

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Teknologi informasi dan komunikasi (TIK) kini semakin berkembang pada era sekarang dan akan terus berkembang pada tahun-tahun selanjutnya, hampir sebagian dari kehidupan manusia dikelilingi oleh beragam teknologi. Salah satu wujud dari TIK adalah dengan adanya internet. Pemanfaatan internet kini telah digunakan dengan baik, sebagian aktifitas dalam kehidupan sehari-hari disertai dengan internet, termasuk diantaranya dibidang ekonomi yang berupa pemasaran barang dan jasa.

Transaksi dalam jual beli menggunakan media internet lebih dikenal dengan istilah *E-Commerce*, *E-Commerce* merupakan kegiatan jual beli atau bisnis yang menyangkut konsumen, pelayanan jasa jual beli antara penjual dan pembeli dengan memanfaatkan jaringan internet. Internet membuat para usaha maupun pebisnis mulai mengalihkan cara promosinya dan transaksi melalui *online*.¹ Kegiatan transaksi melalui *online* banyak diminati oleh masyarakat terutama kalangan milenial, Ada beberapa faktor keunggulan *E-Commerce* dibandingkan lainnya, antara lain mudah dan praktis saat melakukannya, transaksi dalam pembayaran barang maupun jasa juga mudah hanya dengan transfer bank, *e-money*, maupun bayar di tempat (*Chas on Delivery*), selain itu banyak produk yang di tawarkan mulai dari kecantikan, elektronik, perabotan rumah tangga dan lainnya.² Beberapa

¹ Sri Maharani, Fenyn *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Dan Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Penggunaan Internet* (Surabaya: UPK, 2016). 64

² Dedy Harapan Anasari, *Prilaku Belanja Online DiIndonesia: Studi kasus*, "JRMISI"-*Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* 9, no.2 (September 26, 2018):195.

faktor yang menjadi kelemahan diantaranya masalah privasi, keamanan dan kejujuran.³

E- Commerce yang paling populer pada tahun 2023 yaitu Shopee, Toko Pedia, Lazada dan Tik tok.⁴ Penelitian ini memilih penelitian di pondok pesantren dikarenakan pondok pesantren sekitar kampus IAIN Kediri banyak yang melakukan transaksi online dikarenakan keterbatasan waktu dan juga kendaraan, maka santri sering berbelanja di *online* yang mereka gemari bahkan setiap hari kurir mengantarkan paket di setiap pagi hari maupun sore hari. Beberapa data jumlah santri pondok pesantren sekitar kampus IAIN Kediri tahun 2023, Pondok pesantren Al Amin Ngasinan berjumlah 500 yang membawa Hp, Pondok Pesantren sunan ampel berjumlah 150, pondok pesantren Qur'anah 'Arobiyya berjumlah 128, pondok pesantren Avisina berjumlah 170⁵. Berikut data untuk meneliti penggunaan *E- Commerce* di Pondok Pesantren sekitar Kampus IAIN Kediri.

Tabel 1.1
Penggunaan *E Commerce* di pondok Pesantren Sekitar Kampus IAIN Kediri

Pegguna <i>E- Commerce</i>	<i>E- Commerce</i> yang diminati			
	Lazada	Shoope	Toko Pedia	Tik Tok Shop
PP. Al Amin Ngasinan	5%	36%	13%	46%
PP. Sunan Ampel	4%	36%	12%	48%
PP. Qur'anah 'Arobiyya	0	21%	0%	79%
PP. Avissina	0%	40%	10%	50%
Jumlah				

Berdasarkan data praobservasi yang telah dilakukan peneliti data presentase dari pengguna *E-Commerce* Lazada, Shoope, Tik Tok dan juga Toko Pedia di pondok sekitar kampus yang dominan santri putra putri PP Al- Amin, PP Sunan

³Uus Rusmawan, Skripsi: *Analisis faktor Minat Beli Produk Digital Secara Online*, (Bekasi: STMIK Bina Bekasi, 2019).76

⁴ Adi Ahdiat, "E-Commerce dengan Pengunjung Terbanyak Kuartal I 2023," 3 Juni 2023, databoks.katadata.co.id pertama kali diindeks oleh Google pada July 2016.

