



Plagiarism Checker X Originality Report

Similarity Found: 25%

Date: Friday, January 01, 2021

Statistics: 1107 words Plagiarized / 4377 Total words

Remarks: Medium Plagiarism Detected - Your Document needs Selective Improvement.

119 PENGARUH GAYA HIDUP, KELAS SOSIAL , DAN KEPERIBADIAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PERUMAHAN GRIYA PERMATA INSANI Muhammad David, Sumi armi, Arian Yusuf Wicaksono Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KH.Ahmad dahlan Lamongan muhammaddavid@stiekhad.id Abstract The purpose of this study was to determine that the influence of consumer behavior on lifestyle, social class, and personality had a significant effect on purchasing decisions in choosing the housing of Griya Permata Insani Lamongan. The population in this study is the Griya Permata Insani Lamongan Housing Customer. This type of research is quantitative research. The analytical tool used is multiple linear regression.

In this study, the dependent variable (Y) used is a purchasing decision to choose the housing of Griya Permata insani housing. While the independent variables consist of Lifestyle (X1), Social class (X2), and Personality (X3). The results of multiple linear regression tests obtained coefficient values for lifestyle variables of 0.224. Based on the t test, the value of $t_{count} > t_{table}$ is $3,946 > 1,990$. while the significant value of $0.000 < 0.005$, therefore the lifestyle variable has an influence on purchasing decisions on the housing of the Permata Mani Housing. The results of multiple linear regression tests obtained coefficient values for social class variables of 0.191.

Based on the t test, the value of $t_{count} > t_{table}$ is $5.034 > 1.990$. while a significant value of $0.000 < 0.005$, therefore social class variables have an influence on purchasing decisions on the housing of the Permata Mani Housing. The results of multiple linear regression tests obtained by the coefficient value for the personality variable of 0.672. Based on the t test, the value of $t_{count} > t_{table}$ is $11.634 > 1.990$. while the significant value of $0.000 < 0.005$, therefore the personality variable has an influence on purchasing decisions on the housing of the Permata Mani Housing.

Keyword : Gaya hidup, kelas sosial, kepribadian, dan keputusan pembelian 120 Abstrak
Tujuan Dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bahwa pengaruh perilaku konsumen gaya hidup, kelas sosial, dan kepribadian berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian memilih perumahan griya permata insani Lamongan Populasi Dalam Penelitian ini adalah Customer Perumahan Griya permata insani Lamongan . Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda . Dalam penelitian ini, Variabel dependen (Y) yang digunakan adalah keputusan pembelian memilih perumahan griya permata insani.

Sedangkan variabel independennya terdiri dari Gaya hidup(X1), Kelas sosial (X2), Dan Kepribadian (X3). Hasil uji regresi linier berganda diperoleh nilai koefisien untuk variabel gaya hidup sebesar 0.224 . Berdasarkan uji t diperoleh nilai thitung > ttabel yaitu $3.946 > 1.990$. sementara nilai signifikan $0.000 < 0.005$ maka dari itu variabel gaya hidup mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian pada perumahan griya permata insani. Hasil uji regresi linier berganda diperoleh nilai koefisien untuk variabel kelas sosial sebesar 0.191 . Berdasarkan uji t diperoleh nilai thitung > ttabel yaitu $5.034 > 1.990$. sementara nilai signifikan $0.000 < 0.005$ maka dari itu variabel kelas sosial mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian pada perumahan griya permata insani. Hasil uji regresi linier berganda diperoleh nilai koefisien untuk variabel kepribadian sebesar 0.672 .

Berdasarkan uji t diperoleh nilai thitung > ttabel yaitu $11.634 > 1.990$. sementara nilai signifikan $0.000 < 0.005$ maka dari itu variabel kepribadian mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian pada perumahan griya permata insani Kata Kunci: Gaya Hidup, Kelas Sosial, kepribadian, Dan Keputusan Pembelian PENDAHULUAN Latar Belakang Kebutuhan manusia yang mendasar salah satunya adalah masalah tempat tinggal atau papan. Rumah sebagai tempat tinggal adalah salah satu kebutuhan pokok manusia selain pakaian dan makanan.

Setiap Manusia membutuhkan rumah untuk tempat berlindung dan berlangsungnya aktivitas keluarga, sekaligus sebagai sarana invesatasi. Perumahan dan permukiman merupakan aspek penting dalam analisis ekonomi wilayah dan perkotaan. Hal ini beralasan karena kegiatan perumahan dan permukiman merupakan salah satu kebutuhan pokok dalam kehidupan masyarakat yang sangat menentukan tingkat kemakmuran dan kesejahteraan 121 sosial, bahkan perkembangan dalam pembangunan tersebut juga sekaligus mencerminkan tingkat peradaban suatu masyarakat atau bangsa (Sjafrizal,2014:239).

Saat ini, kota-kota di indonesia telah mengalami perkembangan yang pesat sehingga

muncul pergeseran fungsi-fungsi kekotaan ke daerah pinggiran kota (urban fringe) yang disebut dengan proses perembetan kenampakan fisik kekotaan ke arah luar dari kota (urban sprawl). Akibat selanjutnya adalah di daerah pinggiran kota mengalami proses transformasi spasial berupa proses densifikasi permukiman dari transformasi sosial. Proses densifikasi permukiman yang terjadi di daerah pinggiran kota merupakan realisasi dari meningkatnya kebutuhan akan ruang di daerah perkotaan (Giyarsih,2001).

