

**PENGARUH *PERCEIVED QUALITY* DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE
DALAM PRESPEKTIF BISNIS SYARIAH
(Studi Pada Pengguna Smartphone di kelurahan Way Dadi,
Kecamatan Sukarame, Kota Bandar Lampung)**

SKRIPSI

Amalia Nurul Rahma

NPM : 1951040230



PRODI : Manajemen Bisnis Syariah

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
1444 H / 2023**

**PENGARUH *PERCEIVED QUALITY* DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE
DALAM PRESPEKTIF BISNIS SYARIAH
(Studi Pada Pengguna Smartphone di kelurahan Way Dadi,
Kecamatan Sukarame, Kota Bandar Lampung)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Syarat-syarat Guna Mendapatkan
Gelara Sarjana Ekonomi**

Oleh

AMALIA NURUL RAHMA

NPM : 1951040230

Pembimbing I : A. ZULIANSYAH, S.SI., M.M

Pembimbing II : Okta Supriyaningsih, S.E.,M.E.Sy

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
1444 H / 2023**

ABSTRAK

Perceived quality adalah persepsi pelanggan terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan dari suatu produk yang berkaitan dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan. Sedangkan gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang di ekspresikan dalam kegiatan sehari-hari, minat dan keadaan sosial. masih banyaknya hasil penelitian bahwasanya seseorang ketika akan memilih suatu produk di dasari dengan *perceived quality* merek tersebut dan juga hanya untuk menunjang gaya hidupnya.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan secara kuantitatif. Data yang di gunakan adalah data primer yaitu dengan menyebarkan kuesioner secara Online dengan menggunakan google form. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna smartphone di Kelurahan Way Dadi, Kecamatan Sukarame, Kota Bandar Lampung yang jumlahnya tidak di ketahui. Sampel yang di gunakan yaitu 100 orang responden dan di ambil dengan cara *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Adapun kriteria yang digunakan dalam menentukan sampel pada penelitian ini yaitu masyarakat yang tinggal di Kelurahan Way Dadi, Kecamatan Sukarame, Kota Bandar Lampung dan yang menggunakan smartphone. Dengan bantuan alat uji Smart PLS3.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) variabel *perceived quality* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) dengan nilai t-statistik $4.312 > 1.96$ dan nilai P-Values $0.000 < 0.05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis 1 di terima. (2) variabel gaya hidup(X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) dengan nilai t-statistik $10.190 > 1.96$ dan nilai P-Values $0.000 < 0.05$. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis 2 di terima. Dalam perspektif bisnis syariah *perceived quality* bahwa seorang konsumen dianjurkan untuk tidak berprasangka buruk. Akan tetapi, untuk menghindari hal yang tidak di inginkan supaya lebih berhati-hati dan antisipasi. Gaya Hidup dalam perspektif bisnis syariah Allah memerintahkan agar manusia memenuhi kebutuhannya secara sederhana, yaitu memenuhi kebutuhan pola hidupnya dengan wajar.

Kata kunci : *perceived quality*, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Perceived quality is the customer's perception of the overall quality or superiority of a product in relation to what the customer expects. Meanwhile, lifestyle is a person's pattern of living in the world which is expressed in daily activities, interests and social circumstances. There are still many research results that show that when someone chooses a product it is based on the perceived quality of the brand and also only to support their lifestyle.

This research uses a quantitative approach method. The data used is primary data, namely by distributing questionnaires online using Google Form. The population in this study is smartphone users in Way Dadi Village, Sukarame District, Bandar Lampung City, the number of which is unknown. The sample used was 100 respondents and was taken using non-probability sampling with a purposive sampling method. The criteria used in determining the sample in this research were people who live in Way Dadi Village, Sukarame District, Bandar Lampung City and who use smartphones. With the help of the Smart PLS3 test tool.

The results of this research show that: (1) the perceived quality variable (X1) has a positive and significant effect on purchasing decisions (Y) with a t-statistic value of 4,312 > 1.96 and a P-Values value of 0.000 < 0.05. This shows that hypothesis 1 is accepted. (2) the lifestyle variable (X2) has a positive and significant influence on purchasing decisions (Y) with a t-statistic value of 10,190 > 1.96 and a P-Values value of 0.000 < 0.05. This shows that hypothesis 2 is accepted. In the sharia business perspective, perceived quality means that a consumer is advised not to have negative prejudices. However, to avoid unwanted things, be more careful and anticipate. Lifestyle from a sharia business perspective, Allah commands humans to fulfill their needs simply, namely fulfilling their lifestyle needs in a reasonable manner.

Keywords: perceived quality, Lifestyle, Purchasing Decisions

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Amalia Nurul Rahma
NPM : 1951040230
Jurusan/Prodi : Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnia Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Perceived Quality* dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Dalam Perspektif Bisnis Syariah (Studi pada pengguna smartphone di kelurahan Way Dadi, Kecamatan Sukarame, kota Bandar Lampung) ”** adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusun sendiri, bukan duplikasi dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam footnote atau daftar pustaka. Apabila dilain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Bandar Lampung, 28 September 2023
Penulis



Amalia Nurul Rahma
NPM 1951040230



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung, Tlp. (0721) 703289

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **Pengaruh Perceived Quality dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Dalam Perspektif Bisnis Syariah (Studi pada pengguna smartphone di kelurahan Way Dadi, Kecamatan Sukarame, kota Bandar Lampung)**

Nama : Amalia Nurul Rahma
NPM : 1951040230
Jurusan : Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk di munaqosyah kan dan dipertahankan dalam sidang
Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I

Pembimbing II

A. ZULIANSYAH, S.SI., M.M
NIP.19830222200912100

Okta Supriyaningsih, S.E.,M.E.Sy
NIK. 20130109841028163

Ketua Jurusan

Dr. Ahmad Habibi, S.E., M.E

NIP. 19790514200312100



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN
LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame, Bandar Lampung, Tlp. (0721) 703289

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“Pengaruh Perceived Quality dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Dalam Perspektif Bisnis Syariah (Studi pada pengguna smartphone di kelurahan Way Dadi, Kecamatan Sukarame, kota Bandar Lampung)”** disusun oleh, **Amalia Nurul Rahma, NPM 1951040230**, program studi **Manajemen Bisnis Syariah**, telah diajukan dalam Sidang Munaqosah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada hari/tanggal : **Jumat, 27 Oktober 2023.**

TIM/DEWAN PENGUJI :

Ketua Sidang : Dr. Hanif, M.M.

Sekretaris : Andika Saputra, S.E., M.M

Penguji I : Suhendar, S.E., M.S.Ak., Akt

Penguji II : Okta Supriyaningsih, S.E., M.E.Sy

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Prof. Dr. Agus Purwanto, SE., MM, Akt, CA
NIP. 1979009262008011008

MOTTO

وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسِطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا

مَحْسُورًا ﴿٢٩﴾

“ Dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu dan janganlah kamu terlalu mengulurkannya karena itu kamu menjadi tercela dan menyesal ”

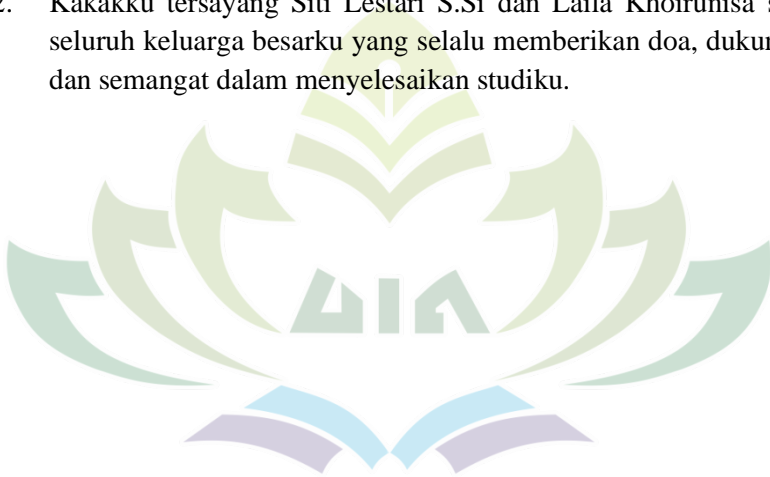
(QS. Al-Isra : 29)



PERSEMBAHAN

Dengan kerendahan hati, teriring doa dan puji syukur kepada Allah SWT, penulis mempersembahkan karya sederhana ini sebagai tanda bakti dan cinta kasihku yang tulus dan mendalam kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta, Bapak Sugeng dan Ibu Musiyah, yang telah memberi dukungan moril maupun materi serta doa yang tiada henti untuk kesuksesanku, karena tiada kata seindah lantunan doa dan tiada doa yang paling khusuk selain doa yang terucap dari kedua orang tuaku. Ucapan terimakasih saja tidak cukup untuk membalas kebaikan kalian, oleh karena itu terimalah persembahan bakti dan cintaku untuk bapak dan ibuku.
2. Kakakku tersayang Siti Lestari S.Si dan Laila Khoirunisa serta seluruh keluarga besarku yang selalu memberikan doa, dukungan dan semangat dalam menyelesaikan studiku.



RIWAYAT HIDUP

Penulis dengan nama Amalia Nurul Rahma, lahir di Desa Rejo Binangun pada tanggal 06 Juli 2000, penulis adalah anak kedua dari tiga bersaudara dan putri dari bapak Sugeng dan Ibu Musiyah.

Pendidikan penulis bermula di SD Negeri 3 Rejo Binangun Kecamatan Raman Utara Kabupaten Lampung Timur, menempuh pendidikan selama 6 tahun dan selesai pada tahun 2012, kemudian penulis melanjutkan pendidikan di MTs Negeri 2 Lampung Timur dan selesai pada tahun 2015, kemudian penulis melanjutkan pendidikan kembali di MAN 1 Lampung Timur dan selesai pada tahun 2018. Pada tahun 2019 melanjutkan ke jenjang Perguruan Tinggi di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung dengan mengambil Program Studi Manajemen Bisnis Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta inayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Perceived Quality dan Gya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Dalam Perspektif Bisnis Syariah (Studi pada pengguna smartphone di kelurahan Way Dadi, Kecamatan Sukarame, kota Bandar Lampung)”. Karya ilmiah ini disusun guna melengkapi serta memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam prodi Manajemen Bisnis Syariah di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung. Atas bantuan semua pihak dalam proses penyelesaian skripsi ini tak lupa di haturkan terimakasih kepada pihak-pihak di bawah ini yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

1. Prof. Dr. Tulus Suyanto, S.E., M.M, Akt, CA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
2. Dr. Ahmad Habibi, S.E., M.E selaku ketua jurusan Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Binsis Islam UIN Raden Intan Lampung.
3. A.Zuliansyah, S.Si., M.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu dan dengan sabar memberi arahan dan membimbing serta memberikan motivasi kepada penulis.
4. Okta Supriyaningsih., S.E., M.E.Sy selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dan dengan sabar memeberi arahan dan membimbing serta memberikan motivasi kepada penulis.
5. Kedua orang tua Saya yang telah memberikan dukungan, Do’a dan motivasi baik secara moril dan materil, Saya ucapkan ribuan terimakasih karena dengan bantuan beliau penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
6. Bapak dan Ibu Dosen yang pernah mengajar saya di jurusana Manajemen Bisnis Syariah pengajar serta Staf Karyawan di

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama menempuh pendidikan di UIN Raden Intan Lampung

7. Reno Setiawan yang telah memberikan semangat, waktu, dan tenaga untuk membantu mencari referensi sehingga dapat menyelesaikan studiku dan yang sudah banyak kesabaran dalam membantuku dan selalu mendukung serta memberikan limpahan pengertian, perhatian, masukkan, serta suport dalam hal apa pun.

Saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun akan Saya terima. Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang membantu untuk menyelesaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat dan menjadi pendorong dunia pendidikan dan ilmu pengetahuan.

Bandar Lampung, 2023
Penulis

Amalia Nurul Rahma
NPM 1951040230

DAFTAR ISI

COVER	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
PERSETUJUAN	v
PENGESAHAN	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
RIWAYAT HIDUP	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Penegasan Judul	1
B. Latar Belakang Masalah.....	3
C. Identifikasi dan Batasan Masalah	9
D. Rumusan Masalah	10
E. Tujuan Masalah	10
F. Manfaat Penelitian	10
G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan	11
H. Sistematika Penulisan	13
BAB II LANDASAN TEORI	15
A. Teori yang Digunakan	15
1. Teori Perilaku Konsumen	15
2. Perceived Quality	19
3. Gaya Hidup	25
4. Keputusan Pembelian	29
5. Kerangka Berpikir	33
B. Pengajuan Hipotesis	35

1. Pengaruh Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian	35
2. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	39
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	39
B. Jenis Penelitian	39
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengumpulan Data.....	40
D. Definisi Operasional Variabel	42
E. Instrumen Penelitian	44
F. Uji Validitas dan Reliabilitas Data	45
G. Uji Hipotesis.....	47
H. Uji Koefisien Diterminasi.....	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	49
A. Deskripsi Data	49
B. Deskripsi Tanggapan Responden.....	51
C. Hasil Penelitian dan Analisis	55
D. Pembahasan Hasil Penelitian dan Analisis	63
BAB V PENUTUP	73
A. Kesimpulan	73
B. Rekomendasi	74
DAFTAR RUJUKAN.....	77
LAMPIRAN.....	85

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Mobile Vendor Market Share Smartphone di Indonesia Tahun 2018 – 2022	4
Tabel 1.2	Daftar Merek Smartphone di Indonesia.....	6
Tabel 3.1	Skala Likert.....	42
Tabel 3.2	Definisi Operasional Variabel	43
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan jenis Kelamin	49
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan usia.....	50
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
Tabel 4.4	Hasil Tanggapan Responden pada Variabel Perceived Quality.....	52
Tabel 4.5	Hasil Tanggapan Responden Pada Variabel Gaya Hidup	53
Tabel 4.6	Hasil Tanggapan Responden Pada Variabel Keputusan Pembelian.....	54
Tabel 4.7	Nilai Outer Loading	56
Tabel 4.8	Nilai Outer Loading	58
Tabel 4.9	Hasil Uji Composite Reliability dan Cronbach's Alpha	60
Tabel 4.10	Hubungan Antar Variabel	61
Tabel 4.11	Hasil R-Square	63
Tabel 4.12	Path Coefficients.....	64
Tabel 4.13	Path Coefficients.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Diagram Variabel	56
Gambar 4.2 Diagram Variabel	58



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Beberapa uraian pengertian dari beberapa istilah yang terdapat pada judul proposal ini terdiri Sebelum penulis membahas lebih lanjut dalam menulis skripsi ini, maka penulis akan menjelaskan beberapa kata yang terdapat pada judul skripsi ini sehingga dapat menghindari kesalahan dalam pemahaman di kalangan pembaca. Adapun judul skripsi ini adalah PENGARUH *PERCEIVED QUALITY* DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE DALAM PERSPEKTIF BISNIS SYARIAH (Studi Pada Pengguna Smartphone di Kelurahan Way Dadi, Kecamatan Sukarame, Kota Bandar Lampung).

Adapun terdiri dari :

1. **Pengaruh** adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang.¹
2. ***Perceived Quality*** adalah persepsi pelanggan terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan produk atau jasa².
3. **Gaya Hidup** adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktifitas, minat dan opininya. Gaya hidup menunjukkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia³.

¹ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa* (Jakarta: PT. Grammedia Pustaka Utama, 2008).

² Muhammad Wira Yoga H.K, *PERCEIVED QUALITY SMARTPHONE DITINJAU DARI COUNTRY IMAGE*, <http://lib.unnes.ac.id/28391/1/1511410012>.

³ Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12 (Jakarta: Erlangga, 2012), 192

4. Keputusan Pembelian adalah tindakan yang dilakukan konsumen untuk melakukan pembelian sebuah produk.
5. Oleh karena itu, pengambilan keputusan pembelian konsumen merupakan suatu proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah dengan tindak lanjut yang nyata⁴.
6. **Perspektif** adalah konteks sistem atau persepsi visual yang dapat di artikan cara bagaimana objek terlihat pada mata manusia berdasarkan sifat spasial, atau dimensi dan posisi mata relatif terhadap suatu objek⁵.
7. **Bisnis Syari'ah** adalah “serangkaian aktivitas jual beli dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah kepemilikan hartanya baik barang atau jasa, tetapi dibatasi cara memperoleh dan menggunakannya⁶.

Berdasarkan penjelasan judul diatas, kesimpulannya adalah suatu hal berupa kekuatan yang dapat mempengaruhi mereka untuk melakukan sebuah keputusan pembelian. Faktor Faktor internal yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah adanya dorongan kuat dari dalam diri seorang individu dengan menggunakan persepsi yang mereka miliki. Lingkungan juga sangat berpengaruh dalam melakukan keputusan pembelian, dimana mengacu pada gaya hidup seseorang yang ada di lingkungan sekitarnya. Serta ilmu pengetahuan yang mempelajari masalah manajemen bisnis yang bersumber dari al-qur'an dan hadist.

⁴ Kotler Philip dan Gary Amstrong, (2012) . Principles of Marketing, Global Edition, 14 Edition, Pearson Education.

⁵ Wildana Latif Mahmudi et al., “Kebenaran Ilmiah (Perspektif Ilmu Ekonomi Islam),” *Orbith* 16, no. 2 (2020): 139–146.

⁶ Prof. Dr. H. Asmuni, MA Hj. Siti Mujiatun, SE, MM, SUATU ALTERNATIF PENGEMBANGAN BISNIS YANG HUMANISTIK DAN BERKEADILAN, Kelompok Penerbit Perdana Mulya Sarana, Anggota Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI) No. 022/SUT/11 Jl. Sosro No. 16-A Medan 20224

B. Latar Belakang Masalah.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang begitu pesat, selain membantu memudahkan manusia dalam berkomunikasi dan mencari informasi maupun menerima informasi tetapi juga menuntut manusia untuk berpikir lebih maju. Pada era teknologi informasi dan komunikasi sekarang ini, komunikasi merupakan hal yang sangat penting sekali. Komunikasi sangat dibutuhkan dalam kehidupan seseorang, bisnis dan juga pendidikan. Alat komunikasi yang semakin canggih dan bermacam-macam menuntut manusia untuk memilikinya. Teknologi informasi dan komunikasi saat ini sudah merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia modern. Di era globalisasi sekarang ini, teknologi informasi dan komunikasi memegang peranan penting dalam berbagai aspek kehidupan manusia.

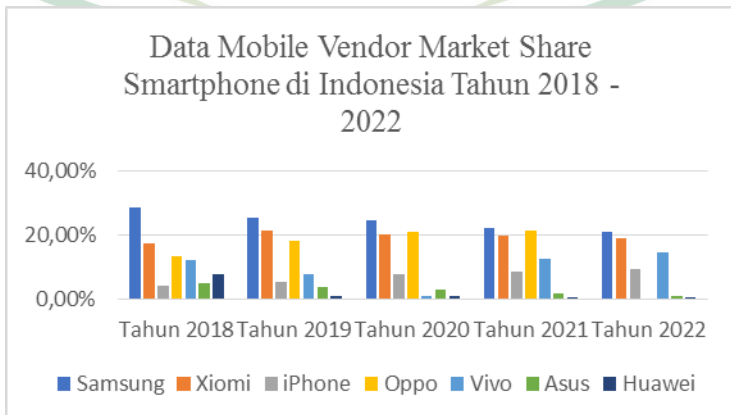
Teknologi, informasi dan komunikasi terus mengalami perubahan dan perkembangan yang sangat pesat. Aktivitas yang dilakukan manusia saat ini semakin beragam, sehingga manusia membutuhkan alat yang mampu mendukung berbagai aktivitas secara efektif dan efisien. Salah satu alat yang banyak mendukung aktivitas manusia saat ini adalah Smartphone. Menurut Walter Buckingham dan sebagian Hartomo yang dimaksud dengan teknologi adalah ilmu pengetahuan yang di terapkan ke dalam seni industri serta oleh karenanya mencakup alat-alat yang memungkinkan terlaksananya efisiensi tenaga kerja menurut keragaman kemampuan⁷. Smartphone disebut cerdas karena smartphone ini memiliki kemampuan tinggi dalam pengoperasiannya. Dibekali berbagai macam fitur yang canggih, smartphone memungkinkan para penggunanya bisa melakukan hal yang biasanya hanya bisa dilakukan pada komputer atau laptop. Dengan kemampuannya tersebut seseorang tidak harus menghabiskan banyak waktu berdiam diri di depan sebuah

⁷ Hartomo, Ilmu Sosiasal Dasar.(Jakarta : PT Bumi Aksara, 2004).h.326.

laptop atau personal computer demi mencari informasi ataupun mengirim data.

Kebutuhan akan alat komunikasi seperti telepon seluler (handphone) atau smartphone sendiri selalu mengalami peningkatan dari tahun ketahun terutama untuk jenis-jenis handphone dengan merek-merek tertentu. Hal ini dikarenakan pola konsumsi konsumen pada saat ini yang selalu menginginkan sebuah kemudahan dalam komunikasi yang dapat mendukung kegiatan sehari-hari baik dari dalam pekerjaan maupun luar pekerjaan dan hal yang lainnya. Sehingga dengan banyaknya merek smartphone yang mulai bermunculan mengikuti kebutuhan konsumen yang ditawarkan oleh merek yang berbeda dan berdampak pula pada ketatnya persaingan untuk mendapatkan konsumen, sehingga menuntut pihak manajemen perusahaan untuk lebih berhati-hati dalam melakukan kegiatan pemasarannya. Berikut adalah data Vendor Market Share smartphone di indonesia Tahun 2018 – 2022.

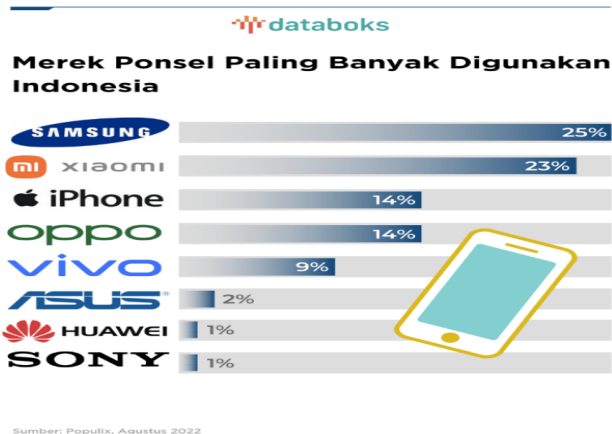
Tabel 1.1 Data Mobile Vendor Market Share Smartphone di Indonesia Tahun 2018 – 2022.



Sumber : gs.statscounter.com

Berdasarkan data di atas bahwasanya persaingan antar perusahaan smartphone semakin ketat. Samsung selalu mengalami penurunan pada setiap tahunnya dan pada tahun 2022 turun menjadi 21.12%. Persentase xiami mengalami peningkatan penjualan sebesar 21.36% pada tahun 2019 dan setelah itu xiami mengalami penurunan di tahun berikutnya. Kemudian iPhone yang selalu mengalami peningkatan dalam setiap tahunnya sehingga pada tahun 2022 persentase iPhone meningkat sebesar 9.53%. Begitu juga Oppo yang mengalami peningkatan pada tahun 2021 sebesar 21.55%. Dengan melihat persentase di atas perusahaan smartphone harus dapat meningkatkan kualitas produk yang akan mereka keluarkan. Smartphone merupakan salah satu teknologi yang berkembang dengan pesat di Indonesia, sehingga banyak sekali perusahaan yang menciptakan smartphone dengan berlomba-lomba untuk meningkatkan keunggulan suatu produk masing-masing. Konsumen untuk menentukan pilihannya pasti butuh referensi dari berbagai sumber dengan adanya komunikasi sosial berbasis internet di mana antar pengguna web dapat saling mengirimkan maupun menerima informasi. Persaingan yang semakin ketat juga membuat keberadaan merek menjadi salah satu unsur yang tidak boleh dilupakan, mengingat merek bukan sekedar nama atau simbol saja melainkan menjadi satu pembeda produk kita dengan produk lainnya sekaligus menegaskan persepsi kualitas dari produk tersebut. Berikut adalah daftar merek smartphone yang banyak di gunakan di Indonesia.

Tabel 1.2 Daftar Merek Smartphone di Indonesia



Sumber : databoks.katadata.co.id

Dengan banyaknya merek smartphone yang di keluarkan oleh beberapa perusahaan seseorang mempunyai pilihan yang lebih banyak. Hal tersebut menjadikan seseorang lebih mudah memilih smarthphone yang mereka inginkan. Akan tetapi, seseorang juga memiliki persepsi kualitas yang berbeda-beda terhadap merek smartphone yang akan mereka beli. Pada saat ini juga, smartphone tidak hanya sebagai teknologi komunikasi namun juga sebagai hal yang mencerminkan ikatan emosional dan budaya yang melambangkan status sosial seseorang sehingga seseorang selalu melihat ponsel sebagai ukuran status sosialnya dan berlomba untuk selalu mengganti ponsel dengan tipe yang terbaru. Smartphone sebagai sebuah produk teknologi komunikasi baru hadir di berbagai kalangan masyarakat dan telah menjadi icon sosial⁸.

Salah satunya yaitu masyarakat yang ada di kelurahan Waydadi, Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung dengan jumlah penduduk sebesar 5.302 jiwa di antaranya 2.507 laki-laki dan 2.795 perempuan.⁹ yang hampir semua

⁸ Nurudin, Sistem Komunikasi Indonesia.(Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2004).h.187.

⁹ <https://bandarlampungkota.bps.go.id/publication/2022/09/26>

kalangan memiliki smartphone. Dengan banyaknya merek smartphone, mereka dapat memilih sesuai dengan persepsi kualitas yang mereka miliki tentang smartphone yang akan mereka pilih. Persepsi kualitas itulah yang kemungkinan besar dapat mempengaruhi dalam menentukan keputusan pembelian.

Dari hasil pra survei dengan minimal 32 responden yang peneliti lakukan bahwasanya masyarakat Kelurahan Waydadi, Kecamatan Sukarame, Kota Bandar Lampung dapat memilih merek smartphone yang mereka inginkan. Dari 32 responden 93,8% yang membeli smartphone di lihat dari persepsi kualitas dan 68,8% responden yang menjawab mereka membeli smartphone karena untuk menunjang gaya hidupnya. Hal tersebut yang menjadikan peneliti untuk mengambil tempat penelitian di kelurahan Way Dadi, kecamatan Sukarame, Kota Bandar Lampung. Persepsi kualitas adalah persepsi pelanggan terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan dari suatu produk yang berkaitan dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan¹⁰.

Persepsi kualitas Menurut Tjiptono menyatakan bahwa persepsi kualitas adalah penilaian konsumen terhadap keunggulan atau superioritas produk secara keseluruhan. Kualitas merupakan komponen kompetitif utama dari strategi perusahaan. Hal ini penting bagi perusahaan retail untuk melakukan kontrol kualitas, karena hubungan kualitas antar retailer mempunyai kaitan yang erat dengan pangsa pasar dan profitabilitas. Simamora mengatakan bahwa apabila bicara mengenai kualitas, maka terdapat objek dan kualitas menurut konsumen (*perceived quality*), yang terpenting adalah persepsi dimata konsumen¹¹. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Febri Adi Purba, Ika Susilowati Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel

¹⁰ Dwiyanti, E., Qomariah, N., & Tyas, W. M. (2018). Pengaruh Persepsi Kualitas, Nama Merek dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(2).

