

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi yang pesat pada saat ini telah memberikan kontribusi yang besar dalam dunia bisnis, para pengusaha memanfaatkan teknologi sebagai suatu strategi untuk mencapai tujuannya (mencapai laba yang maksimal). Dengan demikian para pemasar harus cerdas dalam mengambil tindakan pada perkembangan teknologi yang terjadi dimasyarakat. Era modern pada saat ini menjadikan teknologi menjadi salah satu hasil kebudayaan manusia, karena teknologi sudah berada pada salah satu kebutuhan. Perkembangan teknologi informasi menimbulkan efek yang sangat luar biasa bagi kehidupan manusia. Salah satu efek dari perkembangan tersebut adalah berubahnya kebiasaan seseorang maupun kelompok, dalam hal ini para pelaku usaha dapat menyesuaikan sekaligus menjadikan peluang untuk menciptakan nilai yang tinggi kemudian dapat menghasilkan keuntungan bagi para pelaku usaha.

Disamping itu pengguna teknologi berbasis internet terus meningkat dari tahun ke tahun. Berdasarkan data yang disajikan oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) yang merupakan sebuah lembaga bergerak dalam menyelenggarakan aktifitas pada lingkungan pengembangan industri internet dari anggota kepada anggota oleh anggota. dimulai dari kegiatan seminar, *training/workshop*, penyebaran informasi dan lain sebagainya, serta turut aktif dalam program-program teknologi informatika (TI) pemerintah maupun

bekerjasama dengan pihak-pihak tertentu selama tidak bertentangan dengan AD/ART (Anggaran Dasar Atau Anggaran Rumah Tangga).

Pengguna teknologi internet terus meningkat dari tahun ke tahun bisa di lihat dari gambar1.1

Gambar 1.1
Pertumbuhan pengguna internet

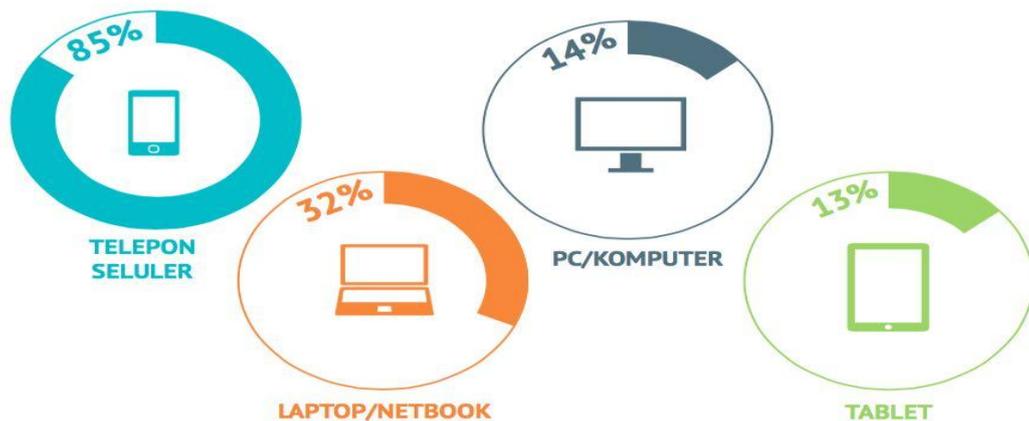


Sumber: asosiasi penyelenggara jasa internet Indonesia

Dari data yang digambarkan grafik di atas, pengguna teknologi internet di Indonesia mulai tumbuh sejak tahun 1998. Dapat dilihat pada tahun 1998 pengguna internet di Indonesia hanya berjumlah 0,5 juta orang. Dan terus meningkat dari setiap tahunnya hingga menyentuh angka 88 juta di tahun 2013, 88,1 juta di tahun 2014, 110,2 juta di tahun 2015, 132,7 juta di tahun 2016, dan 143,26 juta di tahun 2017 dan akan semakin bertambah di tahun-tahun yang akan datang. Semakin bertumbuhnya pengguna internet di Indonesia hal ini dapat mendorong lahir dan berkembangnya para pelaku usaha baik melalui pemasaran internet maupun dalam

menciptakan sebuah aplikasi yang nantinya akan menarik para pengguna internet di Indonesia khususnya.

Gambar 1.2
Intensitas Penggunaan Internet



* Pada survei ini, responden bisa memberikan lebih dari satu jawaban

Sumber pra penelitian tahun 2017 (hasil survey asosiasi penyelenggara jasa internet Indonesia)

Berdasarkan gambar 1.2 menunjukan bahwa akses internet menggunakan telepon seluler menempati tingkatan teratas yaitu berada di 85% diikuti menggunakan laptop/netbook 32% menggunakan pc computer 14% dan di peringkat bawah ditempati oleh menggunakan tables sebesar 13%. Hal tersebut menunjukan bahwa penggunaan internet menggunakan telepon seluler menempati posisi paling atas. Kesenjangan yang dievaluasi oleh masyarakat atau konsumen akan menjadi penting mengingat hasil evaluasi yang akan menentukan nilai bagi produk yang bersangkutan. Menurut Bochori Alma (2010:59) “Setelah melakukan penilaian maka ambilah keputusan membeli atau tidak membeli”. Dalam hal ini baik masyarakat atau konsumen merupakan penentu kehidupan masa depan dari

suatu produk, berkaitan erat dengan proses keputusan menggunakan aplikasi instagram. Sedangkan menurut (Peter and Olson 2008:162) “Konsumen pengambilan keputusan adalah proses integrasi di mana pengetahuan dikombinasikan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan pilih salah satu.

Dari data pertumbuhan pengguna internet di Indonesia semakin terus meningkat dari tahun ke tahun, dan data intensitas penggunaan internet menggunakan telepon seluler tertinggi, hal tersebut menjadikan peluang bagi perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang teknologi informasi (media sosial) seperti Instagram, Facebook, Twitter dan media sosial lainnya, yang terus melakukan perbaikan sekaligus inovasi baru. Media sosial adalah sarana bagi konsumen untuk berbagai informasi teks, gambar, video, dan audio dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya. Untuk saat ini aplikasi media social yang menduduki peringkat teratas adalah youtube dan disusul facebook dan data lengkap perkembangan pengguna media social dari tahun 2015 sampai 2018 bisa di lihat tabel 1.1 di bawah.

Tabel 1.1
Pengguna sosial network tahun 2015-2018

Sosial Network	Tahun			
	2015	2016	2017	2018
Instagram	7%	10%	39%	38%
Facebook	14%	15%	48%	41%
Twitter	11%	11%	38%	27%

Sumber asosiasi penyelenggara jasa internet Indonesia (APJII)

Berdasarkan tabel 1.1 tersebut menunjukkan bahwa Instagram mengalami fluktuasi di setiap tahunnya, pada tahun 2015 7%, tahun 2016 10%, tahun 2017 39% dan di tahun 2018 38%. Sedangkan facebook pada tahun 2015 14%, tahun 2016 15%, tahun 2017 mengalami kenaikan yang melebihi Instagram yaitu berada di 48% dan di tahun 2018 41% dan untuk twitter di tahun 2015 11%, ditahun 2016 11%, tahun 2017 38% dan 2018 berada di 27%.

Dari data yang tersajikan di atas beberapa aplikasi mengalami penurunan user dikarenakan pada periode ini terkhusus pada aplikasi Instagram mengalami begitu banyak update system hal ini mengakibatkan user mengalami kerugian dalam hal pemakaian data yang di konsumsi oleh Instagram, seringkali muncul versi baru berdampak pada tingkat kepuasan pengguna.

Pada dasarnya aplikasi Instagram sudah berkembang cukup lama tetapi dalam pencapaiannya tidak seperti aplikasi facebook yang kemajuan dari tahun ke tahun mengalahkan aplikasi social network yang lainnya. Berdasarkan tabel 1.1 menjelaskan bahwa kenaikan aplikasi Instagram pada tahun 2017 tidak melebihi aplikasi yang sejenisnya yaitu facebook hal tersebut tentunya ada faktor yang menyebabkan aplikasi Instagram tidak bisa menyanigi aplikasi facebook.

Technology Acceptance Model (TAM) merupakan salah satu model penelitian yang paling berpengaruh dalam studi tentang faktor-faktor penentu sistem informasi dan penerimaan teknologi informasi untuk memprediksi niat untuk menggunakan dan penerimaan sistem informasi dan teknologi informasi oleh individu yang dikembangkan oleh Davis dalam jurnal kim (2011:19) faktor-faktor penentu penerimaan teknolgi informasi untuk memprediksi niat untuk

menggunakan ada dua faktor penentu yaitu persepsi kemudahan penggunaan (*Perceived ease of use*) dan kegunaan yang dirasakan (*perceived usefulness*). Teori tersebut merupakan determinan yang menghubungkan kepada keputusan menggunakan dan berkaitan dengan penerimaan teknologi yang dirasakan oleh setiap individu, karena individu yang akan terlibat langsung dengan penggunaan teknologi.

Menurut hasil Survey APJII tahun 2017 (asosiasi penyedia jasa internet Indonesia) yang dilakukan kebanyakan orang saat terkoneksi ke internet adalah untuk menggunakan jejaring sosial. Tidak kurang dari 87% pengguna internet di Indonesia mengaku menggunakan socila media saat terhubung ke internet. Alasan kedua orang menggunakan internet adalah mencari informasi atau searching dan browsing yaitu sebanyak 68,7%. Yang menarik lainnya adalah ternyata 11% pengguna internet yang ada di Indonesia sudah melakukan jual beli online. Tak heran jika banyak pengamat yang mengatakan bahwa ecommerce sedang tumbuh dengan baik di Indonesia. Jika dilihat dari sisi usia, pengguna internet terbanyak berusia antara 18 hingga 25 tahun. Hasil survey ini mengatakan ada 49% atau hampir setengahnya. Sedangkan jika dilihat dari jenjang pendidikan, maka pendidikan SMA sederajat meraih angka tertinggi dengan 64,7%.

Dari Kutipan tersebut Individu merupakan faktor utama dalam penilaian karena berkaitan individu memiliki pengaruh yang sangat berbobot, karena banyak yang mempengaruhi baik itu internal ataupun eksternal, faktor yang mempengaruhi dalam keputusan menggunakan aplikasi instagram masyarakat berdasarkan pada keinginan, kebutuhan, dan kebiasaan yang berbeda, selain itu pola

minded dalam pikiran masyarakat berpengaruh besar terhadap pola berperilaku. Hal ini berkaitan dengan salah satu bentuk dorongan kepada individu, untuk menggunakan atau tidak menggunakan aplikasi instagram.

Dalam keputusan pembelian konsumen juga dipegaruhi oleh gaya hidup seorang konsumen, Menurut Pride dan Ferrel dalam seragih (2013:134) menjelaskan bahwa gaya hidup seseorang juga mempengaruhi kebutuhan konsumen. Semakin spesifik gaya hidup seorang konsumen maka akan semakin tinggi kemungkinan pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen. Gaya hidup berkaitan erat dengan perkembangan zaman dan teknologi. Gaya hidup menjadi upaya untuk membuat diri menjadi eksis dengan cara tertentu dan berbeda dari kelompok lain. Berdasarkan pengalaman sendiri yang di perbandingkan dengan realitas sosial, individu memilih rangkaian tindakan dan penampilan mana yang nantinya menurut mereka sesuai dan mana yang tidak sesuai di tampilkan dengan ruang sosial. (<https://www.kajianpustakakaliok.com> diakses pada tanggal 2 Januari 2019 pukul 19.00).

Mengacu kepada hasil mini survey yang dilakukan oleh penulis pada hari Rabu 20 Juni 2019 yang di lakukan pada siswa/I di SMK ICB Cinta Niaga Bandung, maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa sebagian besar responden atau lebih dari 50% responden menjawab “ya”, artinya responden tertarik untuk menggunakan aplikasi Instagram. Sebagian besar alasan pengguna menggunakan aplikasi ini dilandasi oleh kepuasan setelah menggunakannya. Hal ini dibuktikan pada pertanyaan yang penulis ajukan bahwa dari 10 responden yang menjadi sampel dari

pada penelitian, secara keseluruhan merasa puas dan berkeinginan untuk merekomendasikan aplikasi ini.

Permasalahan aplikasi instagram mengenai perbedaan individu dan gaya hidup, dimana 9 dari 10 responden menjawab ragu-ragu bahwasanya penggunaan aplikasi instagram digunakan untuk tuntutan akademis, selain itu juga persepsi terhadap penggunaan aplikasi instagram terkait penggunaan data kuota yang lebih besar dari pada aplikasi lainnya.

Selain dari persepsi penggunaan kuota yang cukup besar, 50% responden kurang keyakinan terhadap kesetiaan dalam menggunakan aplikasi instagram, dan terdapat beberapa responden yang menjawab ragu-ragu untuk merekomendasikan aplikasi instagram kepada orang lain, dari hal tersebut sangat berpengaruh terhadap banyaknya yang memutuskan untuk menggunakan aplikasi instagram. Disamping itu beberapa responden menjawab dari pertanyaan yang disajikan bahwa aplikasi Instagram tidak memenuhi semua kebutuhan yang di inginkan responden. Namun pada dasarnya aplikasi instagram ini sangat populer di kalangan remaja karena 100% dari responden pernah dan menggunakan aplikasi instagram, selain itu juga kelebihan instagram banyak fitur-fitur yang di khususkan untuk remaja kekinian.

Berdasarkan pendapat diatas maka perlu dilakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Perbedaan individu dan Gaya Hidup terhadap keputusan menggunakan aplikasi Instagram Studi pada Siswa/I aktif SMK ICB Cinta Niaga Bandung”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, penulis mengidentifikasi beberapa masalah yang ada sebagai berikut:

1. Aplikasi Instagram yang sudah berkembang cukup lama, namun perkembangan aplikasi Instagram tidak bisa menyaingi dengan aplikasi yang sejenisnya yaitu facebook.
2. Pada tahun 2018 aplikasi Instagram mengalami penurunan 1%. Penurunan tersebut menjadi masalah karena pertumbuhan penggunaan internet di Indonesia dari tahun ke tahun semakin meningkat.
3. Persepsi pengguna aplikasi Instagram terhadap penggunaan kuota yang cukup besar, sehingga berpengaruh terhadap keyakinan terhadap kesetiaan dalam menggunakan aplikasi Instagram.
4. Aplikasi Instagram tidak selalu memenuhi kebutuhan para pengguna sehingga terdapat beberapa pengguna yang merasa tidak puas.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, dapat dirumuskan masalah yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh perbedaan individu terhadap keputusan menggunakan pada pengguna aplikasi Instagram di SMK ICB Cinta Niaga Bandung?
2. Apakah terdapat pengaruh gaya hidup terhadap keputusan menggunakan pada pengguna aplikasi Instagram di SMK ICB Cinta Niaga Bandung?
3. Seberapa besar pengaruh individu dan gaya hidup terhadap keputusan menggunakan pada pengguna aplikasi Instagram di SMK ICB Cinta Niaga Bandung?

D. Tujuan penelitian

Menentukan penelitian merupakan hal yang paling utama dalam penelitian. Tujuan yang terarah dan tepat sasaran dapat menghasilkan penelitian yang berkualitas serta memperoleh temuan yang bermanfaat bagi akademisi maupun masyarakat secara umum. Adapun tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah perbedaan individu berpengaruh terhadap keputusan menggunakan aplikasi Instagram di SMK ICB Cinta Niaga Bandung.
2. Untuk mengetahui apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan menggunakan aplikasi Instagram di SMK ICB Cinta Niaga Bandung.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh perbedaan individu dan gaya hidup terhadap keputusan menggunakan aplikasi Instagram di SMK ICB Cinta Niaga Bandung.

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu dalam mengajukan tugas akhir menempuh gelar sarjana strata satu. Dengan diperolehnya informasi dari penelitian ini diharapkan akan memperoleh manfaat bagi pihak-pihak bersangkutan.

1. Bagi penulis

- a. Sebagai suatu aplikasi dari ilmu teoritis yang diterima di kampus dan menerapkannya dalam kehidupan yang lebih nyata serta sebagai sarana evaluasi untuk mengukur keahlian diri dalam bidang pemasaran.

- b. Penelitian ini berguna untuk menambahkan wawasan, pengetahuan serta pengalaman peneliti.

2. Bagi Akademik

Sebagai salah satu masukan bagi ilmu pengetahuan, terutama dalam bidang ilmu manajemen khususnya dalam program studi manajemen pemasaran.

3. Bagi Perusahaan

- a. Penelitian ini dapat dijadikan sumber referensi apabila perusahaan ingin mengetahui sejauh mana pengaruh perbedaan individu dan gaya hidup terhadap keputusan menggunakan aplikasi instagram.
- b. Penelitian ini dapat dijadikan acuan supaya perusahaan bisa lebih kreatif lagi dalam mengatur perbedaan individu.

4. Bagi Pembaca

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu sumber bacaan atau kajian pustaka sebagai bahan untuk melakukan penelitian yang selanjutnya.

F. Kerangka pemikiran

Dalam proses penerimaan teknologi terdapat faktor yang sangat mempengaruhi dalam keputusan untuk menggunakan teknologi tersebut, teori yang berhubungan salah satunya adalah perilaku konsumen, yang menganalisis perilaku baik yang berpengaruh dari luar dirinya atau dari dalam dirinya yang mendorong untuk berperilaku. Pengertian perilaku konsumen menurut Hawkins, dan Mothersbaugh (2013:6), menyatakan "*Consumer behaviour is the study of individual, groups or organizations, and the processes they use to select, secure,*

use, and dispose of product, service, experience or ideas to satisfy needs and the impact that these processes have on the consumer and society". Prilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi serta proses yang dilakukan untuk memilih, mengamankan, menggunakan dan menghentikan produk, jasa, pengalaman atau ide untuk memuaskan kebutuhan dan dampaknya terhadap konsumen dan masyarakat.

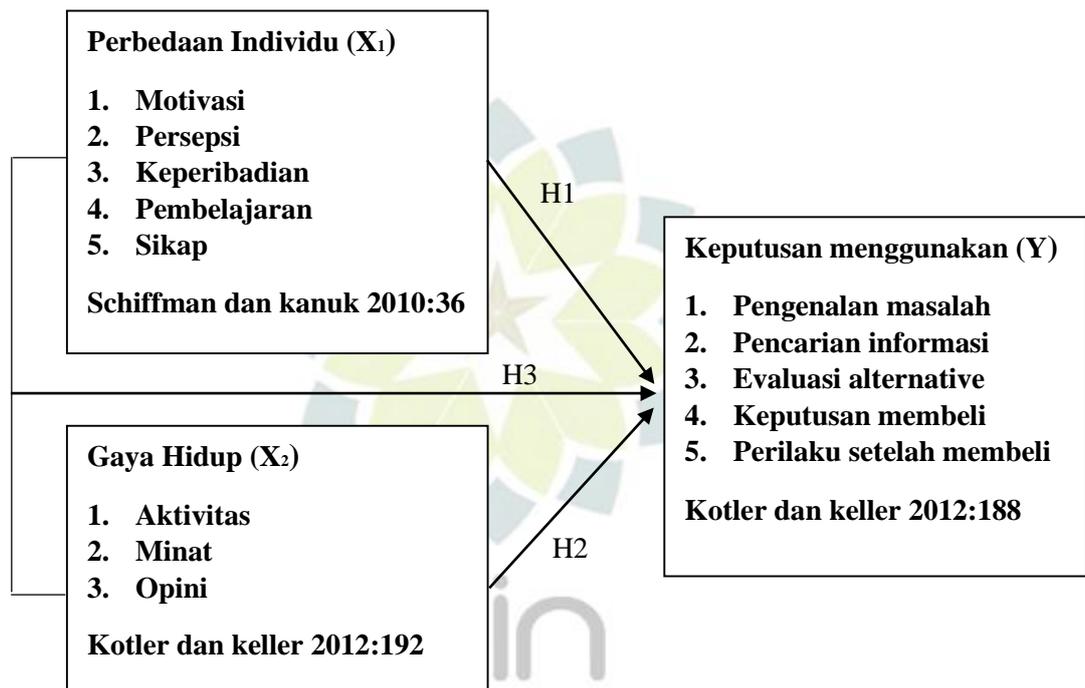
Pengaruh dalam dirinya (perbedaan individu) menurut Schiffman dan Kanuk (2010:36) meliputi (1) Motivasi (2) Persepsi (3) Pembelajaran (4) Kepribadian (5) Sikap.

Menurut Kotler dan Keller (2012:192) gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang di ekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola hidup seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia. Secara umum dapat diartikan sebagai suatu gaya hidup yang dikenali dengan sebagaimana orang menghabiskan waktunya (aktivitas) apa yang penting orang pertimbangkan pada lingkungan (minat), dan apa yang orang pikirkan tentang diri sendiri dan dunia disekitar (opini).

Kotler and Keller (2012:192) menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah "*The consumer forms preference among the brands in the choice set and may also form an intention to buy the most preferred brand*". Konsumen membentuk preferensi di antara merek di set pilihan dan juga dapat membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai.

Faktor yang mempengaruhi individu dalam berperilaku adalah karena ada dorongan dari internal maupun dari external yang akan mempengaruhi individu

dalam membeli atau menggunakan suatu produk sehingga akan berdampak pada keputusan dalam mengkonsumsi atau menggunakan. Berdasarkan uraian di atas, penulis selanjutnya menjabarkan ke dalam kerangka pemikiran agar mempermudah proses penelitian. Kerangka pemikiran tersebut dapat dilihat pada Gambar 1.3 di bawah ini.



sumber: diolah oleh penulis(2019).

SUNAN GUNUNG DJATI
Gambar 1.3
Model Penelitian

Variabel Independen

Pada penelitian ini yang menjadi variabel Independen atau variabel bebas yaitu perbedaan individu (X₁) dan gaya Hidup (X₂)

Variabel Dependen

Untuk variabel dependen atau variabel terikat pada penelitian ini hanya menggunakan satu variabel yaitu Keputusan Menggunakan (Y).

TABEL 1.2
PENELITIAN TERDAHULU

No	Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	D. Scott Hunsinger and Susanna B. Fransen fransensb 2008	<i>Factors Influencing People to Use Linux</i>	Sikap berkorelasi positif dengan Niat perilaku untuk menggunakan sistem operasi Linux pada komputer desktop atau laptop
2	Qing Li and Robert Heckman et al (2008)	<i>Association for Information Systems Year 2008 Decision Making Paths in Self-Organizing Technology-Mediated Distributed Teams</i>	Kami menganalisis sifat software modifikasi pengambilan keputusan proses dalam kelompok didistribusikan mengorganisir diri yang didukung teknologi. Salah satu kontribusi dalam penelitian ini adalah untuk identitas enam jalur di mana keputusan dibuat. Menurut cakupan pengambilan keputusan fase dan ada atau tidak adanya loop antara fase, kita diklasifikasikan sebagai episode: 1) short-cut, 2) implisit pembangunan; 3) implisit evaluasi; 4) normatif; 5) dinamis, dan 6) terganggu / tertunda jalur pengambilan keputusan.
3	Ang-Yong Tom Leea, Hee-Woong Kimb (2007)	<i>Measuring open source software success</i>	Hasil penelitian pada OSS menunjukkan bahwa kualitas software, kualitas pelayanan masyarakat, kualitas perangkat lunak, kualitas pelayanan masyarakat, kepuasan pengguna berpengaruh positif pada OSS yang digunakan.
4	D. Scott Hunsinger dan	What Influences Students to Use Dropbox?	Dropbox dengan cepat menjadi salah satu layanan hosting file paling populer sejak dirilis pada

No	Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
	J. Ken Corley (2013)		<p>September 2008. Studi ini menemukan bahwa dua dari tiga prediktor dari Teori Perilaku yang Direncanakan (Sikap dan Norma Subjektif) secara signifikan dan positif berkorelasi dengan niat seseorang untuk gunakan Dropbox. Hasil penelitian kami menunjukkan bahwa Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan bukanlah prediktor signifikan dari Niat Perilaku dalam domain ini. Namun, temuan menunjukkan bahwa Mempengaruhi</p> <p>a. konstruk yang tidak diukur dalam Theory of Planned Behavior, secara signifikan memengaruhi niat. Penelitian di masa depan dalam bidang ini harus lebih jauh menguji peran Mempengaruhi karena merupakan prediktor yang signifikan dalam penelitian ini.</p>
5	Han Li - Shing <i>et.al</i> (2013)	<i>Recent Related Research In Technology Acceptance Model: A Literature Review</i>	TAM telah terbukti menjadi model teoritis berguna dalam membantu untuk memahami dan menjelaskan perilaku digunakan dalam implementasi sistem informasi.
6	Durmaz, and Diyarbakır Iloğlu, (2011:41)	<i>A Theoretical Approach to the Strength of Motivation in Customer Behavior</i>	Penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumen telah sangat dipengaruhi oleh motivasi dalam disiplin pemasaran. Kebutuhan untuk memprediksi hasil perilaku konsumen didasarkan pada motivasi.
7	Venkatesh (2000: 365)	<i>Determinants of Perceived Ease of Use: Integrating Control, Intrinsic Motivation, and Emotion into the Technology Acceptance Model</i>	Temuan pada saat ini dengan kebutuhan untuk meningkatkan fokus pada variabel perbedaan individual dalam rangka meningkatkan penerimaan pengguna dan penggunaan, daripada terlalu menekankan persepsi sistem yang berhubungan dan karakteristik desain seperti yang telah dilakukan di banyak

No	Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
			sistem informasi sebelum dan penelitian interaksi manusia pada komputer. Pekerjaan saat ini panggilan untuk para praktisi untuk mengembangkan dan melaksanakan program-program pelatihan umum pada keterampilan komputer karena mereka akan memiliki pengaruh yang kuat pada penerimaan dan penggunaan berkelanjutan dari sistem baru.
8	Theresia dista kurnia Mhardikas ari (2013)	Pengaruh perbedaan individu terhadap keputusan pembelian Keputusan Pembelian Smartphone Samsung.	perbedaan Individu mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian Smartphone Samsung baik secara parsial maupun simultan.
9	Yuliana (2014)	Pengaruh perbedaan individu terhadap keputusan menggunakan system operasi Linux	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perbedaan individu pada penggunaan sistem operasi linux dapat ditingkatkan melalui pemahaman dan pengetahuan pengguna. dan mempermudah proses penggunaannya, sehingga para pengguna tidak akan merasa kesulitan dalam proses penggunaan sistem operasi linux. 2. Keputusan menggunakan sistem operasi linux dapat ditingkatkan melalui aspek kepercayaan dan aspek kemudahan dalam menggunakan sistem operasi linux. 3. Hasil penelitian menyatakan bahwa perbedaan individu berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan, maka penulis merekomendasikan agar perusahaan semakin mempermudah dalam proses penggunaan sistem operasi linux.

No	Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
10	2014	Pengaruh gaya hidup, label halal dan harga terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah pada mahsiswi manajemen fakultas ekonomi universitas medan	Gaya hidup, label halal dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah pada mahasiswi prodi manajemen fakultas ekonomi universitas medan, adanya persamaan variabel terikat dan bebas yaitu gaya hidup dan keputusan pembelian namun, dari segi lokasi ada perbedaan.

Sumber: Disadur Dari Hasil Penelitian 2017

G. Hipotesis

Menurut sambas Ali Muhidin (2010:22) Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Sedangkan menurut Sugiono (2008:64) Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah telah dinyatakan dalam bentuk kalimat. Berdasarkan masalah dan kerangka pemikiran, maka diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut:

Hipotesis 1: Hubungan antara variabel X_1 dan Y

H_0 : Tidak terdapat pengaruh antara perbedaan individu terhadap keputusan menggunakan aplikasi Instagram secara parsial.

H_a : Terdapat pengaruh antara perbedaan individu terhadap keputusan menggunakan aplikasi Instagram secara parsial.

Hipotesis 2: Hubungan antara variabel X_2 dan Y

H₀: Tidak terdapat pengaruh antara gaya hidup terhadap keputusan menggunakan aplikasi Instagram secara parsial.

H_a: Terdapat pengaruh antara gaya hidup terhadap keputusan menggunakan aplikasi Instagram secara parsial.

Hipotesis 3: Hubungan antara Variabel X₁ X₂ dan Y

H₀: Tidak terdapat pengaruh antara perbedaan individu dan gaya hidup terhadap keputusan menggunakan aplikasi Instagram secara parsial.

H_a: Terdapat pengaruh antara perbedaan individu dan gaya hidup terhadap keputusan menggunakan aplikasi Instagram secara parsial.





uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG