

ABSTRAK

Skripsi dengan judul : “Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Gaya Hidup, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda (Studi Kasus Di Toko Yasir)” ini ditulis oleh Asnely Sa’adah, 12402173018, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, Pembimbing Dr.Hj. Nur Aini Latifah, S.E., M.M.

Penelitian dalam skripsi ini dilatarbelakangi oleh adanya faktor budaya, faktor sosial, gaya hidup, dan kepercayaan memiliki arti yang sangat penting dalam keputusan pembelian.apabila faktor budaya, faktor sosial, gaya hidup dan kepercayaan dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli sepeda, maka konsumen cenderung melakukan pembelian ulang, begitupun sebaliknya.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: 1) Apakah faktor budaya berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda pada Toko Yasir?, 2) Apakah faktor sosial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda pada Toko Yasir), 3) Apakah gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda pada Toko Yasir?, 4) Apakah kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda di Toko Yasir?, 5) Apakah faktor budaya, faktor sosial, gaya hidup, dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda pada Toko Sepeda Yasir?.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen Toko Sepeda Yasir yang sudah pernah membeli sepeda di Toko tersebut sejumlah 100 orang. Objek dalam penelitian ini ialah faktor budaya, faktor sosial, gaya hidup, kepercayaan dan keputusan pembelian sepeda di Toko Yasir. Pada penelitian ini, menggunakan metode analisis uji normalitas data, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji multikolineritas, uji heteroskedasitas, kemudian uji regresi linier berganda, uji hipotesis dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian dengan alat bantu SPSS versi 21.0 menggunakan analisis regresi linier berganda. Dapat disimpulkan bahwa, 1) Variabel budaya berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda di Toko Yasir, 2) Variabel sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda di Toko Yasir. 3) Variabel gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda di Toko Yasir. 4) Kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda di Toko Yasir. 5) Faktor budaya, faktor sosial, gaya hidup dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian sepeda di Toko Yasir.

Kata Kunci: Budaya, Sosial, Gaya Hidup, Kepercayaan, Keputusan Pembelian, Sepeda

ABSTRACT

Thesis the title “The Effect of Cultur, Social, lifestyle, and Trust on Purchasing Decisions of bicycles at Yasir Store” was written by Asnely Sa’adah, 12402173018, Faculty of Islamic Economics and Bussines, Departement of Islamic Economics, Islamic Religious Institute Negeri Tulungagung, Supervisor Dr.Hj.Nur Aini Latifah, SE., M.M

The research in this thesis is motivated by the existence of culture, social, life style, and trust having a very important meaning in purchasing decisions. If the culture, social, life style, and trust can influence consumer decisions in buying bicycles, consumer tend to re-purchase, and vice versa.

The formulation of the problem of this research are: 1) Does culture significant influence on purchasing decisions of bycycle at Yasir Store?, 2) Does social significant influence on purchasing decisions of bicycle at Yasir Store? 3) What is the lifestyle significant influence on the purchasing decision of bicycle at Yasir Store), 4) Does the trust significant influence the purchasing decisions of bycycle at Yasir Store?, 5) Is culture, social, lifestyle, and trust simultaneously influence the purchasing decision of bicycle at Yasir Store?.

This study uses a quantitative approach to the type of associative research. The subject in this study were consumers at Yasir Store who has bought a bicycle in this store with 100 people. In this study using the data normality test analysis method, the classic assumption test consisting of multicollinearity test, heteroskedacity test, and autocorrelation test, then multiple linear regression test, hypothesis test, and coefficient of determination.

The results of the study with SPSS version 21.0 using multiple linear regression analysis can be concluded that, 1) Culture variable significant influence the purchasing decisions of bicyle at Yasir Store, 2) Social variable significant influence on purchasing decisions of bicycle at Yasir Store, 3) Lifestyle variable significant influence on the purchasing decision of bicycle at Yasir Store), 4) The trust significant influence the purchasing decisions of bycycle at Yasir Store, 5) The variables of culture, social, lifestyle, and trust simultaneously influence the purchasing decision of bicycle at Yasir Store?

Keyboard: Cultur, Social, Lifestyle, Trust, Purchasing Decisions, Bicyle