Jumlah Penduduk perkotaan bertambah terus menerus karena arus urbanisasi penduduk, hal tersebut disebabkan karena adanya penduduk daerah pedesaan ke daerah perkotaan meningkat dengan cepat. Karena daerah perkotaan mempunyai daya tarik yang sangat kuat. Sebagai konsekuensinya diperlukan pembangunan baru untuk pendatang baru dan pertambahan penduduk alamiah (Adisasmita,2006:6). Sejalan dengan hal tersebut maka perumahan sangat berperan penting bagi kehidupan manusia. Dimana ketersediaan lahan untuk tempat tinggal semakin sempit yang akan mengakibatkan harga tanah dan rumah semakin mahal. Maka untuk menunjang keberhasilan usaha juga perlu memperhatikan pemasaran agar konsumen lebih percaya.

Gaya hidup berkembang pada tiga dimensi yaitu, aktifitas, minat dan opini. Secara luas gaya hidup dapat didefinisikan sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting (minat) dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia sekitar (opini) (Sutisna, 2004: 145). Kelas sosial merupakan pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen, yang tersusun secara hirarkis dan para anggotanya menganut nilai, minat, dan perilaku yang serupa (Kotler, 2005: 203).

kepribadian dapat didefinisikan sebagai pola sifat individu yang dapat menentukan tanggapan untuk bertindak laku (Swastha dan Irawan, 2008: 112). Berdasarkan uraian diatas maka peneliti memilih judul " Pengaruh gaya hidup, kelas sosial dan kepribadian terhadap keputusan pembelian pada perumahan griya permata insan i". Rumusan Masalah 1. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada 122 perumahan griya permata Insani Lamongan ? 2. Apakah kelas sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada perumahan griya permata insani Lamongan ? 3.

Apakah kepribadian berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada perumahan griya permata insani Lamongan ? 4. Apakah gaya hidup , kelas sosial , dan kepribadian berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada perumahan griya permata insani Lamongan ? Tujuan Penelitian 1. Untuk mengetahui apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada perumahan griya permata Insani Lamongan. 2. Untuk mengetahui apakah kelas sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada perumahan griya permata insani Lamongan. 3.

Untuk mengetahui apakah kepribadian berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada perumahan griya permata insani Lamongan. 4. Untuk mengetahui apakah gaya hidup, kelas sosial, dan kepribadian berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada perumahan griya permata insani Lamongan. Kajian Pustaka Gaya hidup itu pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya (AIO). Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang atau seluruh pola dalam berinteraksi dengan lingkungannya.

Secara umum dapat diartikan sebagai suatu gaya hidup yang dikenali dengan bagaimana orang menghabiskan waktunya (aktivitas), apa yang penting orang pertimbangkan pada lingkungan (minat), dan apa yang orang pikirkan tentang diri sendiri dan dunia di sekitar (opini). Gaya hidup merupakan perilaku seseorang yang ditunjukkan dalam aktivitas, minat dan opini khususnya yang berkaitan dengan citra diri untuk merefleksikan status sosialnya (Kotler, 2002: 192). 1. Indikator Gaya Hidup Menurut Sunarto, terdapat tiga indikator gaya hidup seseorang yaitu sebagai berikut (Mandey, 2009:93): a.

Kegiatan (Activity) adalah apa yang dikerjakan konsumen, produk apa yang dibeli atau digunakan, kegiatan apa yang dilakukan untuk mengisi waktu luang. Walaupun kegiatan ini biasanya dapat diamati, alasan untuk tindakan tersebut jarang dapat diukur secara langsung. b. Minat (Interest) adalah objek peristiwa, atau topik dalam tingkat kegairahan yang menyertai perhatian khusus maupun terus-menerus kepadanya. Interest dapat berupa kesukaan, kegemaran dan prioritas dalam hidup konsumen tersebut.

Minat merupakan apa yang konsumen anggap menarik untuk meluangkan waktu dan mengeluarkan uang. Minat merupakan faktor pribadi konsumen dalam mempengaruhi proses pengambilan keputusan. c. Opini (Opinion) adalah pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu global, lokal oral ekonomi dan sosial. Opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan dan evaluasi, seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi sehubungan dengan peristiwa masa datang dan penimbangan konsekuensi yang memberi ganjaran atau menghukum dari jalannya tindakan alternatif. Kelas Sosial Kelas sosial itu sebuah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat yang tersusun dalam urutan jenjang.

Kelas sosial adalah faktor sosial-kebudayaan lain yang dapat mempengaruhi pandangan dan tingkah laku pembeli yang dikelompokkan menjadi tiga golongan yang didasari dengan tingkat pendapatan, macam perumahan, dan lokasi tempat tinggal (Swastha

dan Irawan, 2008: 107). 1. Indikator Kelas sosial Menurut Ujang Sumarwan (2004: 219) Dibagi atas 3 macam : a. Pekerjaan Manusia adalah makhluk yang berkembang dan makhluk yang aktif. Manusia disebut sebagai makhluk yang suka bekerja, manusia bekerja untuk memenuhi kebutuhan pokoknya yang terdiri dari pakaian, sandang, papan, serta memenuhi kebutuhan sekunder seperti pendidikan tinggi, kendaraan, alat hiburan dan sebagainya (Mulyanto, 1985:2). b. Prestasi pribadi Segala sesuatu yang dapat diraih oleh seseorang baik dari segi apapun sebagaimana dimana prestasi diraih oleh seseorang tersebut tidak sama dengan orang lain (Susanti :2010). c.

