

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN SIKAP GENDER  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN  
DI CITRA MART KPRI BINA CITRA HUSADA RSUP Dr.KARIADI  
SEMARANG**



**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)  
Pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi Manajemen  
Universitas Wahid Hasyim Semarang

Oleh :  
**FITRI ANALIA**

**151010158**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS WAHID HASYIM SEMARANG  
2019**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Penyusun :Fitri Analia

Nomor Induk Mahasiswa :151010158

Fakultas / Jurusan :Ekonomi Manajemen

Judul Skripsi :Pengaruh Gaya Hidup dan Sikap Gender terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Citra Mart KPRI Bina Citra Husada RSUP Dr.Kariadi Semarang.

menyatakan dengan sebenarnya bahwa yang tertulis didalam skripsi ini benar-benar hasil karya sendiri,bukan jiplakan dari karya tulis orang lain, baik sebagian atau seluruhnya.Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah.Apabila di kemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil jiplakan dari karya tulis orang lain,maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 02 Maret 2019

Yang Membuat pernyataan

Fitri Analia

Nim.151010158

## PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Fitri Analia  
Nomor Induk Mahasiswa : 151010158  
Fakultas /Jurusan : Ekonomi Manajemen  
Judul usulan penelitian skripsi : Pengaruh Gaya Hidup dan Sikap Gender Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Citra Mart KPRI Bina Citra Husada RSUP Dr.Kariadi Semarang.

Telah diuji dan dipertahankan dihadapan dewan penguji pada ujian yang diselenggarakan pada tanggal 2 Maret 2019 dan dinyatakan LULUS

## SUSUNAN DEWAN PENGUJI

1. Dosen Penguji I



Dr. Cuk Jaka Purwanggono, ST., MM  
NPP.03.171.0432

2. Dosen Penguji II



Hasan, SE., M.Sc  
NPP.03.05.1.0125

1. Dosen Pembimbing I



Dr. Maskudi, SE., MM  
NPP.03.11.10198

2. Dosen Pembimbing II



Yulaekhah Ariyanti, SE., MM  
NPP.03.05.10132

Semarang, 2 Maret 2019  
Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi



Khanifah, SE., M.Si., Akt.  
NPP.03.051.0130

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Yakin adalah kunci jawaban dari segala permasalahan .dengan bermodal yakin merupakan obat mujarab penumbuh semangat hidup

-Penulis-

Hidup ini bagai Skripsi.banyak bab dan Revisi yang harus dilewati tetapi akan berakhir indah .bagi mereka yang pantang menyerah

(@shitlicous)

### PERSEMBAHAN

Skripsi ini adalah bagian dari ibadahku kepada Allah SWT,karena kepadanya kami menyembah dan kepadanya kami mohon pertolongan

Sekaligus sebagai ucapan terima kasihku kepada:

-Bapak dan Ibuku yang selalu memberikan motivasi dalam hidupku

-Adikku (Muhamad Reza ) yang selalu memberikan inspirasi dalam hidupku.

-Almamaterku.

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membuktikan pengaruh gaya hidup dan sikap gender terhadap keputusan pembelian konsumen di Citra Mart KPRI Bina Citra Husada RSUP Dr.Kariadi Semarang. Populasinya adalah konsumen Citra Mart KPRI Bina Citra Husada RSUP Dr.Kariadi Semarang. Sedangkan sampelnya adalah konsumen Citra Mart KPRI Bina Citra Husada RSUP Dr.Kariadi Semarang. Sebanyak 100 responden, dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah kuisioner. Analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis kuantitatif, dimana dalam analisis tersebut menggunakan program SPSS versi 16.0. Berdasarkan hasil perhitungan menunjukkan bahwa variabel gaya hidup dan sikap gender berpengaruh pada keputusan pembelian adalah positif dan signifikan. Nilai t hitung dan signifikansi hitung semua variabel penelitian lebih besar dari pada nilai t tabel yaitu 1,660 dan lebih kecil dari signifikansi tabel 0,05. Sedangkan hasil uji signifikansi simultan (uji F) menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 94.051 lebih besar dari pada F tabel yaitu 0,05. Dan Adjusted R square 0.653 menunjukkan bahwa 65,3 persen dari varian keputusan pembelian adalah dijelaskan oleh variabel independen dalam persamaan regresi. Sedangkan 34.7 persen lainnya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Gaya Hidup, Sikap Gender,Keputusan Pembelian.

