

MOTTO

إِنَّمَا يُوفَّى الصَّابِرُونَ أَجْرَهُمْ بِغَيْرِ حِسَابٍ

“Sesungguhnya hanya orang-orang yang bersabarlah yang dicukupkan pahala mereka tanpa batas.”

(QS. Az-Zumar:10).¹

¹ Departemen Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. (Bandung: Nur Alam Semesta, 2013)

PERSEMBAHAN

*Skripsi ini aku persembahkan untuk Ayah, Ibu, dan Kakak
Serta untuk kedua Adikku. Terimakasih atas limpahan doa dan kasih sayang yang
tak terhingga dan selalu memberikan yang terbaik untukku.*

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya kepada kita semua. Sholawat serta salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW dan semoga kita selalu mendapatkan syafaatnya baik di dunia maupun di ahirat. Alhamdulillah dengan rahmat dan hidayahnya penulis berhasil menyelesaikan laporan penelitian skripsi yang berjudul: “Faktor-Faktor Kemampuan Daya Beli dan Gaya hidup yang dipertimbangkan Konsumen dalam Keputusan Pembelian *Handphone* OPPO di Mall Malang Town Square Kota Malang”. Sehubungan dengan terselesaikannya penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa penusunan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan mereka yang telah meluangkan waktu, memberikan bimbingan serta doanya. Oleh karena itu, dengan segenap hati penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Maftukin, M.Ag. selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Tulungagung
2. Bapak Dr. H. Dede Nurohman, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
3. Bapak Muhammad Aswad, M.A. selaku ketua jurusan Ekonomi Syariah
4. Ibu Sri Eka Astutingsih, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan pengarahan sehingga terselesaikannya skripsi ini.
5. Segenap Bapak/Ibu dosen FEBI IAIN Tulungagung yang telah membimbing dan memberikan wawasannya sehingga studi ini dapat terselesaikan.

6. Bapak Bobin Febriawan selaku pimpinan Sentral Group OPPO Store Malang Town Square yang telah memberikan izin melaksanakan penelitian.
7. Bapak Alfin selaku kepala toko OPPO Store Malang Town Square yang telah yang telah membantu peneliti dalam mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan.
8. Para promotor OPPO Store Malang Town Square yang telah membantu peneliti dalam mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan.
9. Ayah dan Ibu yang telah memberikan cinta, doa, serta dukungan baik moril maupun materil demi terselesaikanya skripsi ini.
10. Semua teman-teman Ekonomi Syraiah khususnya ES H yang senantiasa menemani setiap langkah perjuanganku dalam menimba ilmu di bangku kuliah.
11. Semua pihak yang telah membantu terselesaikanya penulisan laporan penelitian skripsi ini.

Dengan penuh harap semoga jasa kebaikan mereka diterima Allah SWT dan dicatat sebagai amal yang shalih. Akhirnya karya ini penulis suguhkan kepada segenap pembaca dengan harapan adanya kritik dan saran dan ahirnya dapat membuahkkan ilmu yang bermanfaat *masalah fiidinni wa dunya wal akhirah*.

Tulungagung, 14 Juli 2018

Zunita Duwi Cahyani Rwana
NIM. 1742143317

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Lampiran	xv
Abstrak Indonesia.....	xvi
Abstrak Inggris.....	xvii

BAB I: PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	10
C. Rumusan Masalah	11
D. Tujuan Penelitian.....	11
E. Kegunaan Penelitian.....	12
F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Masalah.....	12
G. Penegasan Istilah	13
1. Definisi Konseptual.....	13
2. Definisi Operasional.....	14
H. Sistematika Penulisan Skripsi	14

BAB II: KAJIAN PUSTAKA

A. Perilaku Konsumen	16
B. Kemampuan Daya Beli	18
1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kemampuan Daya Beli.....	20
2. Pengukuran Daya Beli Masyarakat	24
C. Gaya Hidup	24
1. Pengukuran Gaya Hidup	24
2. Pengukuran Gaya Hidup	26
3. Komponen AIO (<i>Actifity, Interest, Opini</i>)	27
D. Konsumen	31
E. Keputusan Pembelian.....	33
A. Pengertian Keputusan Pembelian.....	33
B. Model Tingkah Laku Konsumen dalam Keputusan Pembelian....	34
C. Tahap-Tahap dalam Proses Keputusan Pembelian	36
Kajian Penelitian Terdahulu.....	43
F. Kerangka Konseptual	50

BAB III: METODE PENELITIAN

A.	Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	52
B.	Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian.....	53
C.	Sumber Data, Variabel, dan Skala Pengukuran	55
D.	Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian.....	59
E.	Analisis Data	62
	1. Uji Validitas	63
	2. Uji Reliabilitas	64
	3. Uji Normalitas Multivariat.....	66
F.	Analisis Faktor	67

BAB IV: HASIL PENELITIAN

A.	Deskripsi Objek Penelitian.....	73
	1. Sejarah OPPO.....	73
	2. Gambaran Umum OPPO Store Malang Town Square.....	74
	3. Struktur Organisasi OPPO Store Malang Town Square.....	75
	4. Visi dan Misi OPPO	75
	5. Letak Geografis	76
B.	Karakteristik Responden	77
	1. Jenis Kelamin	77
	2. Usia	78
	3. Pendidikan Terakhir	79
	4. Pekerjaan	80
	5. Pendapatan Perbulan	81
C.	Pengujian Hipotesis.....	82
	1. Analisis Uji Validitas	82
	2. Uji Reabilitas.....	84
	3. Uji Normalitas Multivariat.....	86
D.	Analisis Deskriptif	87
	1. Faktor-Faktor Kemampuan Daya Beli	88
	2. Faktor-Faktor Gaya Hidup	93
E.	Analisis Faktor.....	97
	1. Faktor-Faktor Kemampuan Daya Beli	97
	2. Faktor-Faktor Gaya Hidup	104

BAB V: PEMBAHASAN

A.	Faktor Faktor Kemampuan Daya Beli yang di pertimbangkan Konsumen dalam Keputusan Pembelian Hanphone OPPO di MallMalang Town Square KotaMalang	112
	1. Faktor Pendapatan.....	112
	2. Faktor Harga	116
B.	Faktor-Faktor Kemampuan Daya Beli dan Gaya Hidup yang Paling di pertimbangkan Konsumen dalam Keputusan Pembelian Hanphone OPPO di MallMalang Town Square KotaMalang	120
	1. Faktor Aktifitas	120

2. Faktor Opini	123
C. Faktor-Faktor Kemampuan Daya Beli dan Gaya Hidup yang Paling di pertimbangkan Konsumen dalam Keputusan Pembelian Hanphone OPPO di MallMalang Town Square KotaMalang.....	126

BAB VI: PENUTUP

A. Kesimpulan	128
B. Saran.....	129

DAFTAR RUJUKAN

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Jumlah Penjualan <i>Smartphone</i> di Indonesia Tahun 2016.....	4
Tabel 2.1	Dimensi Gaya Hidup	30
Tabel 3.3	Peoman Nilai Jawaban Angket	63
Tabel 3.4	Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	66
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	81
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	82
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	83
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	84
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	85
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	84
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	85
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Kemampuan Daya Beli.....	87
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup.....	88
Tabel 4.8	Hasil Uji Reabilitas Variabel Kemampuan Daya Beli	87
Tabel 4.9	Hasil Uji Reabilitas Variabel Gaya Hidup	88
Tabel 4.10	Hasil Uji Normalitas Multivariat Data Responden dengan <i>Correlations</i>	91
Tabel 4.11	Deskripsi Variabel Harga Barang itu Sendiri.....	92
Tabel 4.12	Deskripsi Variabel Harga Barang Lain Yang Terkait.....	92
Tabel 4.13	Deskripsi Variabel Tingkat Pendapatan Per Kapita	93
Tabel 4.14	Deskripsi Variabel Selera atau Kebiasaan	94
Tabel 4.15	Deskripsi Variabel Jumlah Penduduk	94
Tabel 4.16	Deskripsi Variabel Perkiraan Harga di Masa Mendatang.....	95
Tabel 4.17	Deskripsi Variabel Distribusi Pendapatan.....	96
Tabel 4.18	Deskripsi Variabel Usaha-USaha Produsen Meningkatkan Penjualan	96
Tabel 4.19	Deskripsi Aktifitas Pekerjaan Sehari-Hari	97
Tabel 4.20	Deskripsi Variabel Aktifitas Sosial	98
Tabel 4.21	Deskripsi Variabel Minat Terhadap <i>Handphone</i>	98
Tabel 4.22	Deskripsi Variabel Minat Membeli <i>Handphone</i>	99
Tabel 4.23	Deskripsi Variabel Opini Perkembangan <i>Handphone</i>	99
Tabel 4.24	Deskripsi Variabel Opini <i>Handphone</i> Menaikkan Gengsi	100
Tabel 4.25	Hasil Pengujian KMO and <i>Barlett's of Sphericity</i>	102
Tabel 4.26	Nilai MSA Variabel Penelitian	103
Tabel 4.27	Hasil Pengujian <i>Communnalities</i>	103
Tabel 4.28	Hasil Pengujian <i>Total Variance Explained</i>	105
Tabel 4.29	<i>Component Matrix</i>	106
Tabel 4.30	<i>Rotated Component Matrix</i>	106
Tabel 4.31	Hasil Pengelompokan Variabel ke dalam Faktor	107
Tabel 4.32	Hasil Pengujian KMO and <i>Barlett's of Sphericity</i>	109
Tabel 4.33	Nilai MSA Variabel Penelitian	110
Tabel 4.34	Hasil Pengujian <i>Communnalities</i>	110
Tabel 4.35	Hasil Pengujian <i>Total Variance Explained</i>	112
Tabel 4.36	<i>Component Matrix</i>	113

Tabel 4.37 <i>Rotated Component Matrix</i>	113
Tabel 4.38 Hasil Pengelompokan Variabel ke dalam Faktor	114

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	54
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	79
Gambar 4.2 Letak OPPO Store Malang Town Square	81
Gambar 4.3 Hasil Uji Multivariat Data Responden dengan <i>Scaptter-plot</i>	90

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 2 : Pedoman Kuesioner
- Lampiran 3 : Hasil Analisis Validitas Data
- Lampiran 4 : Hasil Analisis Reabilitas Data
- Lampiran 5 : Hasil Analisis Normalitas Multivariat
- Lampiran 6 : Hasil Analisis Faktor
- Lampiran 7 : Tabulasi Data
- Lampiran 8 : Surat Izin Penelitian
- Lampiran 9 : Kartu Kendali Bimbingan Skripsi
- Lampiran 10 : Surat Pernyataan Keaslian Tulisan
- Lampiran 11 : Daftar Riwayat Hidup