

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN ORIENTASI PASAR
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PROPERTI DI PT. RIZKI MANDIRI**

SKRIPSI

Oleh

ADITYA PRATAMA
183443015/MNJ



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TJUT NYAK DHIEN
MEDAN
2022**

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN ORIENTASI PASAR
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PROPERTI DI PT. RIZKI MANDIRI**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Persyaratan Ujian Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Pada Program Studi Manajemen
Universitas Tjut Nyak Dhien**

Oleh

**ADITYA PRATAMA
183443015/MNJ**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TJUT NYAK DHIEEN
MEDAN
2022**

LEMBAR PENGESAHAN

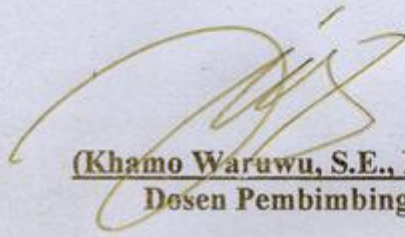
Judul Skripsi : **PENGARUH GAYA HIDUP DAN ORIENTASI PASAR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PROPERTI DI PT. RIZKI MANDIRI**
Nama Mahasiswa : **Aditya Pratama**
Nomor Pokok Mahasiswa : **183443015**
Program Studi : **Manajemen**

Mengetahui

Komisi Pembimbing:



(Ahmad Yudhira, SE, Ak, M.Si.)
Dosen Pembimbing I



(Khamo Waruwu, S.E., M.M.)
Dosen Pembimbing II

Ketua Program Studi



(Mella Yunita, S.E., M.Si.)

Dekan



(Dr. Abdi Sugiarto, S.Sos., M.Si.)

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TJUT NYAK DHIEAN MEDAN**

BERITA ACARA UJIAN

**UNTUK MEMPERTAHANKAN SKRIPSI BAGI MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TJUT NYAK DHIEAN**

**Penelitian Ujian Skripsi Mahasiswa
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tjut Nyak Dhiean
Dalam Sidangnya yang Diselenggarakan Pada :**

Hari/Tanggal : **Senin / 18 Juli 2022**
Nama Mahasiswa : **Aditya Pratama**
Nomor Induk Mahasiswa : **183443015**
Program Studi : **Manajemen**
Judul Skripsi : **Pengaruh Gaya Hidup dan Orientasi Pasar
Terhadap Keputusan Pembelian Properti di
PT. Rizki Mandiri**

Ditetapkan : (A) Lulus Yudusium
 () Lulus Bersyarat, **Memperbaiki Mengulang**
Tanggal :
 () Tidak Lulus

Pauitia Ujian/Tim Penguji


Ketua



(Mella Yunita, S.E., M.Si.)

Anggota

Anggota



(Ahmad Yudhira, SE, Ak, M.Si.)



(Khamo Waruwu, S.E., M.M.)

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aditya Pratama
NPM : 183443015
Program Studi : Manajemen
Jenjang : S1 (Strata Satu)
Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup dan Orientasi Pasar Terhadap Keputusan Pembelian Properti di PT. Rizki Mandiri.

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain.
2. Memberi izin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Universitas Tjut Nyak Dhien untuk menyimpan, mengalih-media/formatkan mengelola, mendistribusikan, dan mempublikasikan karya skripsinya melalui internet atau media lain bagi kepentingan akademis.

Pernyataan ini saya perbuat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai dengan aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Medan, 18 Juli 2022



ADITYA PRATAMA
NPM : 183443015

ABSTRAK

Aditya Pratama. 183443015. Pengaruh Gaya Hidup dan Orientasi Pasar Terhadap Keputusan Pembelian Properti di PT. Rizki Mandiri. Universitas Tjut Nyak Dhien. Skripsi. 2022.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh gaya hidup dan orientasi pasar terhadap keputusan pembelian properti pada PT. Rizki Mandiri. Properti memiliki banyak manfaat yang bisa digunakan oleh pemiliknya sebagai investasi jangka panjang. Properti selain bisa digunakan sebagai tempat hunian rumah tinggal, properti juga bisa digunakan sebagai *passive income* bagi seseorang yang menyewakan atau menjadikan properti yang dimiliki untuk menjalankan kegiatan usaha.

Analisis yang digunakan yaitu analisis asosiatif dan metode penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli rumah di PT. Rizki Mandiri. Jumlah populasi dan sampel dalam penelitian ini berjumlah 69 konsumen. Teknik Pengumpulan Data penelitian ini yaitu Kuesioner dan Wawancara. Teknik Analisis Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Kualitas Data, Uji Asumsi Klasik, Regresi Linear Berganda, Uji Hipotesis dan Koefisien Determinasi.

Hasil yang di dapat dari penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Gaya Hidup secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, 2) Orientasi Pasar secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian 3) Gaya Hidup dan Orientasi Pasar secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil Nilai Uji T yang diolah dengan SPSS Versi 20 adalah $9,473 > 1,667$, $0,000 < 0,05$ dan $3,608 > 1,667$, $0,001 < 0,05$. Hasil Uji F menghasilkan $F_{hitung} 158.024 > F_{tabel} 3,14$ sehingga H_a diterima dan H_o ditolak, artinya Gaya Hidup dan Orientasi Pasar berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Nilai *R square* dalam penelitian ini sebesar 82,7% Keputusan Pembelian diperoleh dan dijelaskan oleh Gaya Hidup dan Orientasi Pasar.

Kata Kunci: Gaya Hidup, Orientasi Pasar, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Aditya Pratama. 183443015. The Influence of Lifestyle and Market Orientation on Property Purchase Decisions at PT. Independent Rizki. Tjut Nyak Dhien Univerivesity. Skripsi. 2022.

The purpose of this study was to determine the effect of lifestyle and market orientation on property purchase decisions at PT. Independent Rizki. Property has many benefits that can be used by the owner as a long-term investment. Apart from being able to be used as a residence, property can also be used as passive income for someone who rents out or makes owned property to run business activities.

The analysis used is associative analysis and the research method is quantitative. The population in this study were all consumers who bought a house at PT. Independent Rizki. The number of population and samples in this study amounted to 69 consumers. Data collection techniques for this research are Questionnaires and Interviews. Data Analysis Techniques used in this research are Data Quality Test, Classical Assumption Test, Multiple Linear Regression, Hypothesis Testing and Coefficient of Determination.

The results obtained from this study indicate that: 1) Lifestyle partially and significantly influences Purchase Decisions, 2) Market Orientation partially and significantly influences Purchase Decisions 3) Lifestyle and Market Orientation simultaneously and significantly influences Purchase Decisions . The results of the T-test scores processed with SPSS Version 20 were $9.473 > 1.667$, $0.000 < 0.05$ and $3.608 > 1.667$, $0.001 < 0.05$. The results of the F test produce $F_{count} 158.024 > F_{table} 3.14$ so that H_a is accepted and H_o is rejected, meaning that Lifestyle and Market Orientation affect Consumer Satisfaction. The value of R square in this study is 82.7%. Purchase decisions are obtained and explained by Lifestyle and Market Orientation.

Keywords: Lifestyle, Market Orientation, Buying Decision

KATA PENGANTAR

Dengan puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat yang dilimpahkanNya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Gaya Hidup dan Orientasi Pasar terhadap Keputusan Pembelian Properti di PT. Rizki Mandiri”.

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tjuk Nyak Dhien Medan.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Irwan Agusnu Putra, Sp., M.P, selaku Rektor Universitas Tjuk Nyak Dhien Medan.
2. Bapak Dr. Abdi Sugiarto, S.Sos., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tjut Nyak Dhien Medan.
3. Ibu Mella Yunita, SE., M.Si, selaku Dosen Penguji dan Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tjut Nyak Dhien Medan yang telah banyak memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Ahmad Yudhira, SE, Ak, M.Si selaku Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Khamo Waruwu, SE, MM selaku Pembimbing II yang telah banyak memberikan masukan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Lingkungan Universitas Tjut Nyak Dhien Medan, yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama masih duduk di bangku perkuliahan.

7. PT. Rizki Mandiri dan seluruh staf yang telah memberikan kesempatan dan kelancaran kepada penulis untuk melakukan penelitian.
8. Rekan-rekan mahasiswa terutama Angkatan 2018 yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan proposal ini.
9. Kepada kedua orangtua yang saya sayangi dan cintai yaitu Ayahanda Supriadi dan Ibunda Sri Wulan Sari, yang telah memberikan saya dukungan baik moril, materil dan doa kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak. Akhir kata, semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi dunia pendidikan khususnya dan bagi masyarakat pada umumnya.

Medan, 18 Juli 2022

Penulis



ADITYA PRATAMA
NPM : 183443015

DAFTAR ISI

	HALAMAN
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Identifikasi Masalah Penelitian.....	6
C. Batasan Masalah Penelitian	7
D. Rumusan Masalah Penelitian.....	7
E. Tujuan Penelitian	7
F. Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORITIS	10
A. Keputusan Pembelian	10
1. Pengertian Keputusan Pembelian	10
2. Fakto-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	11
3. Indikator Keputusan Pembelian	13
B. Orientasi Pasar	14
1. Pengertian Orientasi Pasar	14
2. Indikator Orientasi Pasar.....	16
C. Gaya Hidup	17
1. Pengertian Gaya Hidup	17
2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup.....	18
3. Indikator Gaya Hidup	20
D. Penelitian Terdahulu	21
E. Kerangka Konseptual.....	22
F. Hipotesis Penelitian	22
BAB III METODE PENELITIAN	24
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	24
B. Populasi dan Sampel.....	24
C. Variabel Penelitian.....	25
D. Teknik Pengumpulan Data	26
E. Teknik Analisis Data	27