Ampel, PP Qur'anan 'Arobiyya dan PP Avissina,⁶ dari beberapa pondok yang menggunakan Aplikasi *E-Commerce* yang terbanyak diminati pondok pesantren sekitar kampus IAIN Kediri ditahun 2023 yaitu Tik tok Shop.

Tik Tok Shop merupakan platform sebagai ranah baru atau fitur baru dari Tik Tok yang mana penggunaanya dapat melakukan transaksi *online* atau belanja online. Perbedaan dari aplikasi belanja lainnya seperti instagram, facebook, shoope, lazada, toko pedia dan lain-lain. Hampir semua jenjang anak SD, SMP, SMA, Mahasiswa, ibu rumah tangga maupun santri menggunakan aplikasi tik-tok sebagai konten cereator, hiburan semata maupun belanja, termasuk Pondok pesantren di sekitar kampus.

Fenomena penggunaan aplikasi tik tok oleh santri Pondok Pesantren sekitar Kampus IAIN Kediri merupakan suatu hal yang baru. sebuah kegemaran baru yang banyak diminati oleh santri pada akhir-akhir ini, melalui aplikasi Tik Tok santri bisa menciptakan kreativitas yang selama ini mereka pendam dan membuat mereka lebih percaya diri. Santri yang menggunakan aplikasi tik tok harus bisa menggunakannya dengan baik. dan video yang dibuat melalui aplikasi tik tok mengandung aspek-aspek positif. Penggunaan aplikasi tik tok dilakukan dengan penggunaan yang benar oleh santri agar menjadikan aplikasi tik tok bernilai positif. Sehingga kesan yang di tangkap orang lain terhadap dirinya dapat bernilai positif.

Pondok pesantren merupakan suatu lembaga keagamaan yang mengajarkan dan pengembangan untuk menyebarkan islam, hal tersebut membuat santri menjadi

⁶ Observasi di Pondok Pesantren sekitar kampus IAIN Kediri dengan mengirim kuesioner pada tanggal 25 juni 2023.

hidup mandiri bersama teman di lingkungannya.⁷ Sikap seorang santri dalam kesehariannya meliat dari teman di sekitar yang cenderung mempunyai keinginan untuk sama seperti yang lainnya, hal tersebut menyebabkan gaya hidup seorang santri terus berkembang namun dalam diri seorang santri seharusnya memikirkan hal yang menurut mereka terpenting di dahulukan, dan memilih produk dan jasa yang tepat dan baik menurut agama islam. Hal ini membuat santri berbeda penampilan dari sebelumnya dalam segi perubahan perilakunya. Ditambah dengan keinginan yang tumbuh untuk menikmati hidup. Agama Islam mengajarkan bagaimana cara menikmati hidup tidak untuk duniawi saja namun juga kehidupan selanjutnya yaitu di akhirat. Ini membuktikan bahwa yang dicari orang pada umumnya ada dua didunia, yang pertama adalah kebaikan dan yang kedua adalah kebahagiaan atau kesenangan. Dari sini dapat disimpulkan bahwa gaya hidup seorang muslim adalah ciri khas seseorang menurut ajaran Islam, kebiasaan, dan keputusan dalam aktivitas sehari-harinya saat menjalankan kehidupam sehari-harinya dalam ajaran islam.

Hasil observasi beberapa kelebihan-kelebihan tersendiri di Tik Tok shop sehingga menjadi berbeda dengan aplikasi belanja lainnya diantara lain:⁸

1. Tik Tok shop tidak mengarahkan ke situs web toko pada saat melakukan transaksi melainkan Tik Tok langsung yang menghandle. Selain itu Tik Tok shop juga memudahkan penggunanya dengan berbelanja melalui tik tok tanpa harus beralih ke aplikasi lainnya dalam penyelesaian transaksi pembelian.

