

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN KELAS SOSIAL TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN *SMARTPHONE* ADVAN  
PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS  
EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH TANGERANG**

**Hendi Eka Sumarga, S.Pd., MM**

**Sofyanti Ayu Lestari**

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Tangerang

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh gaya hidup dan kelas sosial terhadap keputusan pembelian konsumen Smartphone Advan Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Tangerang. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif.

Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Tangerang sebanyak 3122 Mahasiswa. Sampel ditentukan dengan metode incidental sampling dan memperoleh 97 responden sebagai sampel. Metode analisis yang digunakan adalah model regresi linier berganda dengan menggunakan software SPSS versi 21.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel Gaya Hidup (X1) berpengaruh secara positif terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hal ini ditunjukkan dengan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yakni  $9,086 > 1,985$ , dan Kelas Sosial (X2) berpengaruh secara positif terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hal ini ditunjukkan dengan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yakni  $7,654 > 1,985$  dan nilai signifikan regresi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,050. Dan secara simultan variabel Gaya Hidup (X1) dan Kelas Sosial (X2) berpengaruh secara positif terhadap Keputusan Pembelian (Y) yakni  $F_{hitung} > F_{tabel}$  sebesar  $55,016 > 3,09$ . Dengan nilai persamaan regresi berganda  $Y = 14,208 + 0,908 X1 + 0,834 X2$  dengan koefisien determinasi sebesar 52,9% yang sisanya dipengaruhi oleh faktor yang tidak diteliti.

Kata kunci : *Gaya Hidup, Kelas Sosial, Keputusan Pembelian*

**PENDAHULUAN**

**Latar Belakang**

Di era globalisasi seperti saat ini istilah teknologi tidaklah asing dan sangat erat dalam kehidupan setiap harinya. Perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi pada saat ini semakin mengalami kemajuan dan

kompleksitas dalam kebutuhan berkomunikasi antar individu di berbagai lapisan masyarakat mulai dari kalangan atas, menengah hingga kalangan bawah. Kemudahan dan kehandalan komunikasi yang tercipta saat ini memberikan motivasi setiap masyarakat untuk dapat berinteraksi secara sistematis, cepat, mudah dan

murah serta terhubung dimana dan kapan saja mereka inginkan.

Keputusan pembelian merupakan suatu konsep dalam perilaku pembelian dimana konsumen memutuskan untuk bertindak atau melakukan sesuatu dan dalam hal ini melakukan pembelian ataupun memanfaatkan produk dan jasa tertentu.

Saat proses pengambilan keputusan pembelian, konsumen memiliki beberapa pilihan pembelian dan memiliki kewajiban untuk membayar sehingga dapat menggunakan barang atau jasa yang dibayar.

Berdasarkan data ([www.kominfo.com](http://www.kominfo.com)) Pengguna *smartphone* Indonesia tumbuh dengan ketat. Jumlah penduduk Indonesia yang mencapai 250 juta jiwa adalah pasar yang besar. Lembaga riset digital marketing Emarketer memperkirakan pada 2018 jumlah pengguna aktif *smartphone* di Indonesia lebih dari 100 juta orang. Dengan jumlah sebesar itu, Indonesia akan menjadi Negara dengan pengguna aktif *smartphone* terbesar keempat di dunia setelah Cina, India, dan Amerika.

Berdasarkan penulis wawancara, salah satu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Tangerang. Gaya hidup mahasiswa yang muncul tercemar dari berbagai macam merek *smartphone* dan harga yang bervariasi. Artinya mahasiswa menunjukkan gaya hidup dan selera *smartphone* yang berbeda serta mengikuti trend masa kini agar tidak ketinggalan mode dari teman-teman yang lain. Namun sayangnya produk *smartphone* Advan yang merupakan produk *smartphone* lokal kurang begitu di minati oleh salah satu mahasiswa karena menurut pengalaman mahasiswa yang pernah memakai produk *Smartphone* Advan. Kualitas produknya kurang baik sehingga cepat terjadi kerusakan pada *smartphone* Advan

.contohnya terjadi kerusakan pada layar dan speaker *smartphone* Advan yang belum lama pemakaiannya. Sehingga mahasiswa tersebut tidak tertarik lagi untuk membeli produk lokal yaitu *smartphone* Advan dan beralih produk ke *smartphone* luar negeri yang dianggap produk *smartphone* luar negeri lebih unggul kualitas produknya dibanding produk *smartphone* dalam negeri.

Hal ini berdampak pada penurunannya penjualan *smartphone* merek Advan. Berdasarkan data ([www.seluler.id](http://www.seluler.id)) data penjualan *smartphone* periode 2017-2018 sebagai berikut:

**Tabel 1**  
**Data penjualan *smartphone* 2017-2018**



Source: IDC 2018

Ada lima *smartphone* yang sangat bersaing pada tahun 2018, dikutip dari ([www.seluler.id](http://www.seluler.id) diakses 09 September 2018). Lembaga riset IDC menulis laporan pasar *smartphone* di Indonesia pada kuartal II 2018. Samsung berada di urutan teratas dengan pangsa pasar sebesar 27 persen. Di bawah Samsung menyusul Xiomi dengan meraih peningkatan pangsa pasar sebesar 25 persen dari tahun 2017 sebesar 3 persen. Oppo meraih pangsa pasar 18 persen, menyusul Vivo dengan pangsa pasar 9 persen. Advan masih menjadi brand *smartphone* satu-satunya yang masuk di lima besar. Perusahaan ini menduduki posisi kelima dengan persentase angka 6 persen. Sayangnya, pencapaian ini bukan yang terbaik di periode yang sama tahun lalu, Advan

mampu mencapai pangsa pasar 9 persen.

### **Rumusan Masalah**

Dari batasan masalah di atas penulis dapat merumuskan pemasalahannya sebagai berikut:

1. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen *Smartphone* Advan pada Mahasiswa Program Study Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Tangerang?
2. Apakah kelas sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen *Smartphone* Advan pada Mahasiswa Program Study Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Tangerang?
3. Apakah gaya hidup dan kelas sosial secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen *Smartphone* Advan pada Mahasiswa Program Study Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Tangerang?

### **Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah.

1. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen *Smartphone* Advan pada Mahasiswa Program Study Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Tangerang.
2. Untuk mengetahui pengaruh kelas sosial terhadap keputusan pembelian konsumen *Smartphone* Advan pada Mahasiswa Program Study Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Tangerang.

3. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup dan kelas sosial secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen *Smartphone* Advan pada Mahasiswa Program Study Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Tangerang.

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **Gaya Hidup**

Menurut Dr. Sudaryono (2014:152), mendefinisikan gaya hidup merupakan pola hidup yang menentukan bagaimana seseorang memilih untuk menggunakan waktu, uang dan energi dan merefleksikan nilai-nilai, rasa, dan kesukaan.

Menurut Minor dan Mowen dalam Sumarwan (2014:45) Gaya hidup adalah mencerminkan pola konsumsi yang menggambarkan pilihan seseorang bagaimana ia menggunakan waktu dan uang.

Menurut Suwarman (2014:45) Gaya hidup sering kali digambarkan dengan kegiatan, minat, dan opini dari seseorang. Gaya hidup seseorang biasanya tidak permanen dan cepat berubah. Seseorang mungkin dapat cepat mengganti modal dan merek pakaiannya karena menyesuaikan dengan perubahan hidupnya.

Adapun indikator gaya hidup menurut Ujang Sumarwan (2014:47) sebagai berikut :

1. Belanja  
Salah satu kegiatan “membeli” di toko atau retail yang dilakukan oleh manusia dalam memenuhi kebutuhan mereka.
2. Keluarga  
Beberapa orang yang berkumpul dan tinggal di suatu tempat di bawah

suatu atop dalam keadaan saling ketergantungan.

3. Diri sendiri

Pandangan seseorang tentang dirinya sendiri yang menyangkut apa yang ia ketahui dan rasakan tentang perilakunya.

4. Isu sosial

Sesuatu yang terdapat pada diri kita sendiri yang terkadang membuat kita berbuat sesuatu yang tidak ingin kita lakukan, kita melakukannya hanya untuk mendapatkan pengakuan, atau sebaliknya, membuat kita tidak melakukan sesuatu karena dianggap bisa menurunkan gengsi.

### **Kelas Sosial**

Menurut Sudaryono (2014:110) Kelas sosial adalah kelas sosial yang memiliki tingkatan-tingkatan dari yang paling rendah sampai yang paling tinggi. Orang yang dari kelas tertentu menganggap orang dari kelas sosial lain memiliki status yang lebih tinggi atau lebih rendah darinya. Kelas sosial adalah sesuatu yang multidimensional, dan tidak dapat diidentifikasi hanya dengan pendapatan.

Menurut Ujang Samarwan (2014:264) Kelas sosial adalah bentuk lain dari pengelompokan masyarakat ke dalam kelas atau kelompok yang berbeda. Kelas sosial akan mempengaruhi jenis produk, jenis jasa, dan merek yang dikonsumsi konsumen. kelas sosial juga mempengaruhi pemilihan toko, tempat pendidikan, dan tempat berlibur dari seorang konsumen.

Menurut Usman Effendi dan Alwin R. Batubara (2016:71) Kelas sosial adalah istilah yang biasanya identic dengan kelas sosial-ekonomi, didefinisikan sebagai orang yang memiliki status sosial, ekonomi, atau pendidikan yang sama.

Kelas sosial atau golongan sosial memiliki tafsiran namun lebih cenderung kepada pembagian kelas berdasarkan tingkatan ekonomi. Menurut Kotler dalam Ahrul Ainul Yakin (2016:02) indikator kelas sosial sebagai berikut :

1. Kekayaan

Untuk memahami peran uang dalam menentukan kelas sosial. Kita harus menyadari bahwa pada dasarnya kelas sosial merupakan cara hidup.

2. Pekerjaan

Suatu pekerjaan di jadikan indikator penentu kelas sosial adalah karena suatu pekerjaan memiliki tingkah kehormatan di mata masyarakat yang bisa berkaitan dengan gaya hidup seseorang. Semakin baik jenis pekerjaan yang dimiliki, maka semakin tinggi pula tingkat pendapatannya.

3. Pendidikan

Pendidikan menjadi indikator penentu kelas sosial, karena semakin tinggi pendidikan yang diambil oleh seseorang, maka semakin tinggi pula pendapatan yang akan diraihnya.

### **Keputusan Pembelian**

Menurut Buchari Alma (2018:96) menyatakan bahwa “Keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonommi keuangan, teknologi, politik budaya, produk, harga lokasi, promosi, *physical evidence*, *people* dan *process*. Sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengeolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respon yang muncul produk apa yang akan dibeli”.

Menurut Assauri dalam Eva Cahya (2016:139) keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan

pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan kegiatan sebelumnya.

Menurut Kotler dan Amstrong dalam Tunjungsari (2015:181) keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen membeli merek yang paling disukai.

Menurut Kotler dan Keller dalam Katrin (2016:251) terdapat beberapa indikator dalam proses keputusan pembelian, yaitu :

1. Keunggulan produk
2. Manfaat produk
3. Pemilihan produk
4. Ketertarikan pada merek
5. Penyesuaian harga
6. Kemudahan mendapatkan produk yang diinginkan
7. Pelayanan yang diberikan
8. Keputusan jumlah pembelian
9. Kesesuaian dengan kebutuhan
10. Menentukan metode pembayaran yang akan digunakan saat transaksi.

#### **Penelitian Terlebih Dahulu**

1. Ahmad Rozain (2017) ) melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh celebrity endorser, gaya hidup, dan media iklan terhadap keputusan pembelian” erdasarkan analisis uji t diperoleh hasil  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan nilai  $5,896 > 2,028$  dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  yang berarti secara parsial gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembeli.
2. Anwar Ibrahim (2018) melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh kelas sosial, gaya hidup, dan motivasi terhadap keputusan pembelian” dengan diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$   $0,154 > 0,05$  untuk gaya hidup dan  $0,144 > 0,05$  untuk

kelas sosial. Hal ini memberikan arti bahwa kelas sosial dan gaya hidup bersama-sama mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian

3. Dewi, Noni Hariyanti (2015), melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh kelas sosial dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian” Berdasarkan variabel kelas sosial Uji t nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  diperoleh  $1,532 > 0,05$ , dan variabel gaya hidup memperoleh  $0,468 > 0,05$ . Hal ini memberikan arti bahwa kelas sosial dan gaya hidup bersama-sama mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian

#### **Hipotesis**

1. Terdapat pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen Smartphone Advan Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Tangerang.
2. Terdapat pengaruh kelas sosial terhadap keputusan pembelian konsumen Smartphone Advan Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Tangerang.
3. Terdapat pengaruh gaya hidup dan kelas sosial secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian konsumen Smartphone Advan Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Tangerang.

#### **METODE PENELITIAN**

##### **Pendekatan Penelitian**

Dalam hal ini penulis mengidentifikasi pengaruh antara variabel independen (X) yaitu gaya hidup dan kelas sosial dengan variabel dependen (Y) yaitu keputusan

pembelian. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penulis cenderung menggunakan teknik kuantitatif sebagai metode penelitian.

### Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian dilaksanakan di Universitas Muhammadiyah Tangerang, dengan subjek penelitian pada Mahasiswa program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Data yang dapat diperoleh dari lokasi penelitian adalah data primer dan data sekunder. Adapun penelitian ini dilakukan selama bulan Maret sampai dengan Juli 2019.

### Populasi dan Sampel

Menurut Juliansyah Noor (2015:147) menyatakan bahwa: “Dalam penelitian populasi digunakan untuk menyebutkan seluruh elemen/anggota dari suatu wilayah yang menjadi sasaran penelitian atau merupakan seluruh (universum) dari objek penelitian. Populasi diambil dari jumlah mahasiswa Program Study Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Tangerang yaitu sebanyak 3122 Mahasiswa.

Menurut Juliansyah Noor (2015:147) menyatakan bahwa: “Sampel merupakan sejumlah anggota yang dipilih dari populasi.” Maka pengambilan sampel (*sampling*) adalah proses pemilihan sejumlah elemen secukupnya dari populasi, sehingga penelitian terhadap sampel dan pemahaman tentang sifat atau karakteristiknya akan membuat kita dapat menggeneralisasikan sifat atau karakteristik tersebut dapat elemen populasi. Dilihat dari substansi tujuan penarikan sampel yakni untuk memperoleh representasi populasi yang tepat, maka besarnya sampel yang akan diambil perlu mempertimbangkan

karakteristik populasi serta kemampuan estimasi.

Adapun untuk mengetahui jumlah sampel, penulis menggunakan rumus solvin dengan perhitungan sebagai berikut:

$$\frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

Sumber : *Juliansyah Noor (2015:157)*

Dimana:

n = Jumlah elemen/anggota sampel

N = Jumlah elemen / anggotapopulasi

e = *Error level* (tingkat kesalahan).

Umumnya digunakan 1% atau 0,01, 5% atau 0,05, dan 10% atau 0,1 dan penulis menggunakan 5%

Bila jumlah elemen populasi (N) = 3122 Mahasiswa, error level yang ditetapkan oleh penulis 10%, maka jumlah sampelnya:

$$n = \frac{3122}{1 + (3122 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{3122}{1 + 3122(0,01)}$$

$$n = \frac{3122}{1 + 31,22}$$

$$n = \frac{3122}{32,22}$$

n=96,896 penulis membulatkan menjadi 97

Jadi jumlah sampel dari penelitian ini adalah sebanyak 97 Mahasiswa.

### Metode Pengambilan Sampel

Berdasarkan metode dan teknik sampel, maka penelitian ini menggunakan metode *nonprobability sampling* dengan teknik pengambilan sampel *insidental sampling*.

### Metode Pengumpulan Data

Teknik dalam pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai cara. Dalam penelitian ini dilakukan dengan cara :

a. Angket (kuesioner)

Menurut Juliansyah Noor (2015: 139) menyatakan bahwa: “Suatu teknik pengumpulan data dengan memberikan atau menyebar daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan responden daftar pertanyaan tersebut.” Daftar pertanyaan dapat bersifat terbuka, yaitu jika jawaban tidak ditentukan sebelumnya oleh peneliti dan dapat bersifat tertutup, yaitu alternatif jawaban telah ditentukan sebelumnya oleh peneliti. Adapun instrumen daftar pertanyaan dapat berupa pertanyaan (berupa isian yang akan diisi oleh responden), *checklist* (berupa pilihan dengan cara memberi tanda pada kolom yang disediakan), dan skala (berupa pilihan dengan memberi tanda pada kolom berdasarkan tingkat tertentu).

b. Wawancara

Menurut Juliansyah Noor (2015: 138) menyatakan bahwa: “Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan berhadapan secara langsung dengan diwawancarai tetapi dapat juga diberikan daftar pertanyaan dahulu untuk dijawab pada kesempatan lain.”

c. Observasi

Menurut Juliansyah Noor (2015: 140) menyatakan bahwa: “Teknik observasi menuntut adanya pengamatan dari peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek penelitian.” Alasan peneliti melakukan observasi yaitu untuk menyajikan gambaran realistis perilaku atau kejadian, menjawab pertanyaan, membantu mengerti perilaku mahasiswa, dan evaluasi yaitu melakukan pengukuran terhadap aspek tertentu melakukan umpan balik terhadap pengukuran tersebut.

## Metode Analisis Data

### 1. Uji Validitas

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur menurut (Sugiyono, 2018:121).