## ABSTRACT

*This study aims to analyze and prove the influence of lifestyle and gender attitude on consumer purchasing decisions at Citra Mart KPRI Bina Citra Husada Hospital Dr.Kariadi Semarang. The population is consumers of Citra Mart KPRI Bina Citra Husada RSUP Dr. Kariadi Semarang. While the sample is consumers of Citra Mart KPRI Bina Citra Husada RSUP Dr.Kariadi Semarang. A total of 100 respondents, with the sampling technique used was a questionnaire. The analysis used in this study is quantitative analysis, in which the analysis uses the SPSS version 16.0 program. Based on the results of calculations show that the lifestyle variables and gender attitude influences on purchasing decisions are positive and significant. The value of  $t$  is calculated and the significance of the calculation of all research variables is greater than the value of  $t$  table which is 1.660 and smaller than the significance of the table of 0.05. While the results of the simultaneous significance test ( $F$  test) show that the calculated  $F$  value of 94,051 is greater than  $F$  table which is 0,05. And adjusted  $R$  square 0.653 shows that 65.3 percent of the variance in purchasing decisions is explained by the independent variables in the regression equation. While 34.7 percent are explained by other variables not examined in this study.*

*Keywords: Lifestyle, Gender Attitude, Purchasing Decision*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Gaya Hidup dan Sikap Gender Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Citra Mart KPRI Bina Citra Husada RSUP Dr.Kariadi Semarang”

Peyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah syarat menyelesaikan program strata satu jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Wahid Hasyim Semarang. Penulis menyadari bahwa penulisan ini tidak akan selesai tanpa dorongan dan bimbingan serta bantuan dari berbagai pihak yang telah membantu penyelesaian skripsi ini, untuk itu penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Allah SWT, Tuhan bagi seluruh alam yang melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis selalu diberikan kesehatan dan kemudahan selama pembuatan skripsi ini.
2. Dr.H. Mahmutarom SH.MH. Selaku Rektor Universitas Wahid Hasyim Semarang.
3. Khanifah.SE.,M.Si.Akt,CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Univesitas Wahid Hasyim Semarang.
4. Yulekhah Ariyanti,SE.,MM Selaku Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi Univesitas Wahid Hasyim Semarang.
5. Bapak/ Ibu Dosen yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan Skripsi.
6. Segenap Dosen UNWAHAS Semarang, terutama Dosen Ekonomi yang telah mengajar penulis dari awal semester hingga akhir.
7. Segenap Staf Jurusan Ekonomi atas bantuan dan partisipasinya dalam pelayanan administrasi yang telah memudahkan penulis.
8. Seluruh Staf Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Wahid Hasyim Semarang.
9. Kedua orang tua ku, yang telah memberikan dorongan dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

10. Kepada Adiku Muhamad Reza Suraji yang selalu memberikan dukungan hingga skripsiku selesai.
11. Teman-teman Ekonomi Manajemen Angkatan 2015 yang selalu memberikan semangat kepada penulis dan semua teman seperjuangan , tetap terus berkarya.
12. Keluarga besar Instalasi Cendrawasih RSUP Dr.Kariadi Semarang yang selalu meberikan semangat.
13. Teman-teman Pantry yang selalu mendukung skripsi saya.
14. Segenap karyawan Citra Mart yang telah memberikan ijin penelitian dan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
15. Para Responden yang telah bersedia mengisi angket penelitian di Citra Mart KPRI Bina Citra Husada RSUP Dr.Kariadi Semarang.

Dan terimakasih saya ucapkan kepada semua pihak-pihak yang tidak dapat saya sebutkan namanya satu persatu. Yang mana telah memberikan dukungan dan doa, sehingga skripsi saya dapat diselesaikan dengan lancar.

Semarang, 02 Maret 2019

Penulis,

Fitri Analia

NIM.151010158



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERYATAAN KEASLIAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iv
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Sistematika Penelitian .....	7
<b>BAB II TINJUAN PUSTAKA</b> .....	9
2.1 Landasan Teori .....	9
2.1.1 Perilaku Konsumen .....	9
2.1.1.1 Pengertian Perilaku Konsumen .....	9
2.1.2 Keputusan Pembelian.....	11
2.1.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	11
2.1.2.2 Tahap Proses Keputusan Pembelian .....	12
2.1.2.3 Indikator Keputusan Pembelian .....	14
2.1.3 Gaya Hidup .....	15
2.1.3.1 Pengertian Gaya Hidup .....	15
2.1.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup.....	16
2.1.3.3 Dimensi Gaya Hidup.....	20
2.1.3.4 Indikator Gaya Hidup.....	21
2.1.4 Sikap Gender .....	23
2.1.4.1 Pengertian Sikap Gender.....	23
2.1.4.2 Karakteristik Sikap Konsumen Laki-Laki dalam Berbelanja .....	23
2.1.4.3 Karakteristik Sikap Konsumen Perempuan dalam Berbelanja .....	24
2.1.4.4 Indikator Sikap Gender .....	30
2.2 Penelitian Terdahulu .....	33
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	34
2.4 Hipotesis dan Pengaruh Antar Variabel .....	34
2.4.1 Pengaruh antara Gaya Hidup dengan Keputusan Pembelian.....	34
2.4.2 Pengaruh antara Sikap Gender dengan Keputusan Pembelian.....	35
2.4.3 Pengaruh antara Gaya Hidup, Sikap Gender dengan Keputusan Pembelian .....	36

