

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia saat ini dalam keadaan yang tidak stabil dari sisi perekonomian, sebab terus berulang terjadi mengalami krisis. Namun, ekonomi kapitalis banyak diterima dan disambut perkembangannya dengan bangga oleh sebagian besar muslim di negeri mereka. Secara hukum manusia dipimpin oleh sistem demokrasi, tetapi secara faktual dipimpin oleh sistem ekonomi kapitalis di semua sektor kehidupan.

Ekonomi islam seharusnya menjadi pemikiran yang paling dominan dalam kehidupan perekonomian di dunia Islam, justru ekonomi kapitalis yang banyak diperbicangkan dan diterapkan.¹ Ini merupakan kenyataan yang sangat memilukan, karena pemikiran Islam yang shahih hanya dijadikan sebagai simbol-simbol keagamaan. Ekonomi kapitalis membuat terpesona umat muslim karena dengan hanya karena melihat kesuksesan materi yang dihasilkannya, padahal seharusnya memahami dengan tepat asal-usul pemikiran kapitalisme yang hasil dari materialisme.

Mengingat kenyataannya, Orang miskin dan orang kaya terlihat kesenjangan yang besar. mereka seolah-olah kehilangan pandangan islam dan cara berfikir yang inovatif, serta kehilangan kreativitas sehingga belum berhasil menciptakan karya ilmiah sendiri. Pemikiran kapitalis memiliki kecenderungan sangat kuat bagi umat muslim, sehingga mereka menjadi sangat bergantung pada cara-cara solusi yang diberikan oleh ekonomi kapitalis dijadikan pijakan, termasuk

¹ Taqiyuddin an-Nabhani, *Sistem Ekonomi Islam* op.cit.hlm.15-16. (Dar al-Ummah: 2015)

perilaku boros. Dalam teori kurangnya pemikiran ekonomi Islam modern tidak hanya terlihat dalam praktiknya saja. Literatur yang membahas mengenai sistem ekonomi Islam sangat sedikit.²

Sistem ekonomi Islam Al-Assal dan Karim menjelaskan telah memberikan solusi dari kegagalan dua aliran ekonomi yaitu kapitalisme dan sosialisme. Ekonomi Islam memiliki konsep kepemilikan yang berbeda dengan ekonomi kapitalisme dan ekonomi sosialisme, yaitu bahwa hak kepemilikan individu atau hak kepemilikan umum yang tidak absolut, tetapi terikat oleh ketentuan-ketentuan untuk mewujudkan kepentingan orang banyak yang akan mencegah risiko. Memberikan legalitas ekonomi Islam terhadap hak kepemilikan individu, memberikan kebebasan, mendorong, mengatur, dan melindunginya, tetapi tidak membebaskannya tanpa kendali sebagaimana dalam ekonomi kapitalisme.³

Karena itu, sistem ekonomi yang diterapkan akan sangat mempengaruhi dan terkait erat dengan pola pikir, gaya hidup, dan cara hidup seseorang muslim yang akan sangat mempengaruhinya. Phenomena ini mendorong pelaksanaan perilaku konsumtif pada sistem ekonomi kapitalisme. Perilaku ekonomi manusia pada dasarnya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan ekonominya. Manusia berusaha untuk mendapatkan uang untuk dapat memenuhi kebutuhan dasar, kebutuhan sekunder, atau kebutuhan tersier. Atas dasar itu, kegiatan ekonomi manusia dilakukan dengan bekerja keras untuk memiliki kekayaan dengan cara bercocok tanam, bekerja, berbisnis, dan sebagainya.

Dorongan berperilaku untuk memenuhi kebutuhan fisik dan naluri itu merupakan sesuatu yang alami, Sementara motivasi dan tujuan dari perbuatan itu alamiah, karena motivasi dan tujuan tindakan merupakan pilihan manusia, ia dipengaruhi oleh pandangan hidup yang diyakininya.⁴ Jika seseorang konsisten

2 Yusup Qardhawi, op.cit,hlm

3 Ibid, hlm. 46-64, Ekonomi Islam Fundamental. (Irtikaz: 2017

4 Ibid, hlm. 22, Ekonomi Islam Fundamental. (Irtikaz: 2017)

dalam menghubungkan setiap keputusan pilihannya dengan sudut pandang tertentu maka akan terbentuk sebuah pola pikir tertentu. Erat kaitannya dalam mempengaruhi pola perilaku seseorang dengan pola pikir ini, apakah seseorang tersebut berperilaku positif atau negatif. Jika memiliki pola pikir benar, sudah dipastikan motivasi dan tujuan manusia dalam berperilaku ekonomi menjadi benar. Selain itu, akan bernilai ibadah yang mendapatkan pahala jika disertai dengan niat dan perbuatan yang benar yaitu keyakinan yang kuat agar menghasilkan tindakan yang benar sehingga akan diterima Allah.

Nizom Iqtisodi Fil Islam karya Syekh Taqiyuddin an-Nabhani, menjelaskan bahwa, Sistem Ekonomi harus dikaji lebih dalam sehingga pemikiran ini mempengaruhi dan dipengaruhi oleh pandangan hidup (*way of life*) khas, sementara pembahasan tentang ilmu ekonomi harus dianggap sebagai sebuah sains murni yang tidak memiliki hubungan dengan pandangan hidup (*way of life*) tertentu.

Fenomena masyarakat saat ini lebih banyak memilih untuk menghabiskan waktu untuk nongkrong di pusat pembelanjaan untuk hanya sekedar berkumpul dengan teman-teman atau berbelanja pakaian mencari model terbaru, Tujuannya hanya sekedar melepaskan kepenatan dari runititas kesibukan sehari-hari. Berbagai macam gaya dan perilaku ditunjukkan sebagian besar dari ketika berkumpul di pusat perbelanjaan atau di tempat umum.

Semakin bertambahnya pusat perbelanjaan di kota-kota besar termasuk kota Bandung ini, menunjukkan perkembangan pola hidup konsumen yang berbeda dari sebelumnya. Terjadi perubahan pola hidup dari masa ke masa karena adanya perubahan pemikiran dalam masyarakat dan perubahan lingkungan. Perubahan-perubahan tersebut disebabkan oleh beberapa faktor yang mempengaruhi cara hidup seseorang. Faktor internal dan eksternal merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup.⁵ Faktor internal terdiri dari sikap, pengalaman dan observasi, kepribadian, konsep diri, motif, dan persepsi.

⁵ Armstrong dalam Susanto, *Gaya Hidup*, 2013:2

Gaya hidup individu dapat terlihat dari aktivitas, minat, dan perspektif yang ditunjukkan oleh orang tersebut.⁶ Seseorang bertindak berdasarkan alasan dan persepsi yang terbentuk dalam diri mereka, Alasan yang timbul dalam diri individu akan menghasilkan minat individu pada sesuatu. Sementara persepsi individu dapat mempengaruhi pandangan mereka terhadap objek tertentu, sehingga faktor internal yang digunakan adalah sikap, alasan, dan persepsi yang terlihat melalui aktivitas, minat, dan perspektif individu.

Aktivitas, minat, dan perspektif adalah indikator yang digunakan untuk mengetahui bagaimana pola hidup yang sedang dijalani oleh individu. Sifat perempuan yang mudah terpengaruh sering menjadi target pemasaran, sehingga akhirnya mendorong munculnya berbagai tanda dalam kegiatan pembelian yang tidak biasa. Membeli produk dilakukan dengan tujuan-tujuan seperti mengikuti mode, hanya ingin mencoba produk baru, dan lain-lain yang mengarah pada pola hidup tertentu.

Perilaku ekonomi secara umum adalah tindakan-tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan material dan naluri manusia, untuk mencapai tindakan tersebut, manusia akan melalui langkah-langkah berikut ini:

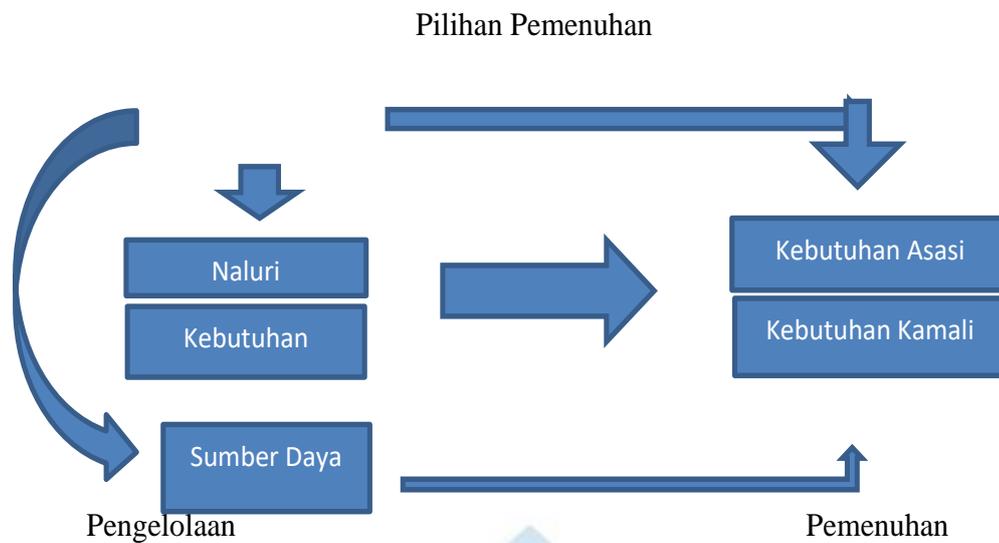
1. Karakteristik fundamental terdapat naluri atau kebutuhan jasmani yang terdapat dalam individu manusia.
2. Dorongan akan muncul dalam kondisi tertentu seperti lapar, haus, kedinginan, gelisah, dan sebagainya. Dorongan ini muncul dari naluri dan kebutuhan fisik.
3. Memiliki hubungan dengan Allah untuk menentukan motivasi dan tindakan. Motivasi manusia dapat berupa motivasi material, seperti makanan, minuman, pakaian, dan sebagainya, motivasi psikologis yang berupa kondisi emosi seperti marah dan senang, dan motivasi spritual yang berupa kesadaran seseorang.

⁶ Setiadi dalam Habibi, *Gaya Hidup*, 2007

4. Menetapkan hubungan sebab akibat dengan mempertimbangkan cara bagaimana dorongan tersebut dapat dipenuhi dengan tepat, benar, dan sempurna.
5. Upaya untuk memenuhi naluri dan kebutuhan fisik, dan
6. Menetapkan tujuan tindakan dalam bentuk sesuatu atau nilai yang dapat dicapai. Nilai tersebut dapat berupa [a] nilai materi (*al-qimah al-madiyah*) seperti uang, barang, dan kendaraan [b] nilai kemanusiaan (*al-qimah al-insaniyah*) dalam bentuk pelayanan manusia kepada manusia lain seperti menyelamatkan orang yang tenggelam, memberi nafkah kepada keluarga, memberi sedekah kepada fakir miskin, dan sebagainya, [c] nilai akhlak (*al-gimah al-akhlaqiyah*) seperti etos, kejujuran, amanah, dan memenuhi janji, [d] nilai spiritual (*al-qimah ar-ruhiyah*) yang diwujudkan melalui ibadah kepada Allah Swt. Seperti shalat, zakat, haji, puasa, dan jihad.

Perilaku ekonomi manusia pada dasarnya dalam rangka memenuhi kebutuhan hidupnya secara ekonomi. Seseorang dapat memenuhi kebutuhan sandang, pangan, papan dan sebagainya ketika manusia berusaha mendapatkan uang. Oleh karena itu, perilaku ekonomi itu upaya keras untuk memiliki kekayaan dengan cara bekerja, bertani, membuka industri, berdagang, dan sebagainya. Jika seseorang konsisten menghubungkan setiap keputusan pilihannya dengan pandangan tertentu, maka akan terbentuk pola pikir tertentu. Pola pikir ini akhirnya akan mempengaruhi pola perilaku seseorang apakah perilaku seseorang baik atau tidak. Jika ingin mendapatkan pemahaman yang menyeluruh maka harus dikaji karena pemahaman ini sangat penting bagi seorang muslim agar perbuatan yang dilakukan sesuai dengan aturan Islam.

Dibawah ini akan digambarkan mekanisme perilaku ekonomi manusia dalam memenuhi kebutuhan dasar ataupun kamalinya manusia:



Gambar 1. 1
Perilaku Ekonomi Manusia

Sistem ekonomi Islam menjadikan aturan islam sebagai satu-satunya hukum yang menyeluruh untuk mengatur kehidupan, maka akan selalu tercermin dari seorang muslim. Keyakinan Islam yaitu percaya bahwa Allah Swt telah menetapkan hukum syariah bagi manusia sebagai aturan dan standar kehidupan, termasuk dalam melakukan aktivitas ekonomi. Allah Swt mengutus Nabi Muhammad Saw yang membawa hukum syariah-Nya untuk disampaikan kepada seluruh umat manusia. Setiap perbuatan akan dimintai pertanggungjawaban oleh Allah Swt atas semua perbuatan yang dilakukan di dunia, apakah sesuai dengan petunjuk yang diberikan atau tidak. Dengan demikian, Allah Swt akan memberikan pahala kepada siapa saja yang ta'at dan memberikan sanksi kepada siapa pun yang melanggar aturan Allah.

Kota Bandung hari ini sangat pesat perekonomiannya, menjadikannya sangat penting menjadi pusat bisnis, salah satunya yaitu bisnis busana muslim yang terus berkembang pesat. Maka, bisnis busana muslim menjadi target para pengusaha, Faktanya banyak didirikan butik, *distro*, *factory outlet*, dan *clothing* di Kota Bandung yang akan mempengaruhi tren berpakaian di masyarakat, terutama busana muslim.

Berikut ini adalah perkembangan *fashion* di Kota Bandung dalam kurun waktu tujuh tahun terakhir yang akan dilihat pada table 1.1.

Tabel 1.1

Jenis Industri Kreatif Fashion di Kota Bandung

Jenis Usaha	2010-2012	2013-2015
Distro	512 gerai	574 gerai
Clothing	75 gerai	90 gerai
Factory Outlet	115 gerai	150 gerai

Sumber: <http://bandungcreativecityblog.wordpress.com/>

Melihat dari tabel diatas, bahwa dunia fashion berkembang pesat, sehingga desain produk busana terutama busana muslim dan kerudung yang ada pada saat ini mendorong konsumen untuk melakukan indentifikasi dalam pengambilan keputusan untuk menentukan suatu merek yang menurut mereka memenuhi kriteria busana muslim yang syar'i. Dengan banyaknya merek yang terus bermunculan dengan berbagai macam varian seperti Zoya, Rabbani, Dannis, dll.

Berikut ini, terdapat data-data hasil penelitian menurut survey TOP Brand Award mengenai fashion muslim pada tahun 2017.

Tabel 1.2
Top Brand Fashion Muslim Tahun 2017

Merek	Brand Value
Zoya	23,2%
Rabbani	16,6%
Dannis	7,9%
Azka	6,1%
Almadani	4,3%

Sumber: www.topbrand-award.com

Berdasarkan tabel 1.2, bahwa Top Brand Fashion Muslim Tahun 2017 posisi pertama ditempati oleh Zoya, kemudian Rabbani, Dannis, Azka dan Almadani. Berikut ini merupakan data nama-nama brand yang ada di kota Bandung diantaranya sebagai berikut:

Tabel 1.3
Data brand di Kota Bandung

No	Nama Brand
1	Zoya
2	Rabbani
3	Dannis
4	Azka
5	Almadani
6	Elzatta
7	Dian Pelangi
8	Monel
9	Ria Miranda
10	Jenahara
11	Kia by Zaskia Sungkar
12	Annara

Dari tabel 1.3, bisa dilihat banyak brand yang ada di Kota Bandung. Namun, peneliti tertarik untuk meneliti brand Annara karena ada permasalahan yang sedang dihadapi. Produk brand Annara tergolong produk baru sehingga harus bersaing ketat dengan produk top brand, Namun disini munculah masalah penjualan produk Annara, dimana mengalami penurunan setiap tahunnya terhitung sejak tahun 2019, 2020, 2021, dan 2022, bisa dilihat ditabel 1.4 dibawah ini:

Tabel 1.4
Omzet Penjualan Brand Annara Tahun 2019 s/d 2022

No	Tahun	Jenis produk	Omzet penjualan pertahun
1	2019	Kerudung	90%
2	2020	Kerudung	80%
3	2021	Kerudung	70%
4	2022	Kerudung	55%

Sumber : Diolah oleh peneliti

Berdasarkan Tabel 1.3 omzet penjualan brand Annara terus mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Tahun 2019 omzet 90%, tahun 2020 mengalami penurunan 10% menjadi 80%, tahun 2021 mengalami penurunan 10% dari tahun 2020 dan tahun 2022 mengalami penurunan 15% dari tahun dari tahun 2021.

Penggunaan produk, persepsi tentang kualitas produk, dan kepuasan terhadap produk. Pengukuran ini digunakan untuk mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Pengambilan keputusan dapat dijelaskan sebagai suatu proses evaluasi dan seleksi dari berbagai opsi sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menentukan sebuah pilihan yang dianggap paling menguntungkan. Keputusan pembelian merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada aktivitas manusia, membeli suatu barang untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Keputusan pembelian yaitu keputusan konsumen tentang pilihan merek yang akan dibeli, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Dalam penelitian ini, pengukuran keputusan pembelian konsumen menggunakan empat pengukuran yang dijelaskan oleh Kotler (1995) yaitu ketetapan pada sebuah produk, kebiasaan dalam penggunaan produk, persepsi tentang kualitas produk, dan kepuasan terhadap produk. Keempat pengukuran ini digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Ketika membeli produk tersebut, memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk melakukan pembelian ulang.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh *Mindset*, *Way of Life* dan *Lifestyle* Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen pada Brand Annara di Agen Kota Bandung ”**.

B. Perumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang masalah diatas, maka dapat diidentifikasi bahwa masalah penelitian ini sebagai berikut: Pengaruh *Mindset*, *Way of Life* dan *Lifestyle* Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen pada Brand Annara di Agen Kota Bandung. Sesuai dengan identifikasi masalah tersebut, maka masalah ini dapat dirumuskan kedalam beberapa pertanyaan petelitian:

1. Seberapa besar pengaruh *Mindset* terhadap pengambilan keputusan pembelian konsumen pada brand Annara di Agen Kota Bandung?
2. Seberapa besar pengaruh *Way of Life* terhadap pengambilan keputusan pembelian konsumen pada brand Annara di Agen Kota Bandung?
3. Seberapa besar pengaruh *Lifestyle* terhadap pengambilan keputusan pembelian konsumen pada brand Annara di Agen Kota Bandung?
4. Seberapa besar *Mindset*, *Way of Life* dan *Lifestyle* berpengaruh secara silmutan terhadap pengambilan keputusan pembelian konsumen pada brand Annara di Agen Kota Bandung?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian untuk mengetahui dan menganalisis, antara lain sebagai berikut:

1. Pengaruh *Mindset* terhadap pengambilan keputusan pembelian konsumen pada brand Annara di Agen Kota Bandung.

2. Pengaruh *Way of Life* terhadap pengambilan keputusan pembelian konsumen pada brand Annara di Agen Kota Bandung.
3. Pengaruh *Lifestyle* terhadap pengambilan keputusan pembelian konsumen pada brand Annara di Agen Kota Bandung.
4. Pengaruh *Mindset*, *Way of Life* dan *Lifestyle* secara silmutan terhadap pengambilan keputusan pembelian konsumen pada brand Annara di Agen Kota Bandung.

D. Manfaat Hasil Penelitian:

Manfaat hasil penelitian ini dikelompokkan kepada kegunaan teoritis dan kegunaan praktis, sebagai berikut:

1. Kegunaan teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu yang bermanfaat mengenai pengaruh *Mindset*, *Way of Life* dan *Lifestyle* terhadap perilaku ekonomi pada keputusan pembelian konsumen, juga memberikan gambaran akan sistem ekonomi yang harus digunakan sehingga memiliki *Mindset*, *Way of life* dan *Lifestyle* yang sesuai dengan ekonomi Islam.

2. Kegunaan praktis:

- a. Bagi kaum muslim

Diharapkan kaum muslim mampu memahami sistem ekonomi yang harus digunakan sehingga memiliki *Mindset*, *Way of life* dan *Lifestyle* yang sesuai dengan prinsip ekonomi Islam.

- b. Bagi pihak lain

Diharapkan dapat menjadi bahan referensi bahwa sistem ekonomi Islam mampu menjadi solusi atas permasalahan ekonomi yang terjadi hari ini, sekaligus memahami *Mindset*, *Way of life* dan *Lifestyle* yang benar sesuai dengan prinsip sistem ekonomi Islam.

E. Kerangka Pemikiran

Sebagai seorang muslim wajib menjadikan sistem Islam sebagai standar dalam kehidupan, karena Islam merupakan ideologi yang menyeluruh untuk mengatur semua aspek kehidupan termasuk sistem ekonomi Islam. Ekonomi Islam mengatur dengan sangat rinci dan pemikiran-pemikiran islam di bidang ekonomi dan memiliki pengaruh yang paling kuat dalam kehidupan perekonomian di Dunia Islam. Pasalnya, pemikiran ini akan mengubah umat secara revolusioner. Oleh karena itu, perlu adanya gambaran yang jelas tentang ekonomi Islam. Karena Islam telah menjadikan pemikiran sebagai pondasi untuk membangun pengaturan urusan kaum muslim dalam kehidupan Masyarakat termasuk menjadikan aktivitas perekonomian tersebut sesuai dengan yang diperintahkan oleh hukum-hukum syariah yang berasal dari Allah Swt.

Sistem ekonomi Islam telah tersusun dan benar-benar diterapkan dalam kehidupan masyarakat dan bernegara, maka akan menghasilkan sebuah tatanan ekonomi yang khas, yaitu tatanan masyarakat ekonomi Islam. Tatanan ini tentu dapat dibedakan secara jelas dibandingkan dengan tatanan ekonomi dari masyarakat yang lain, seperti tatanan masyarakat ekonomi kapitalis atau sosialis.

Sistem ekonomi Islam merupakan seperangkat aturan yang berasal dari Al-Quran dan As-Sunnah yang berasal dari Allah Swt. Tugas kita sebagai manusia hanya menjalankan kewajiban serta mengamalkan perintah dan larangan Allah Swt. Untuk menjelaskan masalah penelitian ini digunakan beberapa teori yang terkait langsung dengan masing-masing variable, yaitu:

- a. Hubungan pengaruh *mindset* terhadap keputusan pembelian konsumen
Mindset (X1) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada brand Annara (Y) di Agen Kota Bandung. Ini diperkuat oleh teori tentang *Mindset*, “Pola pikir yang akan menentukan tindakan. Tindakan ini akan mengantarkan kita makin mendekat (atau justru menjauh) dari impian dan cita-cita kita. Jadi, penting sekali bagi kita untuk memiliki ‘*mindset* sang

bintang’, yang akan mengantarkan kita menjadi bintang yang sesungguhnya!”⁸

- b. Hubungan pengaruh *way of life* terhadap keputusan pembelian konsumen *Way of Life* (X2) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada brand Annara (Y) di Agen Kota Bandung. Ini diperkuat oleh teori tentang “Sistem ekonomi harus dibahas sebagai sebuah pemikiran yang mempengaruhi dan terpengaruh oleh pandangan hidup (*way of life*) tertentu, sedangkan pembahasan tentang ilmu ekonomi harus dianggap sebagai sebuah sains murni yang tidak ada hubungannya dengan pandangan hidup (*way of life*) tertentu”.⁹
- c. Hubungan pengaruh *lifestyle* terhadap keputusan pembelian konsumen *Lifestyle* (X3) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada brand Annara (Y) di Agen Kota Bandung. Ini diperkuat oleh teori tentang kebutuhan-kebutuhan yang menuntut pemenuhan, yang dianggap hanya bersifat material (terkait dengan kebendaan) saja, juga salah dan bertentangan dengan realitas bahwa kebutuhan itu harus terpenuhi. Sebab, ternyata ada kebutuhan-kebutuhan yang bersifat moral dan kebutuhan-kebutuhan yang bersifat spiritual, yang masing-masing juga menuntut pemenuhan sebagaimana kebutuhan-kebutuhan yang bersifat material. Maka seseorang akan memiliki gaya hidup tertentu sesuai dengan pemahaman yang dimilikinya dalam rangka memenuhi kebutuhannya.¹⁰

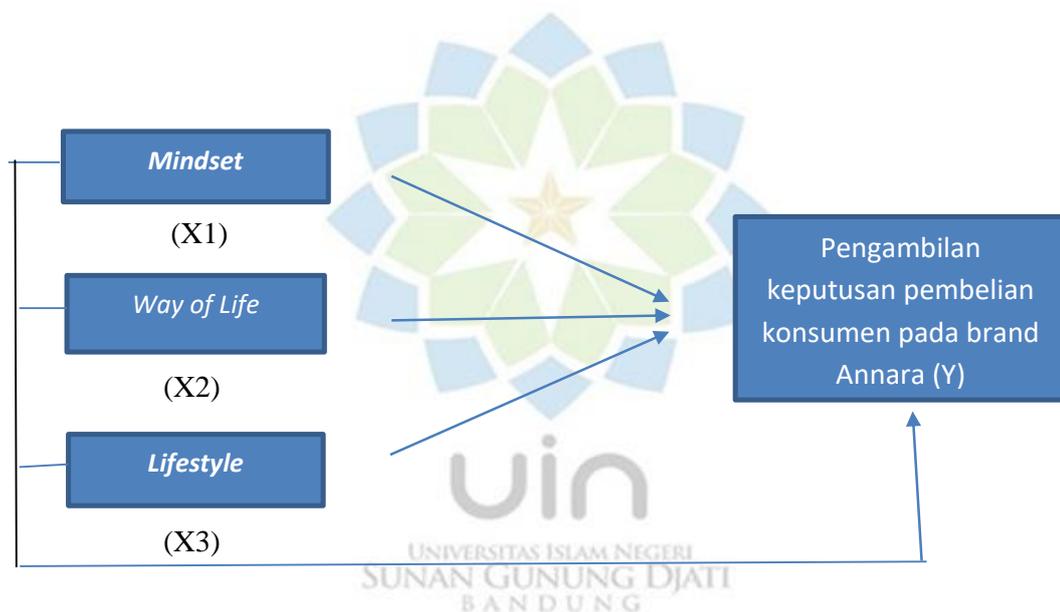
8 Fani Kartikasari. dalam buku *Mindset Revolution for Smart Teen* (2009:11)

9 Taqiyuddin an-Nabhani, *Sistem Ekonomi Islam*.op.cit.hlm.15-16

10 Taqiyuddin an-Nabhani, *Sistem Ekonomi Islam*.op.cit.hlm. 17-18

Hubungan Antar Variable Penelitian:

Memiliki hubungan yang sangat berpengaruh antara *mindset*, *way of life* dan *lifestyle* terhadap perilaku ekonomi dalam keputusan pembelian konsumen pada Brand Annara di Agen Kota Bandung, maka jika sistem ekonomi yang diterapkan adalah sistem ekonomi islam akan membentuk *mindset*, *way of life* dan *lifestyle* islam yang sesuai syariah islam. Dengan demikian, secara ilustratif, hubungan tersebut dapat digambarkan ke dalam kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 1.2
Kerangka Pemikiran

Gambar tersebut menjelaskan bahwa secara parsial adanya pengaruh yang signifikan antara *Mindset* terhadap pengambilan keputusan pembelian konsumen pada brand Annara di Agen Kota Bandung, juga terdapat pengaruh yang signifikan antara *Way of Life* terhadap pengambilan keputusan pembelian konsumen pada brand Annara di Agen Kota Bandung, juga terdapat pengaruh yang signifikan

antara *lifestyle* terhadap pengambilan keputusan pembelian konsumen pada brand Annara di Agen Kota Bandung dan secara simultan *mindset*, *way of life* dan *lifestyle* berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian konsumen pada brand Annara di Agen Kota Bandung.

F. Hipotesis

Hipotesis merupakan respons awal terhadap perumusan permasalahan penelitian, sehingga perumusan permasalahan penelitian umumnya dirumuskan dalam bentuk pertanyaan.¹¹ Dikatakan respons awal karena jawaban yang diberikan hanya didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Sesuai dengan kerangka pemikiran yang telah diuraikan, maka dapat diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut:

Hipotesis Secara Parsial

H₀₁ : *Mindset* tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada brand Annara di Agen Kota Bandung.

H_{a1} : *Mindset* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada brand Annara di Agen Kota Bandung.

H₀₂ : *Way of Life* tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada brand Annara di Agen Kota Bandung.

H_{a2} : *Way of Life* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada brand Annara di Agen Kota Bandung.

¹¹ Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis (Bandung: 2009),3

H₀₃ : *Lifestyle* tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada brand Annara di Agen Kota Bandung.

H_{a3} : *Lifestyle* berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada brand Annara di Agen Kota Bandung.

Hipotesis Secara Simultan

H₀₄ : *Mindset, Way of Life dan Lifestyle* secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada brand Annara di Agen Kota Bandung.

H_{a4} : *Mindset, Way of Life dan Lifestyle* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada brand Annara di Agen Kota Bandung.