⁷ Siti Arbangatus Sholihah, "*Konsep Diri Santri Putri Pengguna Aplikasi Tik Tok (Studi Fenomenologi Pada Pengguna Aplikasi Tik Tok Di Pondok Pesantren Al-Amin Ngasinan Rejomulyo Kota Kediri)*," 21 Juni 2023.

⁸ Nurul Hidayanti Dkk., "*Pengaruh Tiktoshop Sebagai Media Online Shopping Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja*" 3 (2022).

2. Tik Tok shop lebih menonjolkan fitur nya dalam *Live Streaming* atau dikenal sebagai *live* TikTok dengan menggunakan creator Tik Tok didalamnya. Sehingga pengguna dapat berbelanja atau membuat pesanan langsung melalui *live* tersebut setelah melihat review barang secara langsung.
3. Tik Tok shop banyak menawarkan tawaran-tawaran menarik yaitu seperti *flash sale*, gratis ongkir, dan kupon diskon.
4. System pembayaran pada Tik Tok shop lebih baru dan mudah serta pengiriman barang yang cepat.
5. Selain sebagai tempat bertemunya pembeli dan penjual tetapi Tik Tok shop juga menggunakan kreator TikTok, sehingga pengguna bisa berjualan sendiri atau menjualkan produk orang lain dan memasarkan produk pada aplikasi TikTok.

Tabel 1.2
Pengunaan Aplikasi Belanja Online

<i>E- Commerce Yang Diminati</i>	Jumlah Santri		
	L	P	Jumlah
Shopee	3	8	11
TokoPedia	0	0	0
Tik-Tok Shop	4	15	19
Lazada	0	0	0
Total Sampel Santri Pp Qur'an'an 'Arobiyya			30

Berdasarkan sampel data yang terkumpul 30 santri putra putri lebih memilih menggunakan Tik tok shop untuk memenuhi kebutuhan mereka, 11 santri menggunakan shopee, dan 2 diantaranya tidak sama sekali menggunakan aplikasi Tokopedia, dan Lazada.⁹

⁹ Observasi di Pondok Pesantren Qur'an'an 'Arobiyya dengan mengirim kuesioner pada tanggal 8 July 2023.

Tabel 1.3
Faktor-Faktor Mempengaruhi Perilaku Konsumen

No	Faktor Yang Mempengaruhi	Jumlah
1	Faktor Budaya	
	Budaya	3
	Sub Budaya	
	Kelas Sosial	2
2	Faktor Sosial	
	Faktor acuan	2
	Keluarga	
	Peran dan status	3
3	Faktor Pribadi	
	Umur dan Tahapan Dalam Siklus Hidup	2
	Pekerjaan	
	Kadaan Ekonomi	3
	Gaya Hidup	15
	Kepribadian dan Konsep Diri	
Jumlah Santri		30

Selesai melakukan penyebaran angket dan wawancara ke beberapa santri untuk mendapatkan data di awal, pilihan variabel terbanyak dari 30 santri Pondok Pesantren Qur'an 'Arobiyya telah ditemukan yaitu faktor gaya hidup yang sangat mempengaruhi pada perilaku konsumen dalam berbelanja online di tik-tok shop pada santri Pondok Pesantren Qur'an 'Arobiyya.

Menurut Kotler dan Keller gaya hidup adalah cara seseorang untuk menggambarkan kepribadiannya menunjukkan jati diri seseorang dalam berkomunikasi dengan seseorang, secara meluas gaya hidup diidentifikasi bagaimana cara agar seseorang hidup untuk menghabiskan waktu keseharian, menurut anggapan mereka cukup penting di lingkungannya (ketertarikan), apa yang sedang di pikirkan dirinya sendiri dan orang di sekitar mereka (lingkungan).¹⁰

Gaya hidup seseorang sangat berpengaruh pada keinginan dan perilakunya dikehidupan sehari-hari, gaya hidup juga sering menjadi acuan dasar dalam membeli suatu barang maupun yang lainnya. Sering kali minat seseorang dalam berbagi sesuatu barang dipengaruhi oleh kehidupan sehari-hari atau gaya hidupnya,

¹⁰ Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.hal 54.

seseorang yang dipengaruhi oleh gaya hidupnya sehari-hari di masa sekarang dapat memberikan dampak negatif maupun positif tergantung dari diri seseorang tersebut.¹¹ Gaya hidup juga sebagai karakter dalam diri seseorang secara tidak langsung yang membuat nilai kepercayaan pada sesuatu yang tertentu. Gaya hidup bisa diartikan dengan gabungan dan usaha suatu cara, kebiasaan, pilihan, yang memiliki hal lebih dilingkungan masyarakat sekitar terhadap pembentukan kepribadianya.

Perilaku konsumen adalah suatu proses terikat cukup erat dalam proses transaksi, konsumen beraktivitas sehari-hari dengan melakukan pembelian seperti mencari informasi, penelitian dan pengevaluasian produk yang mana akan menjadi daya Tarik suatu konsumen atau tidak membeli suatu produk. Menurut Nitisusastro bahwa ada pertimbangan disuatu proses terdapat sub-sub dalam suatu proses kebutuhan dalam pengenalan kebutuhan dan keinginan.¹² pencarian kebutuhan informasi yang relevan dengan kebutuhan, keinginan dan evaluasi dari beberapa alternative.¹³ Umumnya proses pengambilan keputusan sama saja, akan tetapi yang mendasari keputusan konsumen dalam memutuskan pembelian adalah perilaku konsumen. Oleh karenanya sangat di perlukan dalam membangun rasa senang dan rasa terksan saat mengkonsumsi produk atau jasa dan lebih memahami perilaku konsumen dalam beberapa faktor yang mempengaruhi pembelian.¹⁴

Menurut Engel perilaku konsumen adalah susuatu kegiatan yang berlangsung dalam keterkaitan keinginan, mengkonsumsi, dan meghabiskan produk

¹¹ Ervina Ritiana, *Skripsi Pengaruh Gaya Hidup Berbelanja dan Ketertarikan Fashion Terhadap Prilaku Pembelian Implusif Pakaian Distribution Store (DISTRO) di Yogyakarta*, 2016. di akses pada tanggal 27 Desember 2022.

¹² Nitisusasto Mulyadi, *Prilaku Konsumen Dalam Prespektif Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2013). 110

¹³ Darmawan Wibosomo, *Manajemen Kinerja: konsep, desain, dan teknik meningkatnya daya saing perusahaan*, (Jakarta: Erlanga, 2016).121

¹⁴ Husain Umar, *Riset Pemasaran Dan Prilaku Konsumen*, (Jakarta: Pt Graamedian Pustaka Utama, 2015).110

dan jasa, termasuk tindakan dari proses ini¹⁵. Perilaku konsumen di dalam perspektif konvensional menjelaskan bagaimana cara konsumen menggunakan dengan baik sumber daya dalam kehidupan sehari-hari agar mendapatkan barang maupun jasa yang mereka inginkan dan kepuasan hidup mereka.

Berdasarkan teori di atas maka peneliti tertarik untuk menguji lebih dalam dan ingin membuktikan kebenaran teori, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul penelitian tentang “PENGARUH GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMEN SANTRI DI TIK-TOK SHOP PONDOK PESANTREN QUR’ANAN ‘AROBIIYYA” KEDIRI”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang sudah di uraikan, maka peneliti dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gaya hidup santri Pondok Pesantren Qur’anan ‘Arobiyy di tik-tok shop?
2. Bagaimana perilaku konsumen santri Pondok Pesantren Qur’anan ‘Arobiyy di tik-tok shop?
3. Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumen santri Pondok Pesantren Qur’anan ‘Arobiyy di tik-tok shop ?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan penelitian yang telah ditemukan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui gaya hidup santri Pondok Pesantren Qur’anan ‘Arobiyy di tik-tok shop?

¹⁵Engel, F. James, Roger, dan Miniard W. Paul. 2013. *Prilaku Konsumen*, Ahli Bahasa Budiyanoto. Binarupa Aksara, Jilid 1, Jakarta.

2. Untuk mengetahui perilaku konsumen santri Pondok Pesantren Qur'anan 'Arobiyy di tik-tok shop?
3. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumen santri Pondok Pesantren Qur'anan 'Arobiyy di tik-tok shop ?

D. Kegunaan Penelitian

Keunggulan penelitian ini adalah:

1) Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk mengembangkan ilmu bagi peneliti selanjutnya dan semoga dapat bermanfaat untuk referensi akademik dan untuk pengembangan ilmu pengetahuan tentang pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumen santri Pondok Pesantren Qur'anan 'Arobiyya Kediri.

2) Bagi Santri

Hasil dari penelitian ini peneliti berharap dapat berguna sebagai acuan sikap perilaku konsumen dalam berbelanja di kalangan *online* shop, dan untuk menerapkan ilmu dan pengalaman yang telah didapatkan.

3) Bagi Peneliti

Hasil dari penelitian diharapkan dapat memahami akan pentingnya perilaku konsumen, terhadap belanja *online* untuk di terapkan di masyarakat maupun lainnya.

4) Bagi lainnya/ Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna membantu masyarakat dalam berbelanja online dan menjadi acuan bahan kajian pustaka bagi yang

membaca maupun pihak lainya seperti masyarakat yang belum mengetahui tentang gaya hidup dan perilaku konsumen.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah tanggapan asumsi/ dugaan sementara terhadap rumusan masalah dalam penelitian, rumusan masalah penelitian disajikan dalam bentuk pertanyaan yang disebut proposisi tentatif.¹⁶ di atas, hipotesis dari penelitian ini yaitu:

1. H_0 : Tidak terdapat pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumen santri Pondok Pesantren Qur'anan 'Arobiyya.

H_a : Terdapat pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumen santri Pondok Pesantren Qur'anan 'Arobiyya.

F. Telaah Pustaka

Berikut telaah pustaka yang digunakan penulis:

1. "Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Imitasi Oleh Masyarakat Di Kota Banjarmasin, Tahun 2016", di teliti oleh Intan Nia Putri. Penelitian tersebut bertujuan untuk meneliti terhadap bagaimana pengaruh gaya hidup, didalam kehidupan yang hendonis yang terdiri dari segala aktivitas sehari-hari, keinginan dalam membeli dan hal-hal yang tidak pasti terhadap keputusan konsumen dalam membeli perhiasan imitasi oleh masyarakat di Kota Banjarmasin. Peneliti juga menjelaskan akankah pembelian perhiasan imitasi oleh masyarakat Kota Banjarmasin yang tepat dengan ajaran-ajaran islam ataupun sebaliknya. Penguji menunjukkan bahwasanya variabel gaya

¹⁶ Ratna Wijayanti Daniar Paramita, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Lumajang: Widya Gama Press, 2021), 53.

hidup dapat berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Ada beberapa data koefisien regresi yang menyatakan dimana variabel gaya hidup berpengaruh sebesar 71,7% terhadap keputusan pembelian. Bahwasanya variabel perilaku konsumen di masyarakat Kota Banjarmasin dalam transaksi jual beli perhiasan imitasi belum tepat dengan ajaran-ajaran islam.¹⁷

2. “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna Terhadap Dompot Digital Go-Pay Pada Mahasiswa Insitut Agama Islam Negeri Kediri Institut Ekonomi Islam Negeri Islam angkatan 2019 tahun (2021)” Penelitian ini dilakukan oleh Nurdianto Gutomo. Tujuan dari penelitian tersebut yaitu untuk mengetahui bagaimana pengaruh pada kualitas produk kepuasan pelanggan di dompet digital Go-pay pada mahasiswa prodi ekonomi syariah angkatan 2019 IAIN Kediri Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan dompet digital Go-pay. Jumlah sampel terbanyak adalah 50 orang reponden yang digunakan peneliti, peneliti juga menggunakan teknik purposive Sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bawasanya kualitas terhadap produk elektronik sangat berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan dalam kereteria mangatnyaa tidak cukup berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.¹⁸

¹⁷Intan Nia Putri, Skripsi: *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Imitasi Oleh Masyarakat Di Kota Banjarmasin*, (Banjarmasin: UIN Antasari Banjarmasin, 2016), 64.

¹⁸ Nurdianto Gutomo, Skripsi: *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna Terhadap Dompot Digital Go-Pay Pada Mahasiswa IAIN Kediri angkatan 2019*, (Kediri: IAIN Kediri, 2022), 11.

3. “Pengaruh persepsi, Konsep Diri, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian pada perhiasan di Toko Emas Pulau Indah”, peneliti Ria Ulviani. didalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data primer yang berupa penyebaran angket terhadap 86 mahasiswa, penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif dan menggunakan korelasi person product moment, koefisien determinasi, regresi linear berganda dan untuk menguji hipotesis menggunakan uji t dan uji f, dilakukan bahwa secara persial persepsi, konsep diri dan gaya hidup berpengaruh positif dan penelitian ini menunjukkan bahwasanya presepsi konsep diri, gaya hidup secara keseluruhan berpengaruh pada keputusan pembelian. Besarnya kontribusi diatas sebesar 52,6% sedangkan sisanya sebesar 47, 4% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti.¹⁹
4. “Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam) Institut Agama Islam Negeri Bengkulu” peneliti Bagus Saputra. didalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kuantitatif dengan cara pengumpulan data primer yang berupa penyebaran angket kepada 86 mahasiswa, dari penelitian tersebut cukup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumen, dengan menggunakan uji t, dibuktikan dengan nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $2.585 > 1.988$, berpengaruh berdasarkan besar analisis regresi linier sederhana Y (Perilaku Konsumen) dan X (Gaya Hidup) variabel gaya hidup dalam penelitian ini ada perubahan peningkatan jadi variabel perilaku

¹⁹ Rifa Ulviani, “Pengaruh persepsi, Konsep Diri, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian pada perhiasan di Toko Emas Pulau Indah,” *STIE PASIM Sukabumi*, 2021.

konsumen *over load* yang sangat besar 0, 790. Hal ini dapat memperkuat alasan yang mana gaya hidup ada pada diri sendiri yang bersangkutan langsung pada perilaku atau aktifitas sehari-harinya.²⁰

5. “Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Indomaret Kota Bangko Tahun 2018 (Studi Kasus Konsumen Indomaret Kelurahan Dusun Bangko)”²¹ penelitian ini di teliti oleh Muhammad Rizqi pada tahun 2018. Tujuan dari penelitian tersebut agar dapat mengetahui dan menganalisa apa Sikap Konsumen berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Pada Indomaret Kota Bangko. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis regresi sederhana, menggunakan aplikasi IBM SPSS Versi 21, pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan angket kepada responden sebanyak 153 orang responden, konsumen yang sering berbelanja pada indomaret. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap konsumen mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada indomaret kota bangko, hal ini dibuktikan dengan kofesien regresi 0,888 dengan determinan kofesien Rsquer 0,828. Saran terhadap indomaret, harus meningkatkan pelayan dan varian produk yang tawarkan kepada konsumen yang ingin melakukan keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan uji regresi Linier Berganda, Uji

²⁰ Bagus Saputra, Skripsi: *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*, (Bengkulu: IAIN Bengkulu, 2019), 52.

²¹ Muhamad Rizqi, “*Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Indomaret Kota Bangko Tahun 2018 (Studi Kasus Konsumen Indomaret Kelurahan Dusun Bangko).*,” t.t.

Hipotesis (Uji t), pengelolaan data pada penelitian menggunakan program software SPSS versi 25.00.²²

²²Muhamad Rizqi, Skripsi: *Pengaruh Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian pada Indomaret Kota*, (Bangko: STIKIP Bangko, 2018), 26.