

The Influence of Self-Concept, Income and Lifestyle on Jewelry Purchasing Decisions at Bunda Asih Sehati Gold Shop

By :

Moh. Ilman Nafi'an

Student of Management Department, Faculty of Economics, Darul 'Ulum Lamongan Islamic University

ABSTRACT

Bunda Asih Sehati Gold jewelry shop is a business located at Kranji market. This business operates in the jewelry sector, and has various products such as necklaces, rings, bracelets, earrings, and others. Competition in the gold jewelry sector is increasing rapidly, now managing a gold shop is not just about price, color, design, shape, gold content and variety. However, how can a business introduce its products so that they can reach the income and lifestyle of consumers in the local community? It is known from the results of research on consumer events or phenomena at the Bunda Asih Sehati gold jewelry shop which experience increases and decreases every year. This research aims to determine the influence of self-concept, income and lifestyle on jewelry purchasing decisions at the Bunda Asih Sehati gold shop. This research data was obtained from distributing questionnaires via Google Form media which contained statements that would be answered by 96 respondents. This research uses multiple linear regression analysis. In testing, researchers used the IBM SPSS version 25 test tool. Partially, the results of this research show that self-concept does not significantly influence the decision to purchase jewelry at the Bunda Asih Sehati Store. Lifestyle has a significant influence on the decision to purchase jewelry at the Bunda Asih Sehati Store. Income has a significant influence on the decision to purchase jewelry at the Bunda Asih Sehati Store. Self-concept, lifestyle and income simultaneously influence the decision to purchase jewelry at the Bunda Asih Sehati Store.

Keywords: Brand Image, Price, Lifestyle, Purchase Decision

Pengaruh Konsep Diri, Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Di Toko Emas Bunda Asih Sehati

Oleh :

Moh. Ilman Nafi'an

**Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Darul
'Ulum Lamongan**

ABSTRAK

Toko perhiasan Emas Bunda Asih Sehati adalah sebuah bisnis yang beralamat di pasar Kranji Bisnis tersebut bergerak dalam bidang perhiasan, dan memiliki berbagai produk seperti kalung, cincin, gelang, anting, dan lain-lain. Persaingan dibidang perhiasan emas yang semakin pesat, kini mengelola toko emas tidak hanya sekedar pada harga, warna, desain, bentuk, kadar emas serta variasi. Namun bagaimana sebuah bisnis tersebut dapat mengenalkan produknya sehingga dapat menjangkau pendapatan dan gaya hidup konsumen masyarakat sekitar. Diketahui dari hasil penelitian peristiwa atau fenomena konsumen di Toko perhiasan emas Bunda Asih Sehati yang setiap tahunnya mengalami kenaikan dan penurunan.. Penelitian ini Bertujuan untuk mengetahui pengaruh Konsep Diri, Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Di Toko Emas Bunda Asih Sehati. Data penelitian ini diperoleh dari penyebaran kuosioner melalui media google form yang berisikan pernyataan yang akan dijawab oleh 96 reponden. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Dalam pengujian, peneliti menggunakan alat uji IBM SPSS versi 25. Secara parsial, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Konsep diri tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian perhiasan di Toko Bunda Asih Sehati. Gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian perhiasan di Toko Bunda Asih Sehati. Pendapatan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian perhiasan di Toko Bunda Asih Sehati. Konsep diri, gaya hidup dan pendapatan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian perhiasan di Toko Bunda Asih Sehati.

Kata kunci: Konsep Diri, Pendapatan, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian