

**PENGARUH GAYA HIDUP, HARGA DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *ONLINE* MELALUI
APLIKASI SHOPEE PADA MAHASISWI ASRAMA
BEASISWA INSTITUT PESANTREN KH. ABDUL CHALIM**

SKRIPSI

Diajukan Kepada:

Fakultas Syariah Institut Pesantren KH. Abdul Chalim

Untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan Program Sarjana

Ekonomi

Dosen Pembimbing

1. Diah Syifaul A'yun, M.Pd
2. Ubaid Aisyul Hana, S.HI, M.E

Oleh:

Siti Nurhaliza Koniyo

20181700229034

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH

INSTITUT PESANTREN KH ABDUL CHALIM

MOJOKERTO

2022

ABSTRAK

Koniyo, Siti Nurhaliza, 2022. Pengaruh Gaya Hidup, Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Melalui Aplikasi Shopee Pada Mahasiswi Asrama Beasiswa Institut Pesantren KH. Abdul Chalim, Skripsi Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Institut Pesantren KH. Abdul Chalim, Pembimbing I. Diah Syifaul A'yun, M.Pd. Pembimbing II. Ubaid Aisyul hana, S.H.I, M.E.

Penelitian ini dilakukan untuk meneliti Pengaruh Gaya Hidup, Harga dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Melalui Aplikasi Shopee Pada Mahasiswi Asrama Beasiswa Institut Pesantren KH. Abdul Chalim. Dalam memenuhi gaya hidup shopee menawarkan harga yang terjangkau oleh mahasiswi sehingga menarik mahasiswi untuk berbelanja *online* dan menumbuhkan kepercayaan dalam dapat terbentuknya kepercayaan oleh mahasiswi dan melakukan keputusan pembelian. Dalam penelitian ini gaya hidup, harga dan kepercayaan dijadikan sebagai patokan dalam mengukur keputusan pembelian pada mahasiswi asrama beasiswa Institut Pesantren KH. Abdul Chalim.

Jenis penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif dengan metode survey. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode kuesioner. Penelitian ini menggunakan 83 responden sebagai sampel penelitian dengan teknik penentuan sampel menggunakan teknik *probability sampling*. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi linier berganda yang diolah dengan menggunakan *software* SPSS versi 28. Dimana variabel keputusan pembelian (Y), gaya hidup (X1), harga (X2) dan Kepercayaan (X3). Pada pengujian hipotesis uji T dan uji F menunjukkan bahwa gaya hidup, harga dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil pengujian pada uji koefisien determinasi (R^2) yang terlihat pada *R Square* sebesar 0,324 menunjukkan bahwa 32,4% keputusan pembelian *online* melalui aplikasi shopee dijelaskan oleh variabel gaya hidup, harga dan kepercayaan sedangkan sisanya 67,6% dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak ada pada penelitian ini.

Kata Kunci: Gaya Hidup, Harga, Kepercayaan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Koniyo, Siti Nurhaliza, 2022, The Influence of Lifestyle, Price and Trust in Online Purchasing Decisions Through the Shopee App on Scholarship Female Dormitory Students of Institute of KH. Abdul Chalim. Thesis of Sharia Economics Study Program, Faculty of Sharia, Institute of KH. Abdul Chalim, Advisor I. Diah Syifaul A'yun, M.Pd. Advisor II. Ubaid Aisyul Hana, S.H.I, M.E.

This research conducted to examine the influence of lifestyle, price and trust on online purchasing decisions at Shopee App on Scholarship Female Dormitory Students of Institute of KH Abdul Chalim. In order to fulfil consumer's lifestyle, Shopee offers affordable prices so that it attracts female students to shop online and building trust over female students to make purchasing decisions. In this research, lifestyle, price and trust are used as parameters in measuring purchasing decisions on Scholarship Female Dormitory Students at Institute of Abdul Chalim.

The research is quantitative approach with survey method. The data used in this study are primary data and secondary data. Data was collected using the questionnaire method. This research used 83 respondents as the research sample with the technique of determining the sample using probability sampling technique. The analysis technique used in this research is multiple linear regression analysis technique which is processed using SPSS software version 28 where the variables are purchasing decisions (Y), lifestyle (X1), price (X2) and trust (X3). In testing the hypothesis, the T test and the F test show that lifestyle, price and trust have a positive and significant effect on purchasing decisions.

Based on the test results on the coefficient of determination (R^2) displayed in R Square of 0.324, it shows that 32.4% of online purchasing decisions through the Shopee App are explained by lifestyle, price and trust variables while the remaining 67.6% can be explained by other variables that were not presented in this study.

Keywords: Lifestyle, Price, Trust, Purchase Decisions

مستخلص البحث

كونيو، سيتي نورحالة.2022. تأثير نمط الحياة والسعر والثقة على قرارات الشراء عبر الإنترنت بتطبيق shopee لطالبات الجامعة في سكن الطالبات بجامعة كياهي حاج عبد الحليم . قسم الإقتصادية الشرعية، كلية الشريعة بجامعة كياهي حاج عبد الحليم، المشرفة الأولى : ضية شفاء الأعيون الماجستير، المشرفة الثانية عبيد عيش الحنا الماجستير

يعمل هذا البحث لبحث تأثير نمط الحياة والسعر والثقة على قرارات الشراء عبر الإنترنت بتطبيق shopee لطالبات الجامعة في سكن الطالبات بجامعة كياهي حاج عبد الحليم. لتحقيق نمط الحياة يقترح shopee السعر المعقول على الطالبات للتسوق عبر الإنترنت وتكوين الثقة على قرارات الشراء. في هذا البحث نمط الحياة والسعر والثقة كالمراجع في مقياس قرارات الشراء لطالبات الجامعة في سكن الطالبات.

يستخدم الباحثة نوع البحث الكمي بطريق الإستقصائي. أما بياناته بيانات أولية وثانوية. أسلوب جمع البيانات باستبيان. يستخدم 83 مستجيبين كإمعاينة بأسلوب عينة الاحتمال. أسلوب تحليل هو تحليل الانحدار الخطي المتعدد باستخدام برنامج SPSS 28. متغير قرارات الشراء (Y) ونمط الحياة (X1) والسعر (X2) والثقة (X3). أما اختبار الفرضية أظهر اختبار T واختبار F أن نمط الحياة والسعر والثقة لها تأثير إيجابي وهام على قرارات الشراء.

حصيلة الاختبار على معامل التحديد (R^2) تظهر في R Square من 0,324 على قرارات الشراء عبر الانترنت بتطبيق Shopee من نمط الحياة والسعر والثقة. ومبتقيته 67,6% من المتغيرات الأخرى ولم يكن في هذا البحث.

الكلمات المفتاحية: نمط الحياة، السعر، الثقة قرارات الشراء.