

PERSETUJUAN PEMBIMBING

PENGARUH GAYA HIDUP DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PAKAIAN DIRUMAH PERNIK KOTA GORONTALO

SKRIPSI


Oleh

**CITRAWATI FADJAR
931418166**

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji:

Pembimbing I

Pembimbing II


Andi Juanna, S.Pd., M.Sc.
NIP. 19841126 201012 1 004


Yulinda L Ismail, S.Pd., M.Si.
NIP. 19760704 200501 2 002

**Mengetahui:
Ketua Jurusan Manajemen**


Dr. Rizan Machmud, S.Kom., M.Si.
NIP 19830716 200912 1 006

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH GAYA HIDUP DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK PAKAIAN DI
RUMAH PERNIK KOTA GORONTALO

Oleh
CITRAWATI FADJAR
NIM. 931418166

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Hari/Tanggal : Senin, 30 Mei 2022
Waktu : 11:00:00

Penguji

1. TINEKE WOLOK, ST.,M.M.
NIP.197305232006042002
2. Dr. UMIN KANGO, S.Pd, M.Si
NIP.197910122005012001
3. ANDI JUANNA, S.Pd.,M.Sc
NIP.198411262010121004
4. YULINDA L ISMAIL, M.Si
NIP.197607042005012002

1.....
2.....
3.....
4.....

Mengetahui:

DEKAN FAKULTAS EKONOMI

Dr. RAFLIN HINELO, S.Pd.,M.Si(Plt)
NIP. 197306181999031001



ABSTRAK

Citrawati Fadjar. 931 418 166. 2022. “Pengaruh Gaya Hidup Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Di Rumah Pernik Kota Gorontalo”. Hasil Program Studi S1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo, Dibawah bimbingan Andi Juanna, S.Pd.,M.Sc selaku pembimbing 1 dan Yulinda L Ismail, S.Pd., M.Si selaku pembimbing 2.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1) pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk pakaian Di Rumah Pernik Kota Gorontalo. 2) pengaruh sikap konsumen terhadap keputusan pembelian produk pakaian Di Rumah Pernik Kota Gorontalo. 3) pengaruh gaya hidup dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian produk pakaian Di Rumah Pernik Kota Gorontalo. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan populasi yang tidak diketahui jumlahnya. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* yaitu sebanyak 96 orang. Uji analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa 1) gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian di tunjukkan dengan nilai t hitung $2,507 > t$ tabel $1,985$. 2) Sikap Konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian ditunjukkan dengan nilai t hitung $2,909 > t$ tabel $1,985$. Sedangkan hasil penelitian uji F menunjukkan F hitung $30,901 < F$ tabel $3,09$ dengan taraf signifikansi $0,05$. Artinya Gaya hidup dan Sikap Konsumen secara simultan mempengaruhi keputusan pembelian produk pakaian di rumah Pernik kota Gorontalo. Berdasarkan perhitungan koefisien determinasi menunjukkan R sebesar $39,9\%$ dikategori rendah, dapat disimpulkan bahwa 3) gaya hidup dan sikap konsumen secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk pakaian di rumah Pernik kota Gorontalo sedangkan $60,1\%$ dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti kualitas, produk, harga dan promosi

Kata kunci : *Gaya Hidup, Sikap Konsumen dan Keputusan pembelian.*

ABSTRACT

Citrawati Fadjar. 931 418 166. 2022. "The Influence of Consumers' Lifestyle and Attitude on Purchase Decision for Clothing Products at Rumah Pernik, Gorontalo City". Bachelor's Degree Program in Management, Department of Management, Faculty of Economics, Universitas Negeri Gorontalo. The Principal Supervisor is Andi Juanna, S.Pd., M.Sc., and the Co-supervisor is Yulinda L. Ismail, S.Pd., M.Si.

This study aims to know 1) the influence of consumers' lifestyle on purchase decision for clothing products at Rumah Pernik, Gorontalo City, 2) the influence of consumers' attitude on purchase decision for clothing products at Rumah Pernik, Gorontalo City, 3) the influence of consumers' lifestyle and attitude on purchase decision for clothing products at Rumah Pernik, Gorontalo City. The data collection technique uses questionnaire with an unknown population. The sample is 96 people taken by using accidental sampling technique. The data analysis technique employs multiple regression analysis.

The findings show that the results of the t test (partial) reveal that: 1) consumers' lifestyle has a positive and significant influence on purchase decision as indicated by the t-count (2.507) > t-table (1.985). 2) Consumers' attitude has a positive and significant influence on purchase decision, as indicated by the t-count (2,909) > t-table (1,985). The result of the F test shows that F-count (30.901) < F-table (3.09) with a significance level of 0.05. This means that consumers' lifestyles and attitudes simultaneously influence the purchase decision for clothing products at Rumah Pernik, Gorontalo City. Calculation of the coefficient of determination shows that R value is 39.9%, with low category. Thus, it can be concluded that consumers' lifestyles and attitudes simultaneously have an influence on purchase decision for clothing products at Rumah Pernik, while the 60.1% is influenced by other variables not examined in this study, such as quality, product, price, and promotion.

Keywords: Lifestyle, Attitude, and Purchase Decision