Interaksi Hubungan sosial yang dinamis antara individu dengan individu lainnya atau kelompok untuk mencapai tujuan bersama (Macionis). d. Pemilikan Menurut PSAK No. 16 revisi tahun 2011, pengertian Pemilikan adalah semua kekayaan yang dimiliki oleh seseorang atau perusahaan, baik berwujud maupun tidak berwujud yang berharga atau bernilai yang akan mendatangkan manfaat bagi seseorang atau perusahaan tersebut. Kepribadian merupakan salah satu kajian psikologi yang lahir berdasarkan pemikiran, kajian atau temuan-temuan (hasil praktik penanganan kasus) para ahli, objek kajian kepribadian adalah " human behavior " , perilaku manusia yang pembahasannya terkait dengan ada, mengapa, dan bagaimana perilaku tersebut (Yusuf dan Nurihsan, 2007: 1). 1. Indikator Kepribadian Menurut Setiadi Nugroho (2015:26) Dibagi atas 3 macam : a.

Percaya Diri Sikap positif seseorang individu yang memampukan dirinya untuk mengembangkan penilaian positif, baik terhadap diri sendiri maupun terhadap lingkungan atau situasi yang dihadapinya (Fatimah,2010:149). b. Rekomendasi Orang Lain Saran yang sifatnya Menganjurkan dan membenarkan mengenai sesuatu atau seseorang (Kotler dan Keller : 2007). c. Beradaptasi atau bersosialisasi Segenap proses yang menuntut individu mengembangkan potensi tingkah laku aktualnya yang diyakini kebenarannya dalam kehidupan bermasyarakat (Sari: 2009).

Keputusan pembelian konsumen akan menentukan pengambilan keputusan dalam pembelian mereka. Proses tersebut merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri atas enam tahap yaitu: menganalisa keinginan dan kebutuhan, menilai beberapa sumber yang ada, menetapkan tujuan pembelian, mengidentifikasi alternatif pembelian, mengambil keputusan untuk membeli dan perilaku sesudah pembelian (Irawan dan Farid 2000: 41). I. Indikator keputusan pembelian Menurut Philip Kotler (1995), indikator Keputusan Pembelian : a.

Kemantapan pembeli pada produk Membeli produk diutamakan kualitas produk yang sangat baik akan membangun kepercayaan konsumen sehingga merupakan penunjang kepuasan konsumen. b. Kebiasaan pembeli dalam membeli produk.

Pengulangan sesuatu secara termenerus dalam melakukan pembelian produk yang sama. c. Pemberian rekomendasi kepada orang lain atas produk. Memberikan kepada seseorang atau lebih bahwa sesuatu yang didapat dipercaya, dapat juga merekomendasikan diartikan 125 menyarankan, mengajak atau bergabung dalam memilih sebuah produk. d. Melakukan pembelian ulang pada produk Sesorang.

Melakukan pembelian produk dan menentukan untuk membeli lagi, maka pembelian kedua dan selanjutnya dikatakan pembelian ulang. Hipotesis Lihat Gambar 2.1 penelitian Kuantitatif dinamakan metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga mudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian Populasi dan Sampel Penelitian Populasi dalam penelitian ini adalah semua orang yang membeli perumahan di Griya Permata Insani dengan jumlah populasi sebanyak 550.

Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 85 orang dengan menggunakan rumus slovin yaitu: $n = \frac{N}{1 + \frac{N \cdot e^2}{K^2}}$ GAYA HIDUP Keterangan : n = Sampel $e = 10\%$ $N =$ Jumlah Populasi $e =$ Perkiraan Jumlah Kesalahan Diketahui : $N = 550$ $e = 10\%$ Berdasarkan hasil perhitungan yang tela $n = 84,61$ Gambar 2.1 Kerangka Konsep Metode Penelitian Jenis penelitian Sesuai dengan tujuan yang telah diuraikan, maka penelitian yang dilakukan termasuk penelitian Kuantitatif.

Metode $n = 84,61$ di bulatkan menjadi 85 Responden h dilakukan, maka jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 85 orang. Jenis dan Sumber Data 126 Sumber data yang penulis pergunakan dalam penelitian ini adalah: a. Data Primer Sumber data yang digunakan adalah data primer, adapun data primernya dalam hal ini adalah data yang diperoleh dari jawaban responden yang diteliti, yaitu berupa data mengenai pendapat atau fenomena dari obyek. b. Skala Pengukuran Kuisisioner ini dibuat peneliti dengan menggunakan skala likert dalam skala likert, kemungkinan jawaban tidak hanya sekedar " setuju atau " tidak setuju " , tidak hanya " menola k" atau " menerima " tidak hanya " ya " atau " tida k" saja, melainkan dibuat dengan lebih banyak kemungkinan jawaban. Sugiyono (2016:93) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial.

Dalam skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan- pertanyaan jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negative. Metode Pengumpulan Data Menurut Sugiyono (2016: 137) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.

Teknik yang digunakan adalah dengan menggunakan metode kuesioner yang merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memperoleh data dari responden dengan mengutarakan atau mengajukan beberapa pertanyaan tertulis kepada konsumen. Teknik Analisis Data Analisis yang digunakan meliputi Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Normalitas, Uji Autokorelasi, Analisis Regresi Linier Berganda, Koefisien Determinasi, Uji t, Uji F. PEMBAHASAN Uji Kualitas Data a. Uji Validitas Pengertian validitas menurut Sugiyono (2014:267) adalah: "Validitas merupakan derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh penelitian.

Dengan demikian data yang valid adalah data " yang tidak berbeda " antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian " 127 al (X1) 2 Gay 0,650 0,60 Reliabel a Hid up (X2) 3 Kep 0,701 0,60 Reliabel riba dian (X3) 4 Kep 0,693 0,60 Reliabel utus an Pem beli an (Y) No Var Cronb Standa Keteran iabe ach rt gan I Alpha Reliabi litas 1 Kel 0,757 0,60 Reliabel as Sosi Hasil Uji Validitas Hasil uji validitas menunjukkan bahwa indikator-indikator dari semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid atau mampu mengukur data dari variabel-variabel berkisar antara (0,213) sampai (0,625) dan berada diatas r tabel (two tailed), dimana r tabel adalah nilai r product moment yang terdapat di tabel. b.

Uji Reliabilitas Uji reliabilitas menurut Tony Wijaya (2013:85) adalah berkaitan dengan masalah adanya kepercayaan terhadap instrumen. Suatu instrumen dapat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi (konsisten) jika hasil dari pengujian instrument tersebut menunjukkan hasil yang tetap. Dengan demikian, masalah reliabilitas instrumen berhubungan dengan masalah ketepatan hasil. Hasil Uji Reliabilitas Sumber: Data primer diolah, 2020 Berdasarkan tabel diatas menunjukkan hasil pengujian reliabilitas dengan IBM SPSS statistic 21 metode Alpha Cronbach ' s diperoleh koefisien alpha pada semua variabel bebas kelas sosial 0,757, gaya hidup 0,650, kepribadian 0,701 dan variabel terikat keputusan pembelian sebesar 0,693 lebih besar dari standart reliabilitas (0,60) dengan tingkat signifikans $\alpha = 5\%$ sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen dalam variabel bebas dan terikat adalah reliabel.

Uji Asumsi Klasik 128 a. Uji Multikolinearitas Uji asumsi klasik jenis ini di terapkan untuk analisis regresi berganda yang terdiri atas dua atau lebih variable bebas / independent variable, dimana akan di ukur tingkat asosiasi pengaruh antar variabel bebas tersebut melalui besaran nilai toleransi (α) dan nilai variance inflation factor (VIF). Variabel bebas mengalami multikolinieritas jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan $VIF_{hitung} > VIF_{tabel}$ dan variabel bebas tidak mengalami multikolinieritas jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $VIF_{hitung} < VIF_{tabel}$ (Sunyoto, 2013: 145).

Hasil Uji Multikolinearitas Hasil pengujian multikolinearitas dengan SPSS dengan nilai

tolerance X1 sebesar 0,876, X2 0,942 dan X3 sebesar 0,908 dan nilai VIF X1 sebesar 1,142, X2 1,062 dan X3 sebesar 1,102 ini berarti bahwa regresi bebas dari multikolinieritas dan model regresi layak digunakan, karena nilai tolerance lebih dari 0,10 dan VIF kurang dari 10. b. Uji Heteroskedastisitas Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. (Ghozali, 2016: 134).

Hasil Uji Heteroskedastisitas Hasil uji heteroskedastisitas dengan grafik plot adalah jika titik-titik dalam grafik tersebar (tidak membentuk pola) maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Berdasarkan gambar tersebut dapat dilihat bahwa titik-titik yang ada tidak membentuk pola yang teratur. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada data dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas atau homokedastisitas artinya dalam fungsi regresi di penelitian ini tidak muncul gangguan karena varian yang tidak sama. c.

Uji Normalitas Uji normalitas bertujuan apakah dalam model regresi variabel dependen dan variabel independent mempunyai kontribusi atau tidak. Model regresi yang baik adalah data distribusi normal atau mendekati normal (Ghozali dalam Cholif Nur, 2017:39). Hasil Uji Normalitas Hasil uji normalitas dapat diketahui bahwa sebaran titik-titik menyebar disekitar garis diagonal berarti data tersebut berdistribusi normal sehingga model regresi ini dapat dipakai untuk memprediksi probabilitas berdasarkan masukan variabel dependennya. d. Uji Autokorelasi 129 Model Unstandardi Stan t Sig. zed dardi Coefficients zed Coef ficie nts B Std.

Beta Error 1 (Cons 2,214 1,100 2,21 ,03 tant) 2 0 0 Gaya ,224 ,057 ,231 3,94 ,00 hidu 6 0 p Kela ,191 ,038 ,264 5,03 ,00 s 4 0 sosia l Kepr 672 ,058 670 11,6 ,00 ibadi 43 0 an Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah ada korelasi antar anggota sampel atau data pengamatan yang diurutkan berdasarkan waktu, sehingga munculnya suatu datum dipengaruhi oleh datum sebelumnya. Dalam penelitian ini bila terjadi Autokorelasi, berarti fundamental selain dipengaruhi oleh Variabel Independen juga dipengaruhi fundamental pada periode sebelumnya.

Hasil Uji Autokorelasi Berdasarkan uji yang telah dilakukan maka didapat nilai uji Durbin-Watson sebesar 2,206. Kemudian nilai tersebut dibandingkan dengan dl dan du. Nilai dl dan du dapat dilihat dari tabel Durbin- Watson dengan $\alpha = 5\%$, $n =$ jumlah data, $K =$ jumlah variabel independen. Maka ditemukan nilai $dl = 1,5752$ dan nilai $du = 1,7210$ $k = 3$ dan $n = 85$. Dengan demikian setelah diperhitungkan dan dibandingkan dengan tabel Durbin-Watson, yakni $dl < dw < du$. Jadi $1,5752 < 2,206 < 1,7210$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi pada model regresi dalam penelitian ini.

Analisis Regresi Linier Berganda Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya masing-masing antara variabel bebas yaitu Kelas Sosial, Gaya Hidup, Kepribadian terhadap keputusan pembelian. Berikut adalah tabel yang menunjukkan hasil analisis regresi linier berganda. Hasil analisis regresi linier berganda disajikan pada tabel berikut ini: Coefficientsa Sumber: Data primer diolah (2018)
Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada tabel di atas diperoleh koefisien untuk variabel bebas $X_1 = 0,224$; $X_2 = 0,191$; $X_3 = 0,672$ konstanta sebesar 2.214 sehingga Model R^2 Adjusted R^2 Std. Error of the Estimate 1,870 a,757,748,71288 Model R^2 Adjusted R^2 Std.

Error of the Estimate 1,889a,790,783,66669 didapatkan suatu persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 2,214 + 0,224X_1 + 0,191X_2 + 0,672X_3$ Korelasi Berganda Analisis korelasi berganda adalah merupakan angka yang menunjukkan arah dan kuatnya hubungan antara dua variabel independen secara bersama-sama atau lebih dengan satu variabel dependen. Korelasi dilambangkan dengan r dengan ketentuan nilai $(-1 < r < 1)$. Apabila $r = -1$ artinya korelasinya sangat kuat. (Sugiyono, 2014: 43). Hasil korelasi berganda disajikan pada Model Summaryb dimana nilai interval koefisien terletak antara 0,800 – 1,000.

Koefisien Determinasi Sedangkan dari hasil output analisis regresi dapat diketahui nilai R^2 (R Square) yang digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen (X) secara serentak terhadap variabel dependen (Y), seperti pada tabel berikut ini : Model Summaryb tabel berikut ini: Sumber: Data primer diolah (2020)
Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa koefisien korelasi antara variabel independen yaitu variabel kelas sosial, gaya hidup dan kepribadian dengan variabel dependennya yaitu permintaan konsumen adalah sebesar 0,889 sesuai dengan tabel korelasi dapat disimpulkan bahwa hubungan antar variabel sangat kuat Sumber: Data primer diolah (2020) Berdasarkan dari data hasil perhitungan analisis regresi pada tabel di atas di peroleh angka R^2 (R Square) sebesar 0,757 yang berarti 76%.

Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel independen (Kelas Sosial, Gaya Hidup dan Kepribadian) terhadap variabel dependen (Keputusan pembelian) atau variasi variabel independen (Kelas Sosial, Gaya Hidup dan Kepribadian) mampu menjelaskan sebesar 76% variabel 131 dependen (keputusan pembelian). Sedangkan sisanya sebesar 24% ditentukan oleh variabel. Pengujian Hipotesis 1. Uji t Uji t pada dasarnya menunjukkan apakah variabel bebas secara individu mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat. a.

Gaya hidup (X_1) Dari hasil uji t diperoleh nilai t hitung (3,946) lebih besar dari nilai t tabel (1,990), sehingga t hitung > t tabel maka H_0 ditolak H_a diterima yang berarti ada

pengaruh yang signifikan antara variabel X1 dengan variabel Y yang artinya bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel Kelas Sosial terhadap keputusan pembelian pada perumahan Griya Permata Insani. b. Kelas sosial (X2) Dari hasil uji t diperoleh nilai t hitung (5,034) lebih besar dari nilai t table (1,990), sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak H_a diterima yang berarti ada pengaruh yang signifikan antara variabel X2 dengan variabel Y yang artinya bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel Gaya Hidup terhadap keputusan pembelian Perumahan Griya Permata Insani. c.

Kepribadian (X3) Dari hasil uji t diperoleh nilai t hitung (11,643) lebih besar dari nilai t tabel (1,990), sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak H_a diterima yang berarti ada pengaruh yang signifikan antara variabel X3 dengan variabel Y yang artinya bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel Kepribadian terhadap keputusan pembelian pada Perumahan Griya Permata Insani. 2. Uji F Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X1, X2, X3) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y).

Dari hasil uji F diperoleh F hitung sebesar 120,210 sedangkan F tabel sebesar 3,09, karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak H_a diterima artinya bahwa variabel bebas (Kelas Sosial, Gaya Hidup, dan Kepribadian) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Permintaan Konsumen) pada Perumahan Griya Permata Insani. PENUTUP Simpulan 132 Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan sebagaimana telah dijelaskan dalam bab sebelumnya yang memungkinkan bermanfaat dan dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan oleh perusahaan dalam masalah yang ada, khususnya yang berhubungan dengan Permintaan Konsumen, maka berdasarkan pada hasil yang dianalisis dapat diambil kesimpulan antara lain: 1.

Berdasarkan uji t secara parsial yaitu Kelas Sosial (X1), Gaya Hidup (X2), dan Kepribadian (X3) berpengaruh dan signifikan terhadap Permintaan Konsumen (Y), pada Perumahan Griya Permata Insani. Dari hasil uji t parsial diperoleh $t_{hitung}(X1) = 6,188 > t_{tabel} = 1,984$, $t_{hitung}(X2) = 5,802 > t_{tabel} = 1,984$, dan $t_{hitung}(X3) = 11,995 > t_{tabel} = 1,984$ t_{hitung} . Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya dari ketiga variabel (X) mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel Permintaan Konsumen (Y) pada Perumahan Griya Permata Insani. 2.

Berdasarkan uji F secara simultan diperoleh hasil F_{hitung} 120,210 maka pengaruh variabel Kelas Gaya hidup (X1), Kelas sosial (X2), Kepribadian (X3) berpengaruh signifikan secara simultan. Hal ini dibuktikan dari hasil $F_{hitung} = 1,235 > F_{tabel} = 3,11$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya variabel Gaya hidup (X1), kelas sosial (X2), Kepribadian (X3) mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap Keputusan pembelian (Y) pada Perumahan Griya Permata Insani. 3. Hasil uji regresi liner

berganda $Y = 2,214 + 0,224X_1 + 0,191X_2 + 0,6672 X_3$ Dimana Y adalah keputusan pembelian , X1 adalah Gaya hidup , X2 adalah Kelas sosial , dan X3 adalah Kepribadian.

Sehingga dari ketiga variabel bebas (X) diatas adalah mempunyai pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y) pada Perumahan Griya Permata Insani. Saran Setelah mengetahui hasil analisis tersebut diatas, masalah yang sedang di hadapi beserta penyebabnya, maka pada kesempatan ini penulis akan kemukakan saran-saran yang mungkin bermanfaat atau setidaknya dapat dijadikan pertimbangan dan kelangsungan hidup perusahaan dalam rangka mencapai tujuan yang telah direncanakan. Dari hasil analisis data dan pembahasan diatas peneliti memberi saran-saran sebagai berikut: 1.

Bagi Peneliti Dengan melakukan penelitian ini diharapkan penulis dapat mengetahui sejauh mana teori yang pernah diperoleh selama ini dan memberikan sumbangan 133 pemikiran perkembangan ilmu pengetahuan tentang Segmentasi Pasar. 2. Bagi Perusahaan Disarankan pada Perumahan Griya Permata Insani, hendaknya terus memantau perkembangan gaya hidup masyarakat yang berubah-ubah setiap saat, dan disarankan juga untuk membuat inovasi terkini sesuai dengan gaya hidup masyarakat, seperti perubahan desain dan model-model terbaru sesuai dengan perkembangan dunia developer saat ini, sehingga akan banyak menarik minat konsumen untuk membeli rumah di Perumahan Griya Permata Insani. 3.

Bagi Masyarakat Diharapkan akan bermanfaat bagi masyarakat khususnya **untuk menambah wawasan tentang** perusahaan Developer agar meminimalisir dalam menghadapi permasalahan yang mungkin akan terjadi. 4. Bagi Penelitian Selanjutnya dan Universitas Bagi peneliti-peneliti berikutnya yang ingin mengadakan riset serupa, agar dapat mengembangkan hasil penelitian ini dengan mengangkat objek yang lebih luas dan menambah variabel agar dapat mendapatkan hasil yang memuaskan. Dan diharapkan lebih mempersiapkan diri dalam proses pengambilan dan pengumpulan dan segala sesuatunya sehingga penelitian dapat dilaksanakan dengan lebih baik.

Peneliti selanjutnya diharapkan ditunjang dengan wawancara dengan sumbernya agar penelitian dapat menghasilkan hasil yang lebih baik. DAFTAR PUSTAKA 134 Adisasmita. (2006). pembangunan pedesaan dan perkotaan. yogyakarta : graha ilmu. Giyarsih. (2011). Gejala urban sprawl sebagai pemicu proses desinfeksi pemukiman didaerah pinggiran kota (urban fringe area). Jurnal pembangunan wilayah, vol 12 No.1 Maret , Hal 40-45. Irawan., & Farid. (2000). Pemasaran Prinsip dan kasus. Surakarta : University Press. Kadir, H. A. (2015). Pengaruh gaya hidup, kelas sosial, dan kepribadian terhadap keputusan pembelian yamaha matic mio sporty kota Palu. Palu : Jurnal sinar Manajemen 5. Kotler, P. (2005). Teori Perilaku konsumen. Jakarta : PT.indeks. Kelompok Gramedia.

Kotler., & Amtrong. (2001). prinsip-prinsip pemasaran. Jilid 1 dan 2. Edisi 1 dan 12 Jakarta : Erlangga.. Mandey. (2009). Promosi. Pengaruh Faktor Gaya hidup terhadap keputusan Pembelian. Jurnal, Jakarta, Vol.6.No. 1 Robbins. (2006). Perilaku organisasi edisi kesepuluh Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia. Saputro, D. R.(2017). Pengaruh gaya hidup, kelas sosial, dan kepribadian terhadap keputusan pembelian pada IAIN SURAKARTA. Surakarta : IAIN Surakarta. Setiadi. (2003). Perilaku konsumen , konsep dan implikasi untuk strategi dan Setiadi., & Nugroho J. (2008). Perilaku Konsumen (Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran). Jakarta : Penerbit Kencana. Simmaora. (2006).

manajemen sumber daya manusia, edisi 2 Yogyakarta : Sekolah; tinggi ilmu ekonomi YKPN. Sjarifzal. (2014). Perencanaan Pembangunan Daerah dalam Era otonomi. Jakarta :Pt.Rajagrafindo Persada. Sudaryono. (2015). Pengantar Bisnis. Teori dan Contoh Kasus. CV Andi Offset, Yogyakarta : Andi. Sugiyono. Sugiyono. (2015). Statistika Untuk Penelitian. Alfabeta, Bandung : Sachari Agus. 135 Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Bisnis. Alfabeta, Bandung : PT. Alfabet Danandjaja. Sumarwan, U. (2004). Perilaku Konsumen teori dan penerapan dalam pemasaran, Bogor : PT. Ghalia Indonesia. Sutisna. (2003). Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Bandung :PT.Remaja rosdakarya. Sutisna. 2004, perilaku konsumen, Bandung : Rosda Karya. Swastha., & Irawan.

(2008). Manajemen pemasaran modern. Yogyakarta : Liberty. Sycologimania, P. (2018). Peilaku konsumen kelas sosial. Jakarta : Rineka cipta. tinggi Ilmu ekonomi YKPN.

INTERNET SOURCES:

<1% -

<https://id.123dok.com/document/1y996ryg-pengaruh-gaya-hidup-merek-dan-kelompok-referensi-terhadap-keputusan-pembelian-smartphone-iphone-di-fakultas-ekonomi-dan-bisnis-universitas-sumatera-utara.html>

<1% - <http://library.um.ac.id/ptk/index.php?mod=detail&id=57074>

<1% - <http://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/juwarta/article/download/632/596>

<1% -

<https://samsulbahrilubis.blogspot.com/2019/09/perkim-pengantar-perumahan-dan.html>

<1% - <https://muhammadmohar.wordpress.com/wawasan-sosial-budaya/>

1% -

https://www.academia.edu/1414912/ANALISIS_FAKTOR_FAKTOR_YANG_MEMPENGARUHI_PERUBAHAN_PEMANFAATAN_PERUMAHAN_UNTUK_TUJUAN_KOMERSIAL_DI_KAWASAN_TLOGOSARI_

1% - <https://spkassignment.blogspot.com/>

1% -

[https://www.kompasiana.com/ulummutsu/5dbe9fd5097f367a6c1044a2/perkembangan-
pendidikan-dalam-kelompok-sosial](https://www.kompasiana.com/ulummutsu/5dbe9fd5097f367a6c1044a2/perkembangan-
pendidikan-dalam-kelompok-sosial)

1% - <http://eprints.stainkudus.ac.id/134/2/5.%20Bab%202.pdf>

1% - <http://repo.darmajaya.ac.id/462/2/2.%20BAB%20I.pdf>

<1% - <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/catalogue/2019.html>

<1% - <https://repository.telkomuniversity.ac.id/catalogue/2019.html>

<1% -

[https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/7617/Bab%202.p
df?sequence=10&isAllowed=y](https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/7617/Bab%202.p
df?sequence=10&isAllowed=y)

1% -

[https://septianidewi20.wordpress.com/2015/12/01/pengertian-gaya-hidupkelas-sosialst
atus-sosialnilai-sosial/](https://septianidewi20.wordpress.com/2015/12/01/pengertian-gaya-hidupkelas-sosialst
atus-sosialnilai-sosial/)

<1% - <http://jurnal.ulb.ac.id/index.php/ecobisma/article/download/49/47>

2% -

[https://www.academia.edu/38547312/PENGARUH_GAYA_HIDUP_TERHADAP_MINAT_BE
LI_KONSUMEN_DALAM_BERBELANJA_ONLINE_pdf](https://www.academia.edu/38547312/PENGARUH_GAYA_HIDUP_TERHADAP_MINAT_BE
LI_KONSUMEN_DALAM_BERBELANJA_ONLINE_pdf)

2% -

[https://www.kajianpustaka.com/2018/03/pengertian-jenis-indikator-dan-faktor-yang-m
empengaruhi-gaya-hidup.html](https://www.kajianpustaka.com/2018/03/pengertian-jenis-indikator-dan-faktor-yang-m
empengaruhi-gaya-hidup.html)

1% - <http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/1248/2/BAB%202.pdf>

1% -

[https://docobook.com/faktor-faktor-yang-mempengaruhi-keputusan-pembelian-baju22
b06d78d588df9ba3ce4ca3ea47614f81721.html](https://docobook.com/faktor-faktor-yang-mempengaruhi-keputusan-pembelian-baju22
b06d78d588df9ba3ce4ca3ea47614f81721.html)

1% - <http://eprints.umpo.ac.id/2981/1/Jurnal%20AI%20Tijarah.pdf>

<1% - <https://www.slideshare.net/chie05/2-materipresentsiisd1>

1% - <http://repository.unpas.ac.id/43332/4/BAB%20II%20FIX.pdf>

1% -

[https://www.coursehero.com/file/54342835/324396-MAKALAH-KEPRIBADIAN-MUSLIM-
3docx/](https://www.coursehero.com/file/54342835/324396-MAKALAH-KEPRIBADIAN-MUSLIM-
3docx/)

<1% - <https://www.scribd.com/document/332853691/Kepercayaan-Diri>

<1% - <https://nurhadi-bis.blogspot.com/2017/03/pengolahan-analisis-data.html>

<1% - <https://mastahbisnis.com/keputusan-pembelian/>

1% - <https://dinastirev.org/JMPIS/article/download/289/179/>

<1% - <https://id.scribd.com/doc/97842487/Jurnal-Eksis-Vol-III-Nomor-2-2008>

<1% -

[https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/14250/05.2%20bab%202.pdf?sequ
ence=6&isAllowed=y](https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/14250/05.2%20bab%202.pdf?sequ
ence=6&isAllowed=y)

<1% -

<https://journal.ubm.ac.id/index.php/hospitality-pariwisata/article/download/2030/1660>

<1% - <https://doku.pub/documents/buku-metode-penelitian-sugiyono-k0pzv9y68111>
<1% - <http://eprints.umm.ac.id/38109/4/jiptummp-gdl-desypermat-48202-4-babiii.pdf>
<1% -
<http://eprints.umm.ac.id/37205/4/jiptummp-gdl-windaprati-53130-4-babiii-n.pdf>
1% - <https://anggunfreeze.blogspot.com/2012/11/jenis-jenis-skala-pengukuran.html>
1% - <https://wulanunyil.wordpress.com/2013/11/13/macam-macam-skala-pengukuran/>
<1% - <http://eprints.ums.ac.id/50490/6/BAB%20III.pdf>
<1% - <https://nagabiru86.wordpress.com/2009/06/12/data-sekunder-dan-data-primer/>
<1% - http://eprints.undip.ac.id/75441/4/BAB_III.pdf
<1% -
<https://www.scribd.com/document/230920079/Status-Gizi-Dengan-Anemi-Remaja-Putri-pdf-2>
<1% - <http://digilib.uinsby.ac.id/140/6/Bab%203.pdf>
1% - <https://idtesis.com/menguji-kualitas-instrumen-penelitian/>
<1% - <https://docobook.com/download-1518kb-unnes.html>
<1% -
https://www.researchgate.net/publication/332160055_Pengaruh_Perputaran_Kas_dan_Perputaran_Piutang_Terhadap_Profitabilitas_Pada_Perusahaan_Biro_Perjalanan_Wisata_yang_Terdaftar_di_BEI
<1% - <https://journal.umy.ac.id/index.php/mrs/article/download/965/1054>
1% -
<http://jurnal.stiebankbpdjateng.ac.id/jurnal/index.php/magisma/article/download/65/86/>
<1% - <https://duwiconsultant.blogspot.com/2011/11/uji-heteroskedastisitas.html>
1% - <http://journals.ums.ac.id/index.php/jmp/article/download/2972/1911>
1% - <https://www.scribd.com/document/384582905/Asumsi-Klasik-New>
<1% - <http://eprints.walisongo.ac.id/3795/5/052411155%20-%20Bab%204.pdf>
1% - http://a-research.upi.edu/operator/upload/s_pea_0607698_chapter3.pdf
<1% -
<https://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/2122/KIN.CD.054.pdf?sequence=1>
<1% - <https://www.afdhalilahi.com/2016/05/analisis-regresi-linier-berganda.html>
<1% - <https://www.scribd.com/document/388189878/14441-28870-1-SM>
<1% -
<https://123dok.com/document/yn66050q-penelitian-pembahasan-deskripsi-responden-keputusan-pembelian-repository-perpustakaan.html>
<1% -
https://www.academia.edu/37164963/METODA_ANALISIS_REGRESI_LINIER_BERGANDA
<1% - https://www.slideshare.net/Uofa_Unsada/2011420040-ika-oktavia
<1% -

<https://www.roshvisual.com/pengaruh-kualitas-layanan-harga-dan-kualitas-produk-terhadap-kepuasan-konsumen-jasa-fotografi-komersial/>

<1% -

<https://lennyharlianaunidayan.blogspot.com/2018/12/contoh-soal-uji-chi-kuadrat.html>

<1% -

<https://ravsanjani.blogspot.com/2011/04/pengaruh-variabel-segmentasi-psikografi.html>

<1% -

<http://repository.unika.ac.id/16374/4/13.30.0089%20Fariyanti%20Isniah%20W.BAB%20III.pdf>

<1% -

https://www.academia.edu/3412166/PENGARUH_PERILAKU_KONSUMEN_TERHADAP_KEPUTUSAN_PEMBELIAN_JASA_ANGKUTAN_TAXI_EKSEKUTIF_DAN_SUPER_EKSEKUTIF_PADA_CV_TAXI_KITA

1% - <http://library.um.ac.id/ptk/index.php?mod=detail&id=32934>

<1% - <https://docobook.com/pengaruh-produk-pelayanan-dan-religiusitas.html>

<1% - <http://eprints.walisongo.ac.id/6518/4/BAB%20III.pdf>

<1% - <https://manajemenringga.blogspot.com/2010/03/skripsi-manajemen-2010.html>

<1% -

<https://gilangdawous.wordpress.com/2011/05/08/makalah-tentang-pendidikanbos/>

<1% - <https://www.onesearch.id/Record/IOS2779.slims-48639>

<1% - <http://digilib.uinsby.ac.id/15521/9/Daftar%20Pustaka.pdf>