¹¹ Simamora, Henry. 2000. *Manajemen Pemasaran Internasional*. Edisi Pertama, Jilid dua. Jakarta: Salemba Empat.

persepsi kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian¹². Namun berbeda dengan penelitian lain yang dilakukan oleh *Perceived Quality* memperoleh hasil berpengaruh negatif dan tidak signifikan, artinya *perceived quality* bukan variabel yang menentukan keputusan pembelian¹³.

Bukan hanya persepsi kualitas saja yang menjadi faktor dalam keputusan pembelian tetapi juga dapat dipengaruhi oleh gaya hidup. Menurut Kotler dan Armstrong faktor-faktor yang memengaruhi gaya hidup seseorang ada dua faktor yaitu faktor yang berasal dari dalam individu (internal) dan faktor yang berasal dari luar individu (eksternal). Faktor internal seperti, sikap, pengalaman, konsep diri, persepsi dan motif. Sedangkan faktor eksternal kelompok, keluarga ataupun kelas sosial¹⁴. Menurut Munandar Konsumen akan mengambil keputusan untuk membeli produk tersebut jika produk tersebut dapat memenuhi kebutuhannya, dapat dirasakan manfaatnya, atau hanya untuk menunjang gaya hidupnya saja¹⁵. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Yuliana Kartikasari bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian¹⁶. Artinya setiap terjadi peningkatan gaya hidup akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Tetapi, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Faigah A.

¹² Febri Adi Purba, Ika Susilowati. Pengaruh Persepsi Kualitas, Electronic Word of Mouth, dan Country of Origin Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung (Studi pada Mahasiswa Universitas Putra Bangsa Kebumen). Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi 4(3) Juni 2022.

¹³ Puspa Leni, BRAND EQUITY ANTECEDENTS ON THE PURCHASE DECISION OF SAMSUNG SMARTPHONES IN Indonesia, Vol. XVII No.02 Januari 2023

¹⁴ Kotler, P., & Armstrong. (2012). Prinsip-prinsip pemasaran (edisi ke-13). Jilid 1. (Alexander Sindoro, Trans.). Jakarta: Erlangga

¹⁵ Munandar, A. (2001). Psikologi industri dan organisasi. Jakarta: Universitas Indonesia (UI Press)

¹⁶ Yuliana Kartikasari, Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tas Impor Dengan Persepsi Kualitas Sebagai Variabel Mediasi (Studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya). Jurnal Ilmiah Fakultas FEB Universitas Brawijaya..

Badjamal hasil dari gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian¹⁷.

Menurut Kotler dan Armstrong, keputusan pembelian melalui lima tahap proses sebelum akhirnya konsumen memutuskan untuk membeli atau tidak membeli suatu produk yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian Informasi, evaluasi Alternatif, keputusan pembelian, perilaku pasca pembelian¹⁸. Sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk, seorang konsumen pada dasarnya melakukan proses pengambilan keputusan terlebih dahulu. Proses pengambilan keputusan dalam menurut Agussalim merupakan tahapan konsumen dalam memutuskan suatu produk tertentu yang menurutnya sudah paling baik dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan pilihan yang dianggap paling menguntungkan¹⁹.

Dengan adanya permasalahan di atas penulis memutuskan untuk meneliti Pengaruh *Perceived Quality* dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Smartphone dengan obyek penelitian yaitu pengguna smartphone di Kelurahan Way Dadi, Kecamatan Sukarame, Kota Bandar Lampung.

C. Identifikasi dan Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka diperlukan pembatasan permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini. Pembatasan masalah dibuat dikarenakan luasnya permasalahan dan banyaknya faktor yang mempengaruhi permasalahan yang diteliti. Sehingga penelitian ini difokuskan pada keputusan pembelian smartphone studi pada pengguna smartphone di Kelurahan

¹⁷ Pengaruh Gaya Hidup dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Hanphone Merek Samsung di kota palu, Universitas Alkhairaat, Jurnal Trend : Volume. 7, Nomor 2, Januari-Juni 2019, ISSN: 2722-6565

¹⁸ Kotler, P., & Armstrong. (2012). Prinsip-prinsip pemasaran (edisi ke-13). Jilid 1. (Alexander Sindoro, Trans.). Jakarta: Erlangga.

¹⁹ Agussalim, M., Limakrisna, N., & Ali, H. (2017b). Mutual Funds Performance: Conventional and Sharia Product. International Journal of Economics and Financial Issues.

Way Dadi, Kecamatan Sukarame, Kota Bandar Lampung. Faktor-faktor yang mempengaruhi yang hanya berkaitan dengan variabel yaitu, *Perceived Quality* dan Gaya Hidup.

D. Rumusan Masalah

1. Apakah *Perceived Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Smartphone ?
2. Apakah Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Smartphone?
3. Apakah *perceived quality* dan gaya hidup berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian Smartphone?
4. Bagaimana pandangan *perceived quality* dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian dalam perspektif bisnis syariah?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang di buat, berikut tujuan penelitian yang ingin di capai :

1. Untuk menguji pengaruh *perceived quality* terhadap keputusan pembelian Smartphone.
2. Untuk menguji pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian Smartphone.
3. Untuk mengetahui bagaimana pandangan *perceive quality* dalam persepsi bisnis syariah.
4. Untuk mengetahui bagaimana pandangan gaya hidup dalam persepsi bisnis syariah.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini di harapkan dapat memberikan manfaat, baik itu secara teoritis dan praktis, yaitu sebagai berikut :

1. Manfaat Secara Teoritis
Penelitian mengenai Pengaruh *Perceived Quality* dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian di harapkan dapat berguna bagi penelitian-penelitian dengan tema yang sama atau relevan sehingga dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan manajemen bisnis.

2. Manfaat secara praktis

a. Bagi peneliti

Melalui penelitian ini, peneliti dapat mengaplikasikan ilmu pengetahuan selama menempuh studi manajemen bisnis syariah ke dalam karya nyata. Selain itu peneliti dapat mengetahui permasalahan dalam persepsi kualitas yang ada di manajemen bisnis syariah khususnya di bidang manajemen pemasaran.

b. Bagi masyarakat.

Penelitian ini dapat memberikan pengetahuan baru mengenai manajemen pemasaran serta saran dan solusi yang tepat untuk di lakukan.

G. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan

Tidak sedikit penelitian di Indonesia yang membahas tentang keputusan pembelian, tetapi dalam setiap penelitian terdapat ciri atau karakteristik yang berbeda-beda terkait objek, subjek, teori maupun metode penelitian yang digunakan. Variabel (X) yang akan di gunakan dalam penelitian ini yaitu *Perceived Quality* dan Gaya Hidup dengan objek penelitian Smartphone (studi pada pengguna Smartphone di Kelurahan Way Dadi, Kecamatan Sukarame, Kota Bandar Lampung). Karena terdapat banyak perbedaan maka hasil yang dicapai juga merupakan suatu data yang baru atau belum pernah ada sebelumnya karena perbedaan tersebut.