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>38</b>
3.1 VariabelPenelitiandanDefinisiPenelitian .....	38
3.1.1 VariabelPenelitian .....	38
3.1.2 DefinisiOperasional.....	39
3.2 PopulasidanSampelPenelitian .....	40
3.2.1 Populasi .....	40
3.2.2 Sampel.....	40
3.3 Jenis Data danSumber Data .....	42
3.3.1 Data Primer .....	42
3.3.2 Data Sekunder .....	42
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	42
3.4.1 Kuisisioner.....	42
3.4.2 Observasi.....	43
3.5 Uji Instrumen Penelitian.....	43
3.5.1 Uji Validitas dan Uji Reabilitas .....	43
3.5.1.1 UjiValiditas.....	43
3.5.1.2 UjiReabilitas .....	44
3.6 UjiAsumsiKlasik .....	44
3.6.1 Uji Normalitas.....	44
3.6.2 UjiHeteroskedastisitas .....	45
3.6.3 Uji Multikolonieritas.....	46
3.7 AnalisisRegresi Linier Berganda.....	46
3.8 PengujianHipotesis.....	47
3.8.1 Uji T.....	47
3.8.2 Uji F.....	48
3.9 KoefisienDeterminasi ( $R^2$ ).....	48
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>49</b>
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian.....	49
4.1.1 Diskripsi Perusahaan .....	49
4.1.2 Karakteristik Responden.....	50
4.1.2.1 Berdasarkan Jenis Kelamin .....	50
4.1.2.2 Berdasarkan Umur Responden .....	51
4.1.2.3 Berdasarkan Pekerjaan Responden.....	54
4.2 Deskripsi Data Penelitian.....	55
4.2.1 Deskripsi Variabel Gaya Hidup.....	57
4.2.2 Deskripsi Variabel Sikap Gender .....	59
4.2.3 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian .....	61
4.3 Uji Analisis Data.....	63

4.3.1 Uji Validitas.....	63
4.3.2 Uji Reabilitas .....	65
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	66
4.4.1 Uji Normalitas .....	67
4.4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	68
4.4.3 Uji Multikolinieritas .....	70
4.5 Uji Regresi Linier Berganda .....	71
4.6 Pengujian Hipotesis.....	73
4.6.1 Uji T ( Pengujian Secara Parsial).....	73
4.6.2 Uji F ( Uji Hipotesis Secara Simultan).....	75
4.7 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	76
4.8 Pembahasan.....	78
4.8.1 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Citra Mart KPRI Bina Citra Husada RSUP Dr.Kariadi Semarang .....	78
4.8.2 Pengaruh Sikap Gender Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Citra Mart KPRI Bina Citra Husada RSUP Dr.Kariadi Semarang .....	79
4.8.3 Pengaruh Gaya Hidup dan Sikap Gender Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Citra Mart KPRI Bina Citra Husada RSUP Dr.Kariadi Semarang.....	81
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>83</b>
5.1 Kesimpulan Penelitian .....	83
5.2 Saran.....	84
5.2.1 Keterbatasan Penelitian .....	85
5.2.2 Agenda Penelitian Selanjutnya.....	86
DAFTAR PUSTAKA .....	87
LAMPIRAN-LAMPIRAN .....	90

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1 Data Penjualan Citra Mart .....	2
Tabel 1.2 Jumlah Customer Citra Mart .....	3
Tabel 2.2 Dimensi Gaya Hidup .....	20
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu .....	32
Tabel 3.1 Variabel Penelitian dan Devinisi Operasional .....	39
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	51
Tabel 4.2 Komposisi Responden Menurut Umur .....	53
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	54
Tabel 4.4 Tangapan Responden Berdasarkan Gaya Hidup .....	57
Tabel 4.5 Tangapan Responden Berdasarkan Sikap Gender .....	59
Tabel 4.6 Tangapan Responden Berdasarkan Keputusan Pembelian .....	61
Tabel 4.7 Uji Validitas .....	63
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas.....	66
Tabel 4.9 Uji Normalitas K-S .....	68
Tabel 4.10 Uji Multikolinieritas .....	71
Tabel 4.11 Uji Regresi Linier Beganda.....	72
Tabel 4.12 Uji -t Secara Persial .....	74
Tabel 4.13 Perbandingan r Tabel dan t Hitung .....	75
Tabel 4.14 Hasil Regresi Analisis Secara Simultan .....	76
Tabel 4.15 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	77

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	10
Gambar 2.2 Tahap Proses Keputusan Pembelian .....	12
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	34
Gambar 4.1 Hasil Pengujian Normalitas Data .....	67
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	70



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Kuisisioner Penelitian .....	
Lampiran II Tabel Input Data Responden .....	
Lampiran III Tabel Penelitian .....	
Lampiran IV Uji Validitas .....	
Lampiran V Uji Realibilitas .....	
Lampiran VI Analisis Descriptiv Statistik .....	
Lampiran VII Analisis Regresi Linier Berganda .....	
Lampiran VIII Asumsi Klasik.....	