- a. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka instrument atau item item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- b. Jika  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka instrument atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

### 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas memiliki pengertian bahwa sebuah instrument dapat mengukur sesuatu yang diukur secara koersioner dari waktu ke waktu. Jadi kata kunci untuk syarat kualifikasi suatu instrument pengukuran adalah konsistensi atau tidak berubah-ubah menurut Sugiyono (2018:131).

- 1) Jika nilai  $\alpha$  Cronbach  $>$  0,60 maka dinyatakan reliabel.
- 2) Jika nilai  $\alpha$  Cronbach  $<$  0,60 maka dinyatakan tidak reliabel.

### 3. Uji Normalitas

Uji ini dilakukan untuk melihat distribusi data dalam model penelitian. Perhitungan umumnya dilakukan dengan uji *one sample kologorof-smirnov* dengan taraf signifikan 0.05 sehingga data dapat disimpulkan terdistribusi dengan normal jika signifikansinya lebih besar dari 0.05 (5%).

### 4. Uji Homogenitas

Uji homogenitas dilakukan untuk mengetahui apakah varian populasi

sama atau tidak. Uji ini digunakan sebagai prasyarat untuk analisis statistik yang menggunakan *independent sample T-Test* dan ANOVA. Jika hasil pengujian lebih besar dari 0.05 (5%) maka varian dari dua kelompok atau lebih dikatakan sama atau homogen.

#### 5. Uji Linearitas

Uji linieritas dilakukan untuk melihat linieritas hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebas. Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah suatu variable – variabel penelitian memiliki korelasi yang signifikan. Uji ini digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Perhitungan dapat menggunakan SPSS menggunakan Test for linearity dengan taraf signifikansi 0,05. Jika dua variabel menghasilkan signifikansi dibawah 0,05 maka dikatakan kedua variabel tersebut mempunyai hubungan yang linear.

#### 6. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan salah satu asumsi dalam penggunaan analisis regresi. Pada analisis ini menggunakan nilai *tolerance* lebih besar dari 10 atau nilai VIF kurang dari 10 artinya tidak terjadi multikolinearitas.

#### 7. Uji Heteroskedastisitas

uji untuk mengetahui variabel pengganggu dalam persamaan regresi mempunyai varians yang sama atau tidak. Jika mempunyai varians yang sama, berarti tidak terdapat heteroskedastisitas, sedangkan jika mempunyai varians yang tidak sama maka terdapat heteroskedastisitas.

#### 8. Uji Autokorelasi

untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antara variabel yang diteliti dengan perubahan waktu yang diamati.

#### 9. Analisis Regresi Sederhana

analisis ini dapat digunakan untuk melakukan prediksi seberapa tinggi nilai variabel dependen bila nilai variabel independen dirubah-rubah.

#### 10. Analisis Regresi Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar determinasi variabel bebas yaitu gaya hidup ( $X_1$ ) dan kelas sosial ( $X_2$ ) terhadap variabel terikatnya yaitu keputusan pembelian ( $Y$ ).

#### 11. Uji Korelasi Sederhana

analisis ini akan digunakan dalam menguji besarnya pengaruh dan kontribusi variabel X dan variabel Y. Analisis korelasi sederhana digunakan untuk mengetahui keeratan gabungan antara dua variabel. Untuk mengetahui arah yang terjadi antara dua variabel.

#### 12. Uji Korelasi berganda

Koefisien korelasi berganda adalah alat analisis yang menunjukkan keeratan hubungan antara variabel independen (gaya hidup dan kelas sosial) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian).

#### 13. Koefisien Determinasi

kuadrat dari koefisien korelasi PPM yang dikalikan dengan 100%. Dilakukan untuk mengetahui seberapa besar variabel X mempunyai sumbangan atau ikut menentukan variabel Y. Uji t (Parsial)

Uji yang digunakan untuk menyatakan signifikan pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terkait.

#### 14. Uji f (Simultan)

Digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel bebas terhadap variabel terkait secara simultan, sehingga bisa diketahui apakah dengan yang sudah ada dapat diterima atau ditolak.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 1. Uji Validitas

**Tabel 2**  
**Uji Validitas**

Variabel	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Gaya hidup (X1)	0,664	0,361	Valid
	0,790	0,361	Valid
	0,840	0,361	Valid
	0,828	0,361	Valid
Kelas Sosial (X2)	0,833	0,361	Valid
	0,645	0,361	Valid
	0,867	0,361	Valid
Keputusan Pembelian	0,449	0,361	Valid
	0,514	0,361	Valid

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,01984812
Most Extreme Differences	Absolute Positive	,084
	Negative	-,062
Kolmogorov-Smirnov Z		,830
Asymp. Sig. (2-tailed)		,495

- a. Test distribution is Normal.  
b. Calculated from data.

Keputusan Pembelian	r Hitung	r Tabel	Valid
	0,624	0,361	Valid
	0,413	0,361	Valid
	0,516	0,361	Valid
	0,531	0,361	Valid
	0,562	0,361	Valid
	0,475	0,361	Valid
	0,77	0,361	Valid

Variabel	Cronbach Alpha	$\alpha$	Keterangan
X1	0,789	0,60	Reliabel
X2	0,689	0,60	Reliabel
Y	0,740	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,669	0,361	Valid

Sumber : data yang diolah SPSS 21

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa masing-masing item pernyataan variabel memiliki r hitung > r tabel (0,361) dan bernilai positif. Dengan

demikian maka semua butir pernyataan tersebut dinyatakan valid.

### 2. Uji Reliabilitas

**Tabel 3**  
**Uji Reliabilitas**

Sumber : data yang diolah SPSS 21

Tabel diatas menunjukkan bahwa koefisien Cronbach's Alpha untuk setiap **Test of Homogeneity of Variances**

Keputusan Pembelian

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1,012	7	86	,428

variabel > 0,060 yang berarti dinyatakan handal atau reliabel.

### 3. Uji Normalitas

**Tabel 4**

**Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov**  
Sumber : data yang diolah SPSS 21

Dari tabel diatas, nilai Asymp. Sig. nya sebesar 0,495 menunjukkan bahwa nilai yang diperoleh lebih besar dari 0,05. Maka dengan demikian, data pada penelitian ini bedistribusi normal.

### 4. Uji Homogenitas

**Tabel 5**

**Gaya Hidup (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

Sumber : data yang diolah SPSS 21

**Tabel 6**  
**Kelas Sosial (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)**  
**Test of Homogeneity of Variances**

Keputusan Pembelian

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
,937	7	88	,482

Sumber : data yang diolah SPSS 21

Hasil uji homogenitas antara

keputusan pembelian dengan gaya hidup sebesar 0,428 dan keputusan pembelian dengan kelas sosial sebesar 0,482 menunjukkan bahwa nilai yang diperoleh  $> 0,05$  maka data varian tersebut dikatakan sama atau homogen.

#### 5. Uji Linearitas

**Tabel 7**  
**Gaya Hidup (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

**ANOVA Table**

		F	Sig.
	(Combined)	8,592	,000
Y	Between Linear	79,937	,000
*	Groups Deviation	,665	,738
X1	from Linear		
	Within Groups		
	Total		

Sumber : data yang diolah SPSS 21

Berdasarkan hasil uji linearitas diketahui Sig. deviation from linearity sebesar  $0,738 > 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara gaya hidup dengan keputusan pembelian.

**Tabel 8**  
**Kelas Sosial (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

**ANOVA Table**

		F	Sig.
	(Combined)	8,692	,000
Y	Between Linear	60,089	,000
*	Groups Deviation	1,350	,237
X2	from Linear		
	Within Groups		
	Total		

Sumber : data yang diolah SPSS 21

Berdasarkan hasil uji linearitas diketahui Sig. deviation from linearity sebesar  $0,237 > 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan

yang linear antara kelas sosial dengan keputusan pembelian.

#### 6. Uji Multikolinearitas

**Tabel 9**  
**Hasil Uji Multikolinearitas Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1		
	Gaya Hidup	,664
	Kelas Sosial	,664
		1,507
		1,507

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian  
Sumber : data yang diolah SPSS 21

Dari hasil uji diatas nilai *Tolerance* yang diperoleh sebesar  $0,664 > 0,10$  dan nilai VIF sebesar  $1,507 < 10$  maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak terjadi multikolinearitas.

#### 7. Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 10**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas Coefficients<sup>a</sup>**

Model	T	Sig.
(Constant)	2,074	0,041
1		
	Gaya Hidup	-0,57
	Kelas Sosial	0,01
		0,570
		0,992

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian  
Sumber : data yang diolah SPSS 21

Dari hasil uji diatas, hasil nilai signifikan variabel gaya hidup sebesar  $0,570 > 0,05$  maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Dan hasil nilai signifikan variabel kelas sosial sebesar  $0,992 > 0,05$  maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### 8. Uji Autokorelasi

**Tabel 11**  
**Uji Autokorelasi**

Sumber : data yang diolah SPSS 21

Hasil uji *Durbin-Watson* menunjukkan nilai D-W sebesar 1,906. Nilai tabel DW untuk jumlah sampel 97 (n) dengan jumlah variabel independen 2 (K=2) dan signifikansi 5% akan diperoleh nilai dU = 1,71157. Nilai D-W (1,906 > dU (1,71157) dan nilai D- W (1,906) < 4-dU (2,28843) dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi.

### 9. Analisis Regresi Sederhana

**Tabel 12**  
**Gaya Hidup (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)**  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error		
(Constant)	18,763	2,088	8,986	,000
1 Gaya Hidup	1,270	,140	9,086	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian  
Sumber : data yang diolah SPSS 21

Berdasarkan tabel diatas diperoleh persamaan regresi linear sederhana  $Y = 18,763 + 1,270 X$

**Tabel 13**  
**Kelas Sosial (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)**  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error		
(Constant)	19,248	2,411	7,984	,000
1 Kelas Sosial	1,539	,201	7,654	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian  
Sumber : data yang diolah SPSS 21

Berdasarkan tabel diatas diperoleh persamaan regresi linear sederhana  $Y = 19,248 + 1,539 X$

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Durbin-Watson
1	,736 <sup>a</sup>	,541	1,906

a. Predictors: (Constant), Kelas Sosial, Gaya Hidup  
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

### 10. Analisis Regresi Berganda

**Tabel 14**  
**Hasil Uji Analisis Regresi Berganda**  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error		
(Constant)	14,208	2,272	6,253	,000
1 Gaya Hidup	,908	,160	5,675	,000
Kelas Sosial	,834	,214	3,894	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian  
Sumber : data yang diolah SPSS 21

Berdasarkan tabel diatas diperoleh persamaan regresi linear berganda

$$Y = 14,208 + 0,908X_1 + 0,834X_2 + e$$

### 11. Uji Korelasi Sederhana

**Tabel 15**  
**Gaya Hidup (X1) Terhadap Keputusan Pembelian**  
Correlations

		Gaya Hidup	Keputusan Pembelian
Gaya Hidup	Pearson Correlation	1	,682**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	97	97
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	,682**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	97	97

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : data yang diolah SPSS 21

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai *Pearson Correlation* sebesar 0,682 karena hasil tersebut

berada diantara 0,60 – 0,799 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara variabel gaya hidup terhadap keputusan pembelian.

**Tabel 16**  
**Kelas Sosial (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

		Kelas Sosial	Keputusan Pembelian
Kelas Sosial	Pearson Correlation	1	,618**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	97	97
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	,618**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	97	97

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : data yang diolah SPSS 21

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai *Pearson Correlation* sebesar 0,618 karena hasil tersebut berada diantara 0,60 – 0,799 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara variabel kelas sosial terhadap keputusan pembelian.

12. Uji Korelasi Berganda

**Tabel 17**  
**Hasil Uji Korelasi Berganda**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,734 <sup>a</sup>	,539	,529	3,052

a. Predictors: (Constant), Kelas Sosial, Gaya Hidup  
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : data yang diolah SPSS 21

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh nilai koefisien korelasi (R)

sebesar 0,734 karena hasil tersebut berada diantara 0,60 – 0,799 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara variabel gaya hidup dan kelas sosial terhadap keputusan pembelian.

13. Koefisien Determinasi

**Tabel 18**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,734 <sup>a</sup>	,539	,529	3,052

a. Predictors: (Constant), Kelas Sosial, Gaya Hidup

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : data yang diolah SPSS 21

Dengan melihat Adjusted R. Square dapat diketahui nilai koefisien determinasinya yaitu sebesar 0, 529 atau 52,9%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel gaya hidup (X1) dan kelas sosial (X2) secara bersama-sama berkontribusi terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 52,9% dan sisanya 47,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

14. Uji t (Parsial)

**Tabel 19**  
**Uji t Gaya Hidup (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

Model	Unstandardized Coefficients <sup>a</sup>		T	Sig.
	B	Std. Error		
(Constant)	18,763	2,088	8,986	,000
1 Gaya Hidup	1,270	,140	9,086	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : data yang diolah SPSS 21

Dari tabel diatas diketahui bahwa t hitung sebesar 9,086 dengan taraf signifikansi 5 %. Uji 2 sisi dan  $df = n - 2 = 97 - 2 = 95$ , sehingga didapat t tabel sebesar 1,985 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa t hitung  $9,086 > t$  tabel 1,985 dan nilai sig  $0,000 < 0,05$  artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan gaya hidup terhadap keputusan pembelian.

**Tabel 20**  
**Uji t Gaya Hidup (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

Model	Unstandardized Coefficients <sup>a</sup>		T	Sig.
	B	Std. Error		
(Constant)	19,248	2,411	7,984	,000
1 Kelas Sosial	1,539	,201	7,654	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian  
Sumber : data yang diolah SPSS 21

Dari tabel diatas diketahui bahwa t hitung sebesar 7,654 dengan taraf signifikansi 5 %. Uji 2 sisi dan  $df = n - 2 = 97 - 2 = 95$ , sehingga didapat t tabel sebesar 1,985 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa t hitung  $7,654 > t$  tabel 1,985 dan nilai sig  $0,000 < 0,05$  artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan

#### 15. Uji F (Simultan)

**Tabel 21**  
**Hasil Uji F**

Model	ANOVA <sup>a</sup>			
	Sum of Squares	Df	F	Sig.
Regression	1024,777	2	55,016	,000 <sup>b</sup>
1 Residual	875,470	94		
Total	1900,247	96		

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian  
b. Predictors: (Constant), Kelas Sosial, Gaya Hidup

Sumber : data yang diolah SPSS 21

Dari tabel diatas diketahui F hitung sebesar 55,016 dengan taraf signifikansi 5%,  $df_1 = k-1 (3-1=2)$  dan  $df_2 = n-k (97-3=94)$  diperoleh F tabel sebesar 3,09. Dengan demikian berdasarkan hasil tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa f hitung  $55,016 > f$  tabel 3,09 dan nilai sig.  $0,000 < 0,05$  artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya terdapat pengaruh yang positif dan signifikan gaya hidup dan kelas sosial secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian.

## KESIMPULAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, penulis dapat menarik kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Gaya Hidup (X1) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) *smartphone* Advan pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Tangerang. Berdasarkan hasil uji t, Gaya Hidup (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) dengan nilai t hitung  $> t$  tabel ( $9,086 > 1,985$ ) dan nilai sig  $0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan diterimanya  $H_a$  membuktikan bahwa gaya hidup (X1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) *smartphone* Advan pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Tangerang.

2. Kelas Sosial (X2) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) *smartphone* Advan pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Tangerang. Berdasarkan hasil uji t, kelas sosial (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) dengan nilai t hitung > t tabel (7,654 > 1,985) dan nilai sig 0,000 < 0,05. Hal ini menunjukkan H0 ditolak dan Ha diterima. Dengan diterimanya Ha membuktikan bahwa kelas sosial (X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) *smartphone* Advan pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Tangerang.
3. Gaya hidup (X1) dan kelas sosial (X2) secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) *smartphone* Advan pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Tangerang. Berdasarkan hasil uji f, nilai f hitung > f tabel (55,016 > 3,09) dan nilai sig 0,000 < 0,05. Hal ini menunjukkan H0 ditolak dan Ha diterima. Dengan diterimanya Ha membuktikan bahwa gaya hidup (X1) dan kelas sosial (X2) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) *smartphone* Advan pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Tangerang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Sudaryono. 2014. *Perilaku Konsumen*. Jakarta Pusat: Lentara Ilmu Cendekia.
- Sumarwan, Ujang. 2014. *Perilaku konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Usman Efendi dan Alwi 2016, *Psikologi konsumen..* Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Eva Cahya, Harti. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian*. Universitas Negeri Surabaya
- Dr.Sugiyono, 2018. *Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta
- Suryabrata, Sumardi. 2014. *Metode Penelitian*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Noor, Juliansyah. 2015. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Dr.Riduwan. 2018. *Metode & Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Eksandy, A. (2018). *Metode Penelitian Akuntansi dan Manajemen*. Tangerang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Tangerang.
- Sugiyono dan Agus Susanto. 2015. *Cara Mudah Belajar SPSS & Lisrel*. Bandung: Alfabeta
- Alma, Buchari. 2018. *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Rahmayani, indah .2015. *Indonesia raksasa teknologi digital Asia* [https://www.kominfo.go.id/content/detail/1/6095/indonesia-raksasa-teknologi-digital-asia/0/sorotan\\_media](https://www.kominfo.go.id/content/detail/1/6095/indonesia-raksasa-teknologi-digital-asia/0/sorotan_media). (02 Oktober 2015)
- Katrin, Intan Lina dan Diyah Setyorini. 2016. *Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian*. Universitas Pendidikan Indonesia.