Penelitian ini adalah replika dari Juli Andri yang berjudul pengaruh gaya hidup dan persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian bahan bakar minyak jenis pertalite di Kota Pekanbaru yang mendapatkan hasil penelitian bahwasanya persepsi kualitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ²⁰. Penelitian kali

²⁰ Juli Andri, Pengaruh Gaya Hidup dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bakar Minyak Jenis Pertalite Di Kota Pekanbaru,

ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yaitu objek smartphone dan tempat penelitian yang berbeda yaitu pengguna Smartphone di Kelurahan Way Dadi, Kecamatan Sukarame, Kota Bandar Lampung.

Penelitian yang di lakukan oleh Pipih Sopiyan yang berjudul Pengaruh Persepsi Kualitas dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian menyatakan bahwa persepsi kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Diferensiasi produk mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian, semakin tinggi diferensiasi produk maka akan semakin tinggi keputusan pembelian. Begitupun sebaliknya semakin rendah diferensiasi produk maka keputusan pembelian akan mengalami penurunan²¹. Namun terdapat perbedaan variabel independen dengan penelitian yang akan di lakukan yaitu menggunakan variabel Persepsi kualitas (*perceived quality*) dan gaya hidup dengan objek penelitian yaitu pengguna smartphone di Kelurahan Way Dadi, Kecamatan Sukarame, Kota Bandar Lampung.

Dalam penelitian Puspa Leni dan Jumiatul Mulya yang berjudul Anteseden Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di Indonesia dengan teknik sampling yang di gunakan yaitu teknik non probability sampling dengan jenis purposive sampling dan instrumen penelitian menggunakan kuisioner. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa variabel *perceived quality* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian²².

Berdasarkan penelitian yang di lakukan oleh Ade Onny Siagiana dan Natal Indra yang berjudul Analisis yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Lenovo di

²¹ Pipih Sopiyan, Pengaruh Pesepsi Kualitas dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian, Co-Management Vol. 3, No 2, Desember 2020.

²² Puspa Leni, Jumiatul Mulya, Eliza. ANTESEDEN EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG DI Indonesia. Vol. XVII No.02 Januari 2023

Masa Pandemi dengan menggunakan pendekatan kuantitatif bahwasanya persepsi kualitas tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian²³. Penelitian yang dilakukan oleh Elita Rizki Damayantin dan Eman Sulaeman yang berjudul Pengaruh Citra Merek, Harga dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di Kota Karawang. Berdasarkan hasil Uji Hipotesis, disebutkan bahwa Gaya hidup berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian²⁴.

Dalam penelitian ini banyak memiliki perbedaan, yaitu terletak pada tujuan penelitian, subjek penelitian, objek penelitian, metode, teknik pengambilan sampel dan analisis data yang akan di gunakan oleh peneliti. Tujuan penelitian ini untuk menguji Pengaruh Perceived Quality dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Smartphone studi Pada Pengguna Smartphone di Kelurahan Way Dadi, Kecamatan Sukarame, Kota Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan penyebaran kuesioner dan pengambilan sampel menggunakan non probability sampling.

H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan kerangka dari penelitian yang memberikan petunjuk mengenai pokok-pokok yang akan dibahas dalam penelitian ini. Sistematika penulisan ini terdiri dari tiga penelitian bagian awal, isi, dan akhir, yaitu:

1. Bagian awal

Pada bagian awal skripsi terdapat cover, halaman sampul, halaman abstrak, halaman pernyataan

²³ Ade Onny Siagiana dan Natal Indra yang berjudul Analisis yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Lenovo di Masa Pandemi . JIMAK Vol 2 No. 1 Januari 2023, p-ISSN: 2809-2406 (cetak), e-ISSN: 2809-2392

²⁴ Elita Rizki Damayantin dan Eman Sulaeman, Pengaruh Citra Merek, Harga dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di Kota Karawang, Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan, Januari 2023, 9 (2), 162-176.

orisionalitas, halaman persetujuan, halaman pengesahan, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, serta daftar lampiran.

2. Bagian Isi

Bagian isi pada skripsi terdiri dari beberapa sub bab yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pertama berisi tentang pendahuluan. Penegasan judul, membahas tentang latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian kajian pustaka dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

Pada bab kedua membahas tentang teori yang digunakan, dan hipotesis. Bab ini akan menyajikan teori-teori yang akan digunakan sebagai pedoman dalam menganalisis permasalahan yang dihadapi, dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ketiga membahas mengenai metode penelitian, meliputi pendekatan dan jenis penelitian, waktu dan tempat penelitian, populasi, sampel, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab keempat berisi tentang hasil penelitian dan pembahasan, seperti deskripsi objek penelitian, hasil olah data dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Bab kelima berisi tentang penutup yaitu mengenai simpulan hasil penelitian dan pembahasan serta saran yang akan disampaikan.

3. Bagian Akhir

Bagian akhir pada skripsi ini berisi daftar rujukan dan lampiran.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.

Berdasarkan hasil dari analisis data yang telah penulis lakukan melalui penyebaran kuesioner kepada pengguna smartphone di Kelurahan Way Dadi, Kecamatan Sukarame, Kota Bandar Lampung, di maksudkan untuk menjawab pertanyaan dari rumusan masalah yang telah dikemukakan pada bab 1. Jawaban atas rumusan masalah dan juga kesimpulan dari penelitian tentang “ Pengaruh *Perceived Quality* dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone (Studi Pengguna Smartphone di Kelurahan Way Dadi, Kecamatan Sukarame, Kota Bandar Lampung antara lain :

1. *Perceived Quality* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Smartphone (studi pada pengguna smartphone di Kelurahan Waydadi, Kecamatan Sukarame, Kota Bandar Lampung. Hal tersebut dapat diartikan bahwa variabel *Perceived Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dimana semakin banyak atau semakin baik *perceived quality* yang diberikan oleh konsumen, maka semakin tinggi pula terjadinya keputusan pembelian smartphone.
2. Gaya Hidup berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone di Kelurahan Way Dadi, Kecamatan Sukarame, Kota Bandar Lampung. Hal tersebut dapat diartikan bahwa variabel Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dimana hal tersebut menandakan bahwa semakin tinggi gaya hidup seseorang maka semakin tinggi pula terjadinya keputusan pembelian pada pengguna Smartphone di Kelurahan Way Dadi, Kecamatan Sukarame, Kota Bandar Lampung.
3. *Perceived Quality* dan Gaya Hidup berpengaruh terhadap

Keputusan Pembelian Smartphone dalam pandangan Manajemen Bisnis Syariah pada pengguna Smartphone di Kelurahan Way Dadi, Kecamatan Sukarame, Kota Bandar Lampung. Keputusan pembelian smartphone pada pengguna Smartphone di Kelurahan Way Dadi, Kecamatan Sukarame, Kota Bandar Lampung telah memenuhi asas-asas manajemen bisnis syariah dimana dalam pemilihan smartphone terlebih dahulu memperhatikan aspek-aspek Islam seperti memilih smartphone yang memiliki kualitas yang baik menurut pengguna smartphone dan tidak merugikan orang lain.

4. Dalam perspektif bisnis syariah *perceived quality* bahwa seorang konsumen dianjurkan untuk tidak berprasangka buruk. Akan tetapi, untuk menghindari hal yang tidak diinginkan supaya lebih berhati-hati dan antisipasi. Gaya Hidup dalam perspektif bisnis syariah Allah memerintahkan agar manusia memenuhi kebutuhannya secara sederhana, yaitu memenuhi kebutuhan pola hidupnya dengan wajar.

B. Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dijelaskan sebelumnya, maka penulis mengemukakan beberapa rekomendasi yaitu sebagai berikut :

1. Dari hasil analisis pertanyaan responden mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian Smartphone dalam perspektif manajemen bisnis syariah pada pengguna smartphone di kelurahan Way Dadi Kota Bandar Lampung dengan variabel *Perceived Quality* dan Gaya Hidup serta variabel terkait yaitu Keputusan Pembelian. secara keseluruhan dapat di katakan berpengaruh. Dengan begitu perusahaan smartphone harus meningkatkan kualitas produknya sehingga terdapat *perceived quality* yang baik yang di berikan oleh konsumen terhadap smartphone tersebut. Juga agar dapat memahami dan mengikuti gaya hidup dengan mengikuti perkembangan zaman dan teknologi

yang lebih inovasi dan menarik dengan memiliki keunggulan produk smartphone android yang berbeda dengan lainnya atau pesaing.

2. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi pemicu serta acuan bagi peneliti selanjutnya, sehingga dapat mengembangkan penelitian ini, baik menggunakan variabel lain yang dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian maupun objek penelitian yang lebih spesifik. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya juga dapat memasukkan perspektif Bisnis Syariah, karena terdapat hukum-hukum dalam melakukan keputusan pembelian yang dapat dikorelasikan dalam memilih produk smartphone.



DAFTAR RUJUKAN

Buku :

- Aditya Wardhana, et.al. Perilaku Konsumen (Teori dan Implementasi) Media Sains Indonesia. Bandung. 2022
- Ali Hasan, Manajemen Bisnis Syari'ah (Kaya Di Dunia Terhormat Di Akhirat), (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009)
- Ananda Sabil Husein, Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Squares (PLS) dengan smartPLS 3.0, (Universitas Brawijaya: Modul Ajar, 2015
- Anita Rahmawaty, Perilaku Konsumen dalam Ekonomi Islam, (Yogyakarta: Idea Pres, 2011), 78
- Anwar, S. Validitas Dan Reliabilitas Edisi IV, 4th ed. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008).
- Cooper, Donald R., Pamela S. Schindler, And Jianmin Sun. Business Research Methods. Vol.9.New York:Mcgraw-Hill, 2019.
- Departemen Agama RI, Mushaf Al Quran Terjemah.25
- Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa (Jakarta: PT. Grammedia Pustaka Utama, 2008).
- Dominikus Dolet Unaradjan. Metode Penelitian Kuantitatif. (Jakarta: Universitas Katolik Atma Jaya. 2019)92.
- Donni Juni Priansa, Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer, (Bandung: Alfabet, 2017), hlm. 149
- Dr. (Cand.) Aditya Wardhana, S.E., M.M., M.Si, PERILAKU KONSUMEN (Teori dan Implementasi), CV. MEDIA SAINS INDONESIA Melong Asih Regency B40 - Cijerah Kota Bandung - Jawa Barat. Anggota IKAPI No. 370/JBA/2020

- Durante, Kristina M., Griskevicius, Vladas. (2016). Evolution and Consumer Behavior. *Current Opinion in Psychology*, 10(1), 27-32.
- Durianto, D. S. S. T. (2017). Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Eko Suprayitno, Ekonomi Islam Edisi Pertama, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), Hlm 93
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal, (Yogyakarta: ANDI, 2013), hlm. 120
- H. Afada, BAB III Tinjauan Pustaka, 2015 dikutip kutip dari <http://repositori.uinsuska.ac.id>
- Hartomo, Ilmu Sosisal Dasar.(Jakarta : PT Bumi Aksara, 2004).h.326.
- Hendrie Anto, 2016. Pengantar Ekonomi Islam (Yogyakarta: Ekonisa), 123
- Howard, John A., Sheth, Jagdish N. (1969). *The Theory of Buyer Behavior*. New York: John Wiley & Sons
- Imam Zainuddin Ahmad, 2013. *Tajridus Sharih*. Terj, Tim PABKIM NASYRUL ULUM. Yogyakarta:Mitra Pustaka. 770
- Kementerian Agama RI, Op. Cit, hlm. 413
- Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12 (Jakarta: Erlangga, 2018), 192
- Kotler philip : 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 jilid 2. Jakarta : indeks
- Kotler Philip dan Gary Amstrong, (2012) . *Principles of Marketing*, Global Edition, 14 Edition, Pearson Education.

- Kotler, P, dan Amstrong, G. (2016). *Principles of Marketing*, 15th Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Armstrong. (2012). *Prinsip-prinsip pemasaran* (edisi ke-13). Jilid 1. (Alexander Sindoro, Trans.). Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 2017. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi kedua, Erlangga, Jakarta
- Lukman Hakim, 2018. *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam* (Surakarta: PT Gelora Aksara Pratama), 95
- M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen* (Surabaya: Deepublish, 2018), 35.
- M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm 193
- Malayu S.P. Hasibuan, *Manajemen Dasar, Pengertian Dan Masalah*, Edisi Revisi, Cet.5, (Jakarta: PT. Bumi Aksara), hlm. 54
- Mowen, J. C., dan Minor, M. 2002. *Perilaku Konsumen*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan*
- Nana Triapnita Nainggolan, Munandar, A. S. et al. (2020) *Perilaku Konsumen di Era Digital*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Nurudin, *Sistem Komunikasi Indonesia*.(Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2004).h.187.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2016). *Purchasing Behavior*. Upper Saddle River: Pearson Prentice Hall
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2015). *Consumer Behavior* (11th ed.). Pearson Education.
- Sihab Quraish M, Al-Lubab Makna, Tujuan, dan Pelajaran dari Sunah-Sunah Al- Qur'an, Tangerang: Lentera Hati, 2016, hal 670.

- Simamora, Henry. Manajemen Pemasaran Internasional. Edisi Pertama, Jilid dua. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi Dan R&D.
- Sugiyono, Suriasumantri. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. (Bandung: Alfabeta, CV: 2017).
- Sujana, Y. T. S. and. (2018). The Influence of Hedonic Shopping Motivation , Impulsif Buying , and Lifestyle on Purchase Decisions The Influence of Hedonic Shopping Motivation , Impulsif Buying , and Lifestyle on Purchase Decisions. (August.
- Suryani, Tatik. 2018. Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sutrisno Hadi, Statistik Dalam Basica (Yogyakarta: Andi Offset,
- Swasta, B. dan Irawan. 2018. Manajemen Pemasaran Modern. Jakarta: Penerbit Liberty.
- Ujang Sumarwan, Perilaku Konsumen, (Jakarta: PT Ghalia Indonesia, 2017).
- Wildana Latif Mahmudi et al., “Kebenaran Ilmiah (Perspektif Ilmu Ekonomi Islam),” Orbith 16, no. 2 (2020): 139–146.
- Wiyono, Gendro. Merancang Penelitian Bisnis Dengan Alat Analisis SPSS 25 & SmartPLS 3.2.8. YKPN : Yogyakarta., 2020
- Yogiyanto And Willy Abdullah, Konsep Dan Aplikasi Pls (Partial Least Square) Untuk Penelitian Empiris. Hal. 60

Jurnal :

- Ade Onny Siagiana dan Natal Indra yang berjudul Analisis yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Lenovo di Masa Pandemi . JIMAK Vol 2 No. 1 Januari 2023, p-ISSN: 2809-2406 (cetak), e-ISSN: 2809-2392
- Agussalim, M., Limakrisna, N., & Ali, H. (2017b). Mutual Funds Performance: Conventional and Sharia Product. *International Journal of Economics and Financial Issues*
- Alvarez, D. M., & Rubiyanti, R. N. (2021). Pengaruh Brand Awareness, Perceived Quality, Dan Brand Loyalty Terhadap Keputusan Pembelian Berulang (studi Di Lakukan Pada Konsumen Produk Eiger Di Kota Bandung).*eProceedings of Management*,8(3)
- Dave Natakusuma Imam Raharjo, Diah Dharmayanti, PENGARUH BRAND LEADERSHIP DAN PERCEIVED QUALITY TERHADAP CUSTOMER LOYALTY DENGAN BRAND PERSONALITY SEBAGAI VARIABEL PERANTARA DAN BRAND TRUST SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA MERLION SCHOOL SURABAYA, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 10, No. 1, April 2016 doi: 10.9744/pemasaran.10.1.1-10 ISSN 1907-235X
- Dwiyanti, E., Qomariah, N., & Tyas, W. M. (2018). Pengaruh Persepsi Kualitas, Nama Merek dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(2).
- Elita Rizki Damayantin dan Eman Sulaeman, Pengaruh Citra Merek, Harga dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di Kota Karawang, *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Januari 2023, 9 (2), 162-176.
- Febri Adi Purba, Ika Susilowati. Pengaruh Persepsi Kualitas, Electronic Word of Mouth, dan Country of Origin Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung (Studi pada

- Mahasiswa Universitas Putra Bangsa Kebumen). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 4(3) Juni 2022.
- Febrianawati Yusup, “Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif,” *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan* 7, no. 1 (June 2018): 17–23.
- Fitri Rahmanisa dan Ainun Mardhiyah, PENGARUH GAYA HIDUP DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION PADA MARKETPLACE SHOPEE (STUDI MAHASISWA SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM JAM’IYAH MAHMUDIYAH TANJUNG PURA), *OSR: Journal of Social Research* September 2022, 1(10), 1189-1198
- Juli Andri, Pengaruh Gaya Hidup dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bakar Minyak Jenis Pertalite Di Kota Pekanbaru, Volume 4 Nomor 4 Tahun 2022 E-ISSN: 2685-936X dan P-ISSN: 2685-9351 Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai.
- Lingga G., Fadhilahi M., & Cahya A. (2022). Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, dan Perceived Quality terhadap Keputusan Pembelian Produk Iphone dari Apple di Kota Madya Yogyakarta. *Transformasi Manageria: Journal of Islamic Education Management*,
- Lita Rizki Damayanti dan Eman Sulaeman, Pengaruh Citra Merek, Harga dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di Kota Karawang, *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, Januari 2023, 9 (2), 162-176
- Muhammad Wira Yoga H.K, PERCEIVED QUALITY SMARTPHONE DITINJAU DARI COUNTRY IMAGE, <http://lib.unnes.ac.id/28391/1/1511410012>.
- Nurul Wahidah, Pengaruh Perilaku Konsumtif Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP UNTAN, Pontianak: Jurnal.untan.ac.id, 2017

- Pengaruh Gaya Hidup dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Hanphone Merek Samsung di kota palu, Universitas Alkhairaat, Jurnal Trend : Volume. 7, Nomor 2, Januari-Juni 2019, ISSN: 2722-6565
- Philip Kotler dan Keller, Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi 13. (Jakarta: Erlangga, 2009)
- Pipih Sopiyan, Pengaruh Pesepsi Kualitas dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian, Co-Management Vol. 3, No 2, Desember 2020.
- Prof. Dr. H. Asmuni, MA Hj. Siti Mujiatun, SE, MM, SUATU ALTERNATIF PENGEMBANGAN BISNIS YANG HUMANISTIK DAN BERKEADILAN, Kelompok Penerbit Perdana Mulya Sarana, Anggota Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI) No. 022/SUT/11 Jl. Sosro No. 16-A Medan 20224
- Puspa Leni, Jumiatul Mulya, Eliza. ANTESEDEN EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG DI Indonesia. Vol. XVII No.02 Januari 2023
- Rizqiyatul Hasanah,Nanda Hidayan Sono. “Manajemen Sumber Daya Manusia Produk Olahan Bambu” jurnal al-idarah. Vol 2 No.2. Agustus 2021
- Rizqiyatul Hasanah,Nanda Hidayan Sono. “Manajemen Sumber Daya Manusia Produk Olahan Bambu” jurnal al-idarah. Vol 2 No.2. Agustus 2021
- Vaithzal Rivai Zainal, dkk, Islamic Marketing Managemen: Mengembangkan Bisnis dengan Hijrah ke Pemasaran Islami Mengikuti Praktik Rasulullah SAW (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2017), 235.
- Veithzal Rivai, Islamic Business and Economic Ethics, (Jakarta : Bumi Aksara, 2018), h.195.

Veithzal Rival Zainal, Muhammad Syafii Antonio, dkk, Islamic Business Management: Praktik Manajemen Bisnis yang Sesuai Syariah Islam, (Yogyakarta:BPFE, 2017), hlm 380.

Weksi Budiaji, “SKALA PENGUKURAN DAN JUMLAH RESPON SKALA LIKERT (The Measurement Scale and The Number of Responses in Likert Scale),” Jurnal Ilmu Pertanian Dan Perikanan Desember 2, no. 2 (2013): 127–33, <http://umbidharma.org/jipp>.

Widya Amrita : Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata Nopember 2022, Vol.2(No.4): Hal 1140-1150

Link :

Databoks.katadata.co.id

gs.statscounter.com

<https://quran.kemenag.go.id/>