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	34
A. Gambaran Umum PT. Rizki Mandiri	34
1. Sejarah Singkat PT. Rizki Mandiri.....	34
2. Visi dan Misi PT. Rizki Mandiri	36
3. Struktur Organisasi PT. Rizki Mandiri.....	37
B. Hasil Penelitian.....	39
1. Deskripsi Karakteristik Responden	39
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	40
c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	41
d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	41
2. Deskripsi Variabel Penelitian	42
a. Variabel Gaya Hidup (X_1)	43
b. Variabel Orientasi Pasar (X_2)	48
c. Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	52
3. Uji Kualitas Data	58
a. Hasil Uji Validitas	58
b. Hasil Uji Realibilitas	60
4. Uji Asumsi Klasik	61
a. Hasil Uji Normalitas.....	61
b. Hasil Uji Multikolienaritas	63
c. Hasil Uji Hetersokedastisitas.....	63
5. Hasil Regresi Linear Berganda.....	63
6. Hasil Uji Hipotesis	65
a. Uji Parsial (Uji T).....	65
b. Uji Simultan (Uji F).....	66
7. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	67
C. Pembahasan Hasil Penelitian	67
1. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian.....	67
2. Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Keputusan Pembelian.....	69
3. Pengaruh Gaya Hidup dan Orientasi Pasar Terhadap Keputusan Pembelian	70
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	 74
A. Kesimpulan	74
B. Saran	74
 DAFTAR PUSTAKA	 76

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Pra Survey Variabel Gaya Hidup	3
2.	Pra Survey Variabel Orientasi Pasar	4
3.	Pra Survey Variabel Keputusan Pembelian	5
4.	Daftar Penelitian Terdahulu	21
5.	Operasional Variabel.....	26
6.	Karakteristik Responden Jenis Kelamin.....	36
7.	Karakteristik Responden Usia.....	36
8.	Karakteristik Responden Pekerjaan.....	37
9.	Karakteristik Responden Pendapatan.....	38
10.	Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Saya Bekerja Keras Untuk Membeli Rumah Impian Saya.....	43
11.	Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Saya Mengikuti Perkembangan Properti Yang Dibangun.....	44
12.	Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Suasana Rumah Yang Aman dan Nyaman Membuat Saya Berminat Untuk Membeli Rumah.....	44
13.	Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Harga Jual Properti Terjangkau Oleh Semua Kalangan.....	45
14.	Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Saya Berminat Membeli Rumah Karena Ada Fasilitas Pendukung	46
15.	Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Menurut Saya Pelayanan Yang Diberikan Sangat Baik	46
16.	Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Jauh Dari Daerah Rawan Banjir Membantu Saya Dalam Memilih Properti.....	47
17.	Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Waktu Yang Mudah Dijangkau Ke Lokasi Perumahan Membuat Saya Tertarik	48
18.	Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Penjual Selalu Mengutamakan Keinginan Pembeli	48
19.	Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Harga Properti Yang Dijual Sesuai Dengan Kemampuan Konsumen.....	49
20.	Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Kualitas Rumah Yang Dihasilkan Jauh Lebih Berkualitas Dengan Para Pesaing ...	50
21.	Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Selalu Berinovasi dan Kreatif Dalam Mendesain Rumah Daripada Pesaing	50
22.	Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Pelayanan Yang Diberikan Tidak Membuat Konsumen Kesulitan.....	51
23.	Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Setiap Karyawan Selalu Memahami Dengan Baik Dalam Memberikan Penjelasan Kepada Konsumen Sesuai Dengan Fungsinya.....	52
24.	Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Saya Memilih Produk Rumah Tersebut Karena Produk Rumah	

	Yang Dihasilkan Berkualitas.....	52
25.	Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Produk Yang Dijual Menyediakan Kebutuhan Yang Saya Butuhkan.....	53
26.	Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Pengalaman Yang Baik Dalam Membeli Produk Sebelumnya Menjadi Bahan Pertimbangan Saya Dalam Membeli Rumah Dimasa Yang Akan Datang.....	54
27.	Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Memberikan Penilaian Terhadap Produk Yang Dibeli.....	54
28.	Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Saya Merekomendasikan Kepada Orang Lain Untuk Membeli Rumah Karena Sangat Puas Terhadap Produk.....	55
29.	Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Saya Akan Mengevaluasi Setiap Produk Yang Akan Saya Beli Sebagai Bahan Pertimbangan Kepada Orang Lain	56
30.	Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Saya Akan Membeli Ulang Rumah Tersebut Karena Saya Sudah Percaya Terhadap Produk Rumah Tersebut	57
31.	Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Saya Akan Kembali Membeli Produk Karena Sangat Puas dengan Produk	57
32.	Hasil Uji Validitas Gaya Hidup (X_1).....	58
33.	Hasil Uji Validitas Orientasi Pasar (X_2).....	59
34.	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)	60
35.	Hasil Uji Reliabilitas Gaya Hidup, Orientasi Pasar dan Keputusan Pembelian.....	60
36.	Hasil Uji Kolmogorove-Smirnov	61
37.	Hasil Uji Multikolienaritas.....	63
38.	Hasil Regresi Linear Berganda	64
39.	Hasil Uji Parsial (Uji t).....	65
40.	Hasil Uji Simultan (Uji F).....	66
41.	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	67

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Kerangka Konseptual	22
2.	Struktur Organisasi PT. Rizki Mandiri	37
3.	PP-Plot Uji Normalitas	61
4.	Histogram Uji Normalitas	61
5.	<i>Scatterplot</i> Uji Heteroskedastisitas	58