

**PENGARUH MOTIVASI, GAYA HIDUP DAN KEPERCAYAAN
KONSUMENTERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI *FACEBOOK*
*MARKETPLACE***

(Studi Kasus Pada Mahasiswa Kampus Negeri Di Kota Medan)

SKRIPSI

ANNISA APRILIA

NIM.0501181016



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA

2022 M/ 1444 H

**PENGARUH MOTIVASI, GAYA HIDUP DAN KEPERCAYAAN
KONSUMENTERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI *FACEBOOK*
*MARKETPLACE***

(Studi kasus Pada Mahasiswa Kampus Negeri Di Kota Medan)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Pada Jurusan
Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri
Sumatera Utara

ANNISA APRILIA

NIM.0501181016



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA

2022/1444 H

SURAT PERNYATAAN

Yang Bertanda Tangan Di Bawah Ini :

Nama : **Annisa Aprilia**
NIM : 0501181016
Tempat, Tanggal Lahir : Medan, 14 April 2000
Alamat : Jl. Dr. Mansyur Gg. Sipirok, Kec. Medan Selayang,
Kota Medan

Menyatakan dengan ini bahwa skripsi saya yang berjudul **“PENGARUH MOTIVASI, GAYA HIDUP DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI *FACEBOOK MARKETPLACE* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kampus Negeri Di Kota Medan)”** benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan didalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

Medan, 08 Oktober 2022

Yang Membuat Pernyataan



Annisa Aprilia

NIM.0501181016

PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul :

**PENGARUH MOTIVASI, GAYA HIDUP DAN KEPERCAYAAN
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI FACEBOOK MARKETPLACE
(Studi Pada Mahasiswa Kampus Negeri Di Kota Medan)**

Oleh:

**Annisa Aprilia
NIM.0501181016**

Dapat disetujui sebagai salah satu persyaratan untuk memenuhi gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Ekonomi Islam

Medan, 08 Oktober 2022

Diketahui,

Pembimbing I



Sri Ramadhani, MM

NIDN. 2015107502

Pembimbing II



Nuri Aslami, M.Si

NIDN. 2019029303

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Islam



Imsar, M.Si

NIDN. 2003038701



LEMBAR PENYERAHAN SKRIPSI

Telah di terima dari saudara:

Nama : Annisa Aprilia
NIM : 0501181016
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Motivasi, Gaya Hidup Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Facebook Marketplace (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kampus Negeri Di Kota Medan)
Tanggal Sidang : 21 Juli 2022

No	Penerima	Unit	Nama Penerima	Paraf/ Ttd
1	Pembimbing Skripsi I	1	Sri Ramadhani,MM	
2	Pembimbing Skripsi II	1	Nuri Aslami,M.Si	
3	Penguji I	1	Dr. Fauzi Arif Lubis, MA	
4	Penguji II	1	Nurul Jannah, M.E	
5	Ketua Prodi Ekonomi Islam	1	Imsar, M.Si	
6	Kasubbag Akademik, Kemahasiswaan dan Alumni	1	Nurhani, SE, M.Si	

Medan, 03 Januari 2023

Mengetahui,

Kasubbag Akademik Kemahasiswaan
dan Alumni FEBI

Nurhani, SE, M.Si
NIP. 197305242006042002

Yang Menyerahkan

Annisa Aprilia
NIM. 0501181016

ABSTRAK

Annisa Aprilia (2022), “PENGARUH MOTIVASI, GAYA HIDUP DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI *FACEBOOK MARKETPLACE* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Kampus Negeri Di Kota Medan)”. Dibawah Bimbingan pembimbing I Ibu Sri Ramadhani, MM Dan Pembimbing II Ibu Nuri Aslami M.Si.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana motivasi, gaya hidup, dan kepercayaan konsumen mempengaruhi keputusan pembelian di *Facebook Marketplace* (Studi Kasus pada Mahasiswa Kampus Negeri di Kota Medan). Keputusan pembelian adalah variabel dependen, sedangkan motivasi, gaya hidup dan kepercayaan konsumen adalah faktor independen. Informasi yang digunakan dikumpulkan langsung dari mahasiswa kampus negeri di kota Medan. Panel regresi data digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini, yang dilakukan dengan menggunakan software SPSS 25. Sampel dalam penelitian ini terdiri dari 105 sampel yang dikumpulkan dengan menggunakan strategi purposive sampling.

Kata Kunci: Motivasi, Gaya Hidup, Kepercayaan Konsumen, Keputusan Pembelian, *Facebook Marketplace*.

KATA PENGANTAR



Puji syukur kehadirat Allah SWT yang maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“PENGARUH MOTIVASI, GAYA HIDUP DAN KEPERCAYAAN KONSUMEEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI FACEBOOK MARKETPLACE (Studi Pada Mahasiswa Kampus Negeri Di Kota Medan)”** dalam rangka memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara pada Program Studi Ekonomi Islam. Penyelesaian skripsi ini tentunya tidak lepas dari kedua orang tua saya tercinta Ayahanda **Sukiman** dan Ibunda **Rahmawati Ritonga** yang telah mendukung penulis dari segala aspek, terutama materi, kasih sayang, doa, motivasi, nasihat, selalu mendukung dalam segala hal dan selalu menjadi tempat penulis berkeluh kesah yang tau bagaimana perjuangan penulis hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Kepada Abangda **Adjie Hermawansyah S.E**, Adik perempuan **Alfina Herawati** dan Adik Laki-laki **Syahril Muda Ramadhan** yang juga selalu mendukung dan menyemangati penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

berbagai pihak yang telah mendukung dan mendorong penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, serta bantuan, bimbingan, dan arahan yang penulis terima dari berbagai pihak sehingga pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada berbagai pihak tersebut yang diantaranya adalah:

1. Kepada Bapak **Prof. Dr. H. Syahrin Harahap, M.A.** selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
2. Kepada Bapak **Dr. H. Muhammad Yafiz, M.Ag.** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
3. Kepada Bapak **Imzar, M.Si** selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam dan Bapak **Rahmat Daim Harahap, M.AK** selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam di

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

4. Kepada Ibu **Dr. Chuzaimah Batubara, MA** selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan arahan dan bimbingan hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Kepada Ibu **Sri Ramadhani, MM** selaku Pembimbing Skripsi I yang telah meluangkan waktunya dalam membimbing dan mengarahkan penulis selama proses penyelesaian skripsi ini.
6. Kepada Ibu **Nuri Aslami, M.Si** selaku Pembimbing Skripsi II yang senantiasa bersedia meluangkan waktunya dalam memberikan bimbingan serta arahan kepada penulis hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada **Abdul Rifat** sebagai seseorang yang selalu mendukung penulis dalam segala hal, menghibur, sebagai tempat berkeluh kesah penulis dalam menyelesaikan skripsi dan juga sebagai seseorang yang tau bagaimana perjuangan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada **KKN DR Kelompok 22** Terimakasih atas kebersamaannya dalam melaksanakan kkn ini, yang saling mensupport, menghargai dan kebersamaan yang tidak akan terlupakan oleh penulis.
9. Kepada **Dompot Dhuafa Waspada Medan** sebagai tempat penulis melaksanakan kegiatan magang selama 1 Bulan dan di kelilingi oleh karyawan yang baik dan sayang terhadap penulis.
10. Kepada sahabat saya dan juga teman seperjuangan **Feby Maulidya Nst, Irma Chairani Tambunan** yang selalu mendukung, memberi semangat, dan memotivasi serta kebersamai.
11. Kepada sahabat saya dan juga teman seperjuangan **Geng Duren** yang selalu mendukung, memberi semangat, dan memotivasi serta kebersamai.
12. Kepada teman-teman seperjuangan seluruh keluarga besar **Ekonomi Islam F Stambuk 2018** yang sudah memberikan semangat dan motivasi serta kebersamai selama ini.
13. Dan Kepada seluruh teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu-persatu telah mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT membalas berkali lipat lebih banyak berkah kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam proses penyelesaian atas segala itikad baik yang telah diberikan kepadanya. Akhir kata, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam skripsi ini, untuk itu penulis mengharapkan saran dan masukan yang membangun dari para pembaca. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak orang.



Medan, 08 Oktober 2022

Yang Membuat Pernyataan



af
Annisa Aprilia

NIM.0501181016

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN	i
PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN TEORITIS	
A. Keputusan Pembelian	10
1. Pengertian Keputusan	10
2. Keputusan Pembelian	10
3. Indikator Keputusan Pembelian	12
B. Pengaruh Motivasi	13
1. Pengertian Motivasi	13
2. Motivasi Konsumen	14
3. Indikator Motivasi	14
C. Gaya Hidup	15
1. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup	18
2. Jenis-Jenis Gaya Hidup	21
3. Indikator Gaya Hidup	22

D. Kepercayaan Konsumen	23
1. Indikator Kepercayaan Konsumen	25
E. <i>Facebook Marketplace</i>	26
F. Pengambilan Keputusan Dalam Syari'at Islam.....	27
G. Penelitian Terdahulu	30
H. Kerangka Pemikiran	34
I. Hipotesis	35

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian	36
B. Tempat Dan Waktu Penelitian	37
C. Populasi Dan Sampel	37
D. Jenis Dan Sumber Data	39
E. Teknik Pengumpulan Data	40
F. Definisi Operasional	41
G. Teknik Analisis Data	43

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	46
1. Profil <i>Facebook Marketplace</i>	46
2. Misi <i>Facebook Marketplace</i>	47
3. Struktur <i>Facebook Marketplace</i>	47
4. Produk <i>Facebook Marketplace</i>	49
5. Logo <i>Facebook Marketplace</i>	50
B. Penyajian Data Penelitian	51
1. Karakteristik Responden	51
2. Deskripsi Variabel Penelitian	52
C. Hasil Analisis Data	56
1. Uji Asumsi Klasik	56
2. Uji Hipotesis	58
D. Pembahasan	62
1. Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian	62

2. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	63
3. Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	64
4. Pengaruh Motivasi, Gaya Hidup Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	65

BAB V PENU TUP

A. Kesimpulan	68
B. Saran-saran	69

DAFTAR PUSTAKA70

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
1 Penelitian Terdahulu	30
2 Waktu Penelitian.....	37
3 Skala Likert	41
4 Definisi Operasional	41
5 Distribusi Frekuensi Usia Responden	51
6 Distribusi Frekuensi Agama Responden	52
7 Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin Responden	52
8 Kategori Rentang Skala.....	53
9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel X1	54
10 Tanggapan Responden Terhadap Variabel X2	54
11 Tanggapan Responden Terhadap Variabel X3	55
12 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Y	55
13 Hasil Uji Normalitas	56
14 Hasil Uji Multikolinearitas	57
15 Hasil Uji t	58
16 Hasil Uji F	59
17 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
1 Kerangka Pemikiran.....	34
2 Produk <i>Facebook Marketplac</i>	49
3 Logo <i>Facebook Marketplace</i>	50
4 Grafik <i>Scatterplot</i>	58



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Hal
1 Kuesioner.....	74
2 Tabulasi Data.....	77
3 Hasil <i>Output</i> SPSS.....	83



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN