


PENGARUH GAYA HIDUP DAN STATUS SOSIAL EKONOMI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN BARANG BEKAS di PASAR KARANG SUKUN
Annas Yusti Apriza, Hj. Sulhaini, H. Junaidi Sagir

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Mataram

 E-mail: akabaneyusti@gmail.com
ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh Gaya Hidup dan Status Sosial Ekonomi terhadap keputusan Pembelian Barang Bekas di Pasar Karang Sukun. Jenis penelitian ini adalah asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram yang pernah membeli barang bekas di pasar Karang Sukun.. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 orang dengan menggunakan metode survei. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, angket/kuisisioner dan online survey dengan menyebarluaskan kuisioner melalui google form yang berisi pernyataan tentang Gaya Hidup, Status Sosial Ekonomi dan Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: Gaya hidup, Status sosial ekonomi, Keputusan Pembelian, Karang sukun
ABSTRACT

This research was conducted to examine the effect of Lifestyle and Socio-Economic Status on the decision to Purchase Used Goods at the Karang Sukun Market. This type of research is associative with a quantitative approach. The population in this study were all students of the Faculty of Economics and Business, University of Mataram who had bought used goods at the Karang Sukun market. The number of samples used in this study was 100 people using the survey method. The data collection techniques used were observation, questionnaires/questionnaires and online surveys by distributing questionnaires via the Google form containing statements about Lifestyle, Socio-Economic Status and Purchasing Decisions.

Keywords: Lifestyle, Socio-economic status, Purchasing decisions, Karang sukun



Pendahuluan

Latar Belakang

Keputusan pembelian secara umum merupakan seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih, pilihan tersebut dapat mengenai pilihan produk, penyalur merek, waktu distribusi, dan lain-lain (Schiffman dan Kanuk 2008). Keputusan pembelian adalah suatu tindakan atau perilaku konsumen, jadi atau tidaknya melakukan suatu pembelian terhadap sebuah produk. Banyak tidaknya jumlah konsumen mengambil keputusan menjadi salah satu yang menentukan tercapai atau tidak tujuan sebuah perusahaan. Keputusan pembelian tidak luput dari bagaimana cara konsumen melewati berbagai tahap seperti mengidentifikasi masalah hingga terjadinya sebuah pembelian.

Gaya hidup menjadi salah satu acuan dalam menentukan keputusan terutama dalam hal *fashion*. Gaya hidup merupakan perwujudan dari jati diri seseorang, setiap orang memiliki cara hidupnya masing-masing, dari yang sederhana, biasa, hingga mewah. Gaya hidup dan status sosial ekonomi ekonomi bisa mempengaruhi seseorang tidak bisa membedakan kebutuhan primer dan kebutuhan sekunder. Gaya hidup baik dari sudut pandang individual maupun kolektif mengandung pengertian bahwa gaya hidup sebagai cara hidup, mencakup sekumpulan kebiasaan, pandangan dan pola-pola respon terhadap hidup, serta terutama perlengkapan untuk hidup (Sugihartati 2010).

Perkembangan *fashion* sekarang ini terbilang cepat dan beragam. Dalam satu toko baik toko offline maupun toko online, kita bisa menjumpai berbagai macam model pakaian. Pada awalnya pakaian yang hanya sebagai penutup tubuh, kini bertambah fungsinya menjadi penghias tubuh. Selain itu, dengan perkembangan industri pakaian jadi saat ini, masyarakat luas selalu mengikuti perkembangan zaman. Dengan banyaknya *brand* asing yang masuk ke Tanah Air dan menjadi kiblat dalam berpakaian.

Gaya hidup masing-masing subjek mungkin terkait dengan pola belanja dan pola sosial, yang merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi individu dan tercermin dalam kebiasaan sehari-hari, interaksi dengan orang lain, dan preferensi terhadap sesuatu. Gaya hidup seseorang dapat dipengaruhi dari interaksi dengan orang di sekitarnya. Dengan melihat seseorang akan memunculkan rasa atau keinginan untuk sama dengan orang yang ditemuinya. Pada saat melakukan interaksi, tentu yang terlihat pertama kali adalah tampilan luar orang tersebut, seperti pakaian dan aksesoris yang dikenakannya. Maka terjadilah proses keinginan yang dipengaruhi oleh

interaksi dengan individu lain.

Dalam melakukan pembelian, status sosial ekonomi juga mempengaruhi sesuatu yang ingin dikonsumsi oleh konsumen, status sosial ekonomi menentukan peluang hidup dan gaya hidup. Menurut Soerjono Soekanto (Abdul Syani 2007) status sosial ekonomi merupakan tempat seseorang secara umum dalam masyarakatnya yang berhubungan dengan orang-orang lain, hubungan dengan orang lain dalam lingkungan pergaulannya, prestisinya dan hak-hak serta kewajibannya.

Seiring berkembangnya industri *fashion*, muncul tren baru yakni *thrift*. *Thrift* sendiri bisa dikatakan sebagai cara untuk berhemat bagi seseorang yang mempraktikkan penghematan, dan kemungkinan besar dapat beruntung dalam arti memiliki tabungan. *Thrift* kini diminati oleh masyarakat khususnya pakaian. Pakaian bekas semakin popular dan laris karena dianggap sebagian orang memiliki model yang bagus dan unik.

Tabel 1.2 Omzet Penjualan Baju Bekas di Pasar Karang Sukun 2017 - 2021

OMZET PENJUALAN	Perubahan (Rp)	Perubahan (%)
2016 Rp 133,826,474	-	-
2017 Rp 137,965,438	Rp 4,138,963	3%
2018 Rp 143,484,055	Rp 5,518,617	4%
2019 Rp 146,353,736	Rp 2,869,681	2%
2020 Rp 95,129,929	Rp 51,223,807	-35%
2021 Rp 100,837,724	Rp 5,707,795	6%
Rata-rata	Rp 126,266,226	

Sumber: Asosiasi Pedagang Baju Bekas Pasar Karang Sukun

Berdasarkan tabel 1.2 omzet terbanyak yang didapat oleh para pedagang pakaian bekas pasar Karang Sukun adalah pada tahun 2019. Omzet dari tahun ke tahun selalu mengalami peningkatan namun pada tahun 2020 malah terjadi penurunan yang sebanyak 35% padahal pada tahun tersebut tren pakaian bekas sedang tinggi-tingginya dan penurunan tersebut bertepatan dengan adanya pandemi. Artinya bahwa pakaian bekas dari tahun ketahun selalu diminati oleh konsumen.

Masalah penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, Adapun masalah dalam penelitian ini adalah industri pakaian bekas di Pasar Karang Sukun mengalami penuruan, namun belum diketahui apakah ada pengaruh dari gaya hidup dan status sosial ekonomi terhadap keputusan pembelian barang bekas di pasar Karang Sukun.

Kajian Pustaka

Keputusan Pembelian

Menurut Kotler (2012:166) "Keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk membeli atau tidak terhadap produk". Suharso (2010) mengatakan keputusan pembelian adalah tahap dimana pembeli telah memutuskan pilihannya dan melakukan pembelian produk serta mengkonsumsi.

Adapun indikator keputusan pembelian menurut Kotler (2008:146) sebagai berikut:

1. Pemilihan produk/jasa
Pemilihan produk atau jasa adalah alasan mengapa konsumen memilih produk/jasa untuk memenuhi kebutuhan.
2. Pemilihan merek
Pemilihan merek yaitu bagaimana suatu merek memposisikan dirinya di dalam benak konsumen yang meliputi citra merek yang unik dari sebuah produk/jasa.
3. Pemilihan waktu
Waktu pembelian pada saat konsumen menentukan waktu pembelian dapat berbeda-beda yaitu keseuaian dengan kebutuhan, keuntungan yang dirasakan, alasan pembelian.
4. Pemilihan metode pembayaran
Konsumen harus mengambil pilihan tentang metode/cara pembayaran produk yang dibeli.

Gaya hidup

Gaya hidup menggambarkan "keseluruhan diri seseorang" yang berinteraksi dengan lingkungannya (Setiadi, 2003:382).

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

1. *Interest*
Interest merupakan objek peristiwa, atau topik dalam tingkat kegairahan yang menyertai perhatian khusus maupun terus-menerus kepadanya. Minat merupakan apa yang konsumen anggap menarik

untuk meluangkan waktu dan mengeluarkan uang.

2. *Activity*

Activity (kegiatan) adalah tindakan yang nyata seperti menonton suatu medium, berbelanja di toko, atau menceritakan kepada tetangga mengenai pelayanan yang baru. Aktivitas ini berupa kegiatan sehari-hari yang dilakukan oleh seseorang seperti berolahraga, belanja, bekerja.

3. *Opinion*

Opinion adalah jawaban lisan atau tertulis yang orang berikan sebagai respon terhadap suatu stimulus. Opini merupakan pendapat dari setiap konsumen yang berasal dari pribadi mereka sendiri.

Status sosial ekonomi

Menurut Polak dalam Abdul Syani (2007) status (kedudukan) memiliki dua aspek yaitu aspek yang pertama yaitu aspek struktural. Aspek struktural bersifat hierarkis yang artinya spek ini secara relatif mengandung perbandingan tinggi atau rendahnya terhadap status-status lain, sedangkan aspek status yang kedua yaitu aspek fungsional atau peranan sosial yang berkaitan dengan status-status yang dimiliki seseorang.

Adapun indikator status sosial ekonomi menurut (Suryani 2008:268)

1. Pendidikan
Pendidikan bertujuan untuk Mencerahkan kehidupan bangsa dan mengembangkan manusia Indonesia seutuhnya, yaitu manusia yang beriman dan bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa dan berbudi pekerti luhur, memiliki pengetahuan dan ketrampilan, kesehatan jasmani dan rohani, kepribadian yang mantap dan bertanggung jawab kemasayarakatan dan kebangsaan.
2. Pendapatan
Berdasarkan bidang kegiatannya, pendapatan meliputi pendapatan sektor formal dan pendapatan sektor informal. Pendapatan sektor formal adalah segala penghasilan baik berupa barang atau uang yang bersifat regular dan diterimakan biasanya balas jasa di sektor formal yang terdiri dari pendapatan berupa uang, meliputi: gaji, upah dan hasil infestasi dan pendapatan berupa barang-barang meliputi: beras,

pengobatan, transportasi, perumahan, maupun yang berupa rekreasi. Pendapatan sektor informal adalah segala penghasilan baik berupa barang maupun uang yang diterima sebagai balas jasa atau kontraprestasi di sektor informal yang terdiri dari pendapatan dari hasil infestasi, pendapatan yang diperoleh dari keuntungan sosial, dan pendapatan dari usaha sendiri, yaitu hasil bersih usaha yang dilakukan sendiri, komisi dan penjualan dari hasil kerajinan rumah.

3. Pekerjaan

Menurut Apriadji (1986) yang dikutip oleh Departemen gizi dan kesmas (2011, p.189), pekerjaan merupakan variabel yang sulit digolongkan namun berguna bukan saja sebagai dasar demografi, tetapi juga sebagai suatu metode untuk melakukan sosial ekonomi dimana status sosial ekonomi merupakan faktor mempengaruhi status kesehatan, dalam hal ini daya beli keluarga.

Metode penelitian

Jenis penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Populasi dan sampel

Dalam penelitian ini populasinya adalah keseluruhan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram yang pernah membeli barang bekas di pasar Karang Sukun. Dalam penelitian ini, besarnya sampel 100 orang sesuai dengan pendapat Roscoe (1975) yang menyatakan bahwa ukuran sampel antara 30-500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian.

Teknik pengumpulan data

Pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan

angket/kuesioner. Kuesioner/angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Hipotesis

Berdasarkan masalah yang terkait dengan studi teoritis yang ada dan dijelaskan dalam organisasi, dan studi sebelumnya terkait kerangka studi konseptual, maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Diduga keputusan pembelian berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

H2: Diduga status sosial ekonomi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hasil dan pembahasan

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Presentasi (%)
1	Laki-laki	36	36%
2	Perempuan	64	64%
Jumlah		100	100%

Berdasarkan tabel 4.1 dapat dilihat responden berjenis kelamin laki-laki lebih mendominasi dibandingkan perempuan, dimana responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 36 orang atau 36% dan responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 64 orang atau 64%. Jika dilihat dari jenis kelamin, perempuan lebih cenderung banyak membeli baju bekas dibandingkan laki-laki.

No	Usia (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	<20	-	-
2	20 – 30	100	100%
3	30 – 40	-	-
4	40 – 50	-	-
5	>50	-	-
Jumlah		100	100%

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa responden berdasarkan usia didominasi



oleh responden dengan jenjang usia 20-30 tahun. Dimana pada usia 20-30 tahun adalah usia yang memiliki intensitas yang paling tinggi dalam melakukan sebuah pembelian. Hal ini yang menjadikan pada usia tersebut menjadi target pasar para pedagang baju bekas (second) untuk menarik pembelian pada mahasiswa Universitas Mataram.

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Percentase (%)
1	Pelajar/mahasiswa	78	78%
2	Karyawan/pegawai swasta	21	21%
3	PNS/TNI/POLRI/BUMN/BUMD	1	1%
4	Wiraswasta	-	-
5	Ibu rumah tangga	-	-
Jumlah		100	100%

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa responden terbanyak yaitu dengan jumlah pendapatan Rp 1.000.000-Rp 3.000.000 sebanyak 75 orang dari 100 orang responden. Artinya mayoritas responden dengan pekerjaan pelajar/mahasiswa lebih cenderung membeli pakaian bekas.

Tabel 4.4 Karakteristik responden Berdasarkan Pendapatan

No	Pendapatan	Jumlah (Orang)	Percentase (%)
1	< Rp 1.000.000	26	26%
2	Rp 1.000.000-Rp 3.000.000	65	65%
3	Rp 3.000.000-Rp 5.000.000	7	7%
4	Rp 5.000.000-Rp 7.000.000	2	2%
5	Rp 7.000.000-Rp 9.000.000	-	-
Jumlah		100	100%

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa responden terbanyak yaitu dengan jumlah pendapatan Rp 1.000.000-Rp 3.000.000 sebanyak 65 orang dari 100 orang responden. Artinya mayoritas responden dengan pendapatan tersebut lebih cenderung membeli pakaian bekas.

Tabel 4.4 Karakteristik responden Berdasarkan Pengeluaran

No	Pengeluaran	Jumlah (Orang)	Percentase (%)
1	< Rp 1.000.000	30	30%
2	Rp 1.000.000-Rp 3.000.000	68	68%
3	Rp 3.000.000-Rp 5.000.000	2	2%
4	Rp 5.000.000-Rp 7.000.000	-	-
5	Rp 7.000.000-Rp 9.000.000	-	-
Jumlah		100	100%

1	< Rp 1.000.000	30	30%
2	Rp 1.000.000-Rp 3.000.000	68	68%
3	Rp 3.000.000-Rp 5.000.000	2	2%
4	Rp 5.000.000-Rp 7.000.000	-	-
5	Rp 7.000.000-Rp 9.000.000	-	-
Jumlah		100	100%

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa responden terbanyak yaitu dengan jumlah pendapatan Rp 1.000.000-Rp 3.000.000 sebanyak 68 orang dari 100 orang responden. Artinya mayoritas responden dengan pengeluaran tersebut lebih cenderung membeli pakaian bekas.


Uji validitas
Tabel 3.6.1 Hasil uji validitas variabel Gaya hidup (X1)

GAYA HIDUP				
NO	PERNYATAAN	r tabel	r hitung	KETERANGAN
1	Saya menggunakan produk <i>thrift</i> saat menjalankan pekerjaan saya	0.444	0.760	VALID
2	Saya menggunakan produk <i>thrift</i> saat melakukan hobi saya	0.444	0.814	VALID
3	Produk <i>thrift</i> merupakan pilihan saya saat melakukan aktivitas sosial	0.444	0.752	VALID
4	Produk <i>thrift</i> merupakan alternatif pakaian yang saya kenakan saat liburan	0.444	0.835	VALID
5	Saya mengenakan produk <i>thrift</i> saat berorganisasi	0.444	0.726	VALID
6	Produk <i>thrift</i> merupakan alternatif pilihan saya bila pergi <i>hang out</i>	0.444	0.723	VALID
7	Produk <i>thrift</i> memberikan daya tarik tersendiri bagi saya dalam hal <i>fashion</i>	0.444	0.766	VALID
8	Saya memilih <i>thrift</i> berdasarkan pilhan pribadi	0.444	0.656	VALID

**Tabel 3.6.2 Hasil uji validitas variabel Status sosial ekonomi (X2)**

STATUS SOSIAL EKONOMI				
NO	PERNYATAAN	r tabel	r hitung	KETERANGAN
1	Tingkat pendidikan saya tidak menghalangi saya membeli baju bekas	0.444	0.610	VALID
2	Saya membeli baju bekas untuk bekerja	0.444	0.675	VALID
3	Saya selalu menyisihkan pendapatan saya untuk membeli baju bekas	0.444	0.591	VALID
4	Pendapatan saya cukup untuk membeli baju bekas	0.444	0.637	VALID
5	Saya bisa menghemat pengeluaran dengan membeli baju bekas	0.444	0.702	VALID
6	Saya membeli baju bekas untuk memudahkan pekerjaan saya	0.444	0.722	VALID
7	Pekerjaan saya tidak menghalangi saya untuk membeli baju bekas	0.444	0.591	VALID
8	Pergaulan sosial saya tidak menghalangi saya untuk membeli pakaian bekas	0.444	0.453	VALID

Tabel 3.6.3 Hasil uji validitas variabel Keputusan pembelian (Y)

KEPUTUSAN PEMBELIAN				
NO	PERNYATAAN	r tabel	r hitung	KETERANGAN
1	Saya memerlukan untuk membeli baju bekas di pasar Karang Sukun setelah memilih – milik beberapa alternatif di toko thrift lainnya	0.444	0.684	VALID
2	Saya membeli baju bekas di pasar Karang Sukun sesuai kebutuhan	0.444	0.794	VALID
3	Saya memerlukan untuk membeli Produk Thrift Di Pasar Karang Sukun setelah menemukan merek yang saya cari	0.444	0.859	VALID
4	Saya bisa melakukan transaksi di pasar Karang Sukun kapan saja (jam operasional)	0.444	0.839	VALID
5	Saya mantap membeli baju bekas di pasar Karang Sukun	0.444	0.806	VALID
6	Saya membeli baju bekas di pasar Karang Sukun secara tunai	0.444	0.686	VALID


Uji reliabilitas
Tabel 3.6.4 Uji Reliabilitas

Variabel	N of Items	Cronbach 's Alpha	Standar	Keterangan
Gaya hidup (X1)	8	0.890	0.60	Reliabel
Status sosial ekonomi (X2)	8	0.774	0.60	Reliabel
Keputusan Pembelian Pakaian Bekas (Y)	6	0.869	0.60	Reliabel

Uji normalitas
Uji multikolinearitas
Tabel 4.8
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistics		KETERANGAN
	Tolerance	VIF	
Gaya hidup	.879	1.138	Bebas Multikolinearitas
Status sosial ekonomi	.879	1.138	Bebas Multikolinearitas

Dari hasil uji Multikolinearitas pada tabel 4.8 di atas dapat diketahui:

- Nilai tolerance variabel Gaya hidup (X1) yakni 0,879 lebih besar dari 0,10. Sementara itu, nilai VIF variabel Gaya hidup (X1) yakni 1.138 lebih kecil dari 10,00 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas atau data bebas dari multikolinearitas.
- Nilai tolerance variabel Status sosial ekonomi (X2) yakni 0,879 lebih besar dari 0,10. Sementara itu, nilai VIF variabel Status sosial ekonomi (X2) yakni 1.138 lebih kecil dari 10,00 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas atau data bebas dari multikolinearitas.

Analisis regresi linier berganda

Model	Coefficients ^a		Stand ardized Coeffi cients	Tolera nce	Colline arity Statisti cs
	Unstandardi zed Coefficients	Std. Error			
1 (Const ant)	2.929	2.283		1.283	.203
Gaya Hidup	.275	.059	.368	4.627	.000
Status Sosial Ekonomi	.403	.070	.455	5.717	.000

Berdasarkan analisis data dengan menggunakan SPSS 25, maka diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 0,368X_1 + 0,455X_2 + e$$

Perumusan regresi di atas memperlihatkan hubungan antara variabel *independent* dengan variabel *dependent* secara parsial, dari persamaan tersebut dapat diambil keputusan bahwa:

- Nilai koefisien Gaya hidup adalah 0,368 artinya jika variabel Gaya hidup (X1) meningkat sebesar 1% dengan asumsi variabel Status sosial ekonomi (X2) dan konstanta (a) adalah 0 (nol), maka Keputusan Pembelian Pakaian Bekas meningkat sebesar 0,368. Hal



tersebut menunjukkan bahwa variabel Gaya hidup berkontribusi positif bagi Keputusan Pembelian.

- Nilai koefisien regresi Status sosial ekonomi adalah 0,455 artinya jika variabel Status sosial ekonomi (X2) meningkat sebesar 1% dengan asumsi variabel Gaya hidup (X1) dan konstanta (a) adalah 0 (nol), maka Keputusan Pembelian pakaian bekas meningkat sebesar 0,455. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel Status sosial ekonomi berkontribusi positif bagi Keputusan Pembelian.

Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regressi on	362.622	2	181.311	41.2 57	.000 ^b
Residual	426.288	97	4.395		
Total	788.910	99			

Berdasarkan data tabel 4.10 diatas, dapat diketahui nilai sig. 0,000 < 0,05 dan $F_{tabel} = df_1 (k - 1) df_2 (n - k)$ atau $F_{tabel} (2; 98)$ di mana n adalah jumlah data dan k adalah jumlah variabel. Sehingga diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3,09. Berdasarkan perhitungan diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y adalah sebesar 0,000 < 0,05 dan data Hasil Uji F menggunakan program SPSS maka diketahui $F_{hitung} > F_{tabel} (41,257 > 3,09)$. maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, dapat disimpulkan bahwa variabel Gaya hidup (X1) dan Status sosial ekonomi (X2) secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas (Y).

Uji koefisien determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.678 ^a	.460	.449	2.096	1.753

Besarnya nilai R Square yang terdapat pada tabel "Model Summary" adalah sebesar 0,460 atau 46,0% variabel dependen keputusan Pembelian dijelaskan oleh variabel independen yaitu Gaya hidup dan Status sosial ekonomi, sementara sisanya 54,0% hal ini menunjukkan kontribusi dari variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Pembahasan

Gaya hidup (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Hasil analisis data menyatakan bahwa variabel Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis pertama (H1). Pernyataan hipotesis pertama (H1) yang menyatakan bahwa "Gaya hidup (X1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y)" diterima, karena variabel Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,368. Hal tersebut dibuktikan dengan analisis uji t yang menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,627 > 1,9847$) dan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari taraf standar signifikansi 0,050.

Status sosial ekonomi (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Hasil analisis data menyatakan bahwa variabel status sosial ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pakaian bekas. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis pertama (H2). Pernyataan hipotesis kedua (H2) yang menyatakan bahwa "Status sosial ekonomi (X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y)" diterima, karena variabel Status sosial ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,455. Hal tersebut dibuktikan dengan analisis uji t yang menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,717 > 1,9847$) dan dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari taraf standar signifikansi 0,050.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang dilakukan pada bab sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- Variabel Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas. Hal ini dibuktikan dengan analisis uji t yang menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan tingkat signifikansi lebih kecil dari taraf standar signifikansi. Artinya, apabila Gaya hidup semakin tinggi maka dapat Keputusan pembelian juga semakin tinggi.
- Variabel Status sosial ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan analisis uji t yang menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan



tingkat signifikansi lebih kecil dari taraf standar signifikansi. Artinya, apabila Status sosial ekonomi semakin tinggi maka dapat keputusan pembelian juga semakin tinggi.


Daftar Pustaka

- Abdulsyani. 2007. *Sosiologi, Skematika, Teori, dan Terapan*. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Apriadi, Wied Harry. 1986. *Gizi Kleuarga*. Jakarta: PT Penebar Swadaya.
- Kotler, Philip & Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke-13. Jilid I. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Keller, 2012. *Marketing Management*, 14th, Person Education.
- Roscoe. 1975. dikutip dari Uma Sekaran, 2006, *Metode Penelitian Bisnis*. Salemba Empat, Jakarta.
- Schiffman, Leon.G. dan Leslie Lazar Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen*. Edisi Ke-9
- Setiadi, N.J. 2003 *Perilaku Konsumen: konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Sugihartati, Rahma. 2010, *Membaca, gaya hidup dan kapitalisme : kajian tentang reading for pleasure dari perspektif cultural studies*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Suharso dan Yudi Sutarso. 2010. *Marketing in Practice*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Sumarwan, Ujang (2014). *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)*. Edisi ke-2. Bogor: Graha Indonesia.
- Suryani, Tatik (2008). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Andi Offset.