

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kelas Sosial, Gaya Hidup, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko *Fashion* Maheswari Kesamben Blitar” ini ditulis oleh Rizma Mubarakatul Husna, 17402153179, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, dibimbing oleh Dr. Syafrudin Arif Marah Manunggal, M.S.I.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh adanya persaingan di dunia bisnis yang meluas dan mengikuti perkembangan zaman. Dengan adanya persaingan antar toko atau usaha, melahirkan beberapa manajemen dalam penjualan produk tertentu. Toko *Fashion* Maheswari, Kesamben, Blitar, merupakan toko yang memiliki kenaikan pendapatan yang konsisten meningkat per tahunnya. Kiranya penelitian terhadap faktor penentu keputusan pembelian konsumen Toko Maheswari dapat dijadikan pedoman untuk manajemen usaha yang lain.

Adapun tujuan penelitian skripsi ini adalah: (1) Untuk menguji pengaruh kelas sosial terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko *Fashion* Maheswari. (2) Untuk menguji pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko *Fashion* Maheswari. (3) Untuk menguji pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko *Fashion* Maheswari. (4) Untuk menguji pengaruh kelas sosial, gaya hidup, dan kepercayaan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko *Fashion* Maheswari.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif jenis asosiatif. Sementara metode analisis menggunakan uji normalitas data, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji hipotesis dan analisis koefisien determinasi. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari konsumen di Toko *Fashion* Maheswari dengan metode angket dengan jumlah sampel 89 responden.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial (1) Kelas sosial memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko *Fashion* Maheswari; (2) Gaya hidup memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko *Fashion* Maheswari; (3) Kepercayaan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko *Fashion* Maheswari; (4) Secara bersama-sama kelas sosial, gaya hidup dan kepercayaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko *Fashion* Maheswari.

Kata kunci: Kelas Sosial, Gaya Hidup, Kepercayaan, dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Thesis titled "Influence of Social Class, Lifestyle, and Faith Against Consumer Purchase Decisions at Shop Fashion Maheswari Kesamben Blitar" was written by Rizma Mubarakatul Husna, 17402153179, Faculty of Economics and Business Islam, Department of Islamic Economics, Islamic Institute Tulungagung, guided by Dr. Syafrudin Arif Marah Manunggal, M.S.I.

This research backgrounded by the competition in the business world that extends and keep abreast of the times. The competition between stores or businesses, gave birth to some management in the sale of certain products. Maheswari Fashion Shop, Kesamben, Blitar, is a store that has a consistent increase in income annually. May research on the determinants of consumer purchasing decisions at Maheswari Stores can be used as a guide for other business management.

The research purposes are: (1) To verify the effect of social class on consumer purchasing decisions at the Maheswari Fashion Shop. (2) To verify the influence of lifestyle on consumer purchasing decisions at the Maheswari Fashion Shop. (3) To verify the effect of trust on consumer purchasing decisions at the Maheswari Fashion Shop. (4) To verify the effect of social class, lifestyle, and trust together on consumer purchasing decisions at the Maheswari Fashion Shop.

This research uses an associative quantitative approach. While the analysis method uses data normality test, classic assumption test, multiple linear regression test, hypothesis test and coefficient of determination analysis. The data used are primary data obtained from consumers in the Maheswari Fashion Shop with a questionnaire method with a sample of 89 respondents.

The results of this study indicate that partially (1) Social class has a positive and significant influence on consumer purchasing decisions at the Maheswari Fashion Store; (2) Lifestyle has a positive and significant influence on consumer purchasing decisions at the Maheswari Fashion Shop; (3) Trust has a positive and significant influence on consumer purchasing decisions at the Maheswari Fashion Shop; (4) Together social class, lifestyle and trust have a significant influence on consumer purchasing decisions at the Maheswari Fashion Shop.

Keywords: Social Class, Lifestyle, Trust, and Purchasing Decisions.