MBS C

NO	MATA KULIAH	SEMESTER	NILAI	
			ANGKA	HURUF
1	FUJHI IBADAH	I	85	A-
2	AL-QIDAH AKHLAK	I	82	B+
3	PENGAMALAN SUNNAH	II	90	A
4	MEMBACA TULIS DAN AL-QUR'AN	II	90	A
5	TEORI DAN PRAKTIK IBADAH	II	86	A-
JUMLAH			433	
RATA-RATA			86,60	

Predikat Kelulusan : Amat Baik / Baik / Cukup / Kurang

Palopo, 2 Juli 2018

Kepala Unit
Ma'had Al-Jami'ah IAIN Palopo

Dr. Mardhi Takwim, M.HI
NIP 19680503 199803 1 005

Sertifikat PBAK/OSCAR



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
PANITIA PELAKSANA PENGENALAN BUDAYA AKADEMIK DAN KEMAHASISWAAN

Jln. Agatis Kelurahan Balantasi Kota Palopo, Telp. 0471-22075 Fax. 0471-225195

Nomor: 603 /SC/PBAK/IAIN/PLP/08/2017

Diberikan Kepada:



Ummatul Mardiah

Sebagai Peserta pada kegiatan Pengenalan Budaya Akademik dan Kemahasiswaan (PBAK) Institut Agama Islam Negeri Palopo tahun akademik 2017/2018 yang dilaksanakan pada tanggal 26 s.d 28 Agustus 2017 dan dinyatakan **Lulus**.

Ketua Panitia

[Signature]
Dr. Helmi Kamal, M.HI.



Mengetahui;
Rektor

[Signature]
Dr. Abdul Pirol, M.Ag.



Palopo, 29 Agustus 2017
Presiden Badan Eksekutif Mahasiswa

[Signature]
Fikram Kasim

Ditanda dengan Cap/Stempel

MATERI PENGENALAN BUDAYA AKADEMIK DAN KEMAHASISWAAN (PBAK) "Membangun Mahasiswa yang Religius, Unggul, dan Patriotik"

26 - 28 Agustus 2017

No.	Narasumber	Materi	Volume
1	Dr. Abdul Pirol, M.Ag.	Profil IAIN Palopo	2 JPL
2	Kapolres Palopo	Membangun Generasi Muda yang Berintegritas dan Cinta Tanah Air	2 JPL
3	Prof. Dr. H. M. Said Mahmud, Lc., M.A.	Ma'had al-Jam'iyah dan Pembinaan Alim al-Karimah Mahasiswa	2 JPL
4	Dr. Abbas Langaji, M.Ag.	Profil Mahasiswa Unggulan, Inovasi, dan Sekilas tentang PPS IAIN Palopo	2 JPL
5	Fikram Kasim	Materi Kemahasiswaan: Peran Mahasiswa dalam Kehidupan Sosial dan Kebangsaan	2 JPL
Jumlah:			10 JPL

Palopo, 29 Agustus 2017

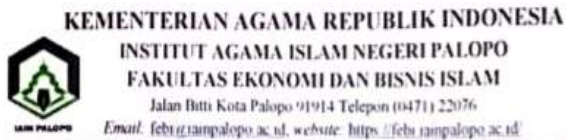
Koordinator Steering Committee,

[Signature]
Dr. Muhaemin, M.A.

Koordinator Lapangan,

[Signature]
Dr. Baso Hasyim, M.Sos.I.

Keterangan MBTA



SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini Dosen penguji dan Ketua Program Studi Perbankan Syariah menerangkan bahwa mahasiswa tersebut membaca dengan ~~kurang/baik~~ lancar dan menulis Al-Qur'an dengan kurang/baik/lancar.

Nama : Ulummiatul Mardiyah
 Nim : 17 0403 0135
 Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 6 Januari 2022

Mengetahui:

Ketua prodi Manajemen Bisnis Syariah

Muzayyanul Mahan, S.T., M.M
 Nip: 19750104200501 2 003

Dosen Penguji

Nuridin Batjo, S.Pt., M.M
 NIDN: 0903 027601

*Coret yang tidak sesuai dengan kemampuan mahasiswa

Keterangan Lunas SPP



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Bitti Kota Palopo 91914 Telepon/HP 085243175771
 Email: febi@iainpalopo.ac.id; Website: <https://febi.iainpalopo.ac.id/>

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Saepul, S.Ag., M. Pd.I
 NIP : 19720715 200604 1 001
 Jabatan : Kepala Bagian Tata Usaha
 Unit Kerja : FEBI IAIN Palopo

menerangkan bahwa:

Nama : ULIMMIATUL MARDIYAH
 NIM : 17 0403 0135
 Semester/Prodi : X / MBS
 Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

yang bersangkutan benar telah melunasi pembayaran Uang Kuliah Tunggal (UKT) semester I s/d X.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

|

10 Maret 2022
 Kepala Bagian Tata Usaha

 Saepul, S.Ag., M.Pd.I
 NIP. 19720715 200604 1 001

Turnitin

Ulm Skripsi 3

ORIGINALITY REPORT

23%	21%	9%	10%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	2%
2	www.scribd.com Internet Source	1%
3	repository.iainpalopo.ac.id Internet Source	1%
4	repositori.uin-alaududin.ac.id Internet Source	1%
5	repository.radenintan.ac.id Internet Source	1%
6	etheses.iainponorogo.ac.id Internet Source	1%
7	repository.uinsu.ac.id Internet Source	1%
8	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	1%
9	repository.uinjambi.ac.id Internet Source	1%

10	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	1%
11	ejournal.uniks.ac.id Internet Source	1%
12	core.ac.uk Internet Source	1%
13	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1%
14	id.123dok.com Internet Source	1%
15	repository.iainbengkulu.ac.id Internet Source	<1%
16	ejurnal.undana.ac.id Internet Source	<1%
17	Submitted to UIN Raden Intan Lampung Student Paper	<1%
18	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	<1%
19	ejournal.iainpalopo.ac.id	<1%

Dokumentasi





RIWAYAT HIDUP



Ulummiatul Mardiyah, lahir di Balirejo pada tanggal 19 juli 1998. Penulis merupakan anak ke tiga dari 3 bersaudara dari pasangan seorang ayah yang bernama Saderi dan ibu Sarmini. Penulis berasal dari desa Balirejo kecamatan Angkona kabupaten Luwu Timur. Pendidikan dasar penulis di selesaikan pada tahun 2011 di SDN 2014 Kalaena kiri III, kecamatan Angkona kabupaten Luwu Timur. Kemudian di tahun yang sama penulis menempuh pendidikan di Mts. Al-Muhajirien Margolembo hingga 2014. Pada tahun 2014 penulis melanjutkan pendidikan di MA. Al-Muhajirien Margolembo hingga tahun 2017. Penulis Aktif di Organisasi Siswa (OSIS), penulis aktif di kegiatan ekstrakurikuler yaitu Palang Merah Remaja (PMR). Setelah lulus di tahun 2017, penulis melanjutkan pendidikan S1 di Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Pada akhirnya penulis membuat tugas akhir skripsi untuk menyelesaikan pendidikan S1 dengan judul skripsi *“Analisis Faktor Budaya, Sosial, Individu Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Formal via Online Atau Jasa Jahit Di Balirejo Kabupaten Luwu Timur”*. Penulis berharap dapat melanjutkan pendidikan ke jenjang selanjutnya dan meraih cita-cita yang di inginkan. Aamiin Allahumma Aamiin. Demikian riwayat hidup penulis.