

Pengaruh Perilaku Konsumtif Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Kebumen

Novi Fitriani^{1*}, Nur Khasanah²

^{1,2} Universitas Putra Bangsa
Email: nanakhasanah.2105@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the influence of consumer behavior on clothing purchasing decisions in Kebumen. This study was conducted on the people of Kebumen Regency who buy clothes. Data collection was carried out by distributing questionnaires to 100 respondents. This study uses analytical techniques, namely descriptive and statistical analysis including validity tests, reliability tests, classical assumption tests, hypothesis tests and simple regression analysis. The software used is SPSS version 25 for windows. The results of this study indicate that consumer behavior variables have a significant effect on purchasing decisions with the results of the t test, namely the calculated t value > t table of 5.958 > 1.98447 and a significance value of 0.000 < 0.05 which states that the hypothesis is accepted.

Keywords: *Consumptive behavior and purchasing decisions*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh perilaku konsumtif terhadap keputusan pembelian pakaian di Kebumen. Penelitian ini dilakukan pada masyarakat Kabupaten Kebumen yang membeli pakaian. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner pada 100 responden. Penelitian ini menggunakan teknik analisis yaitu analisis deskriptif dan statistik meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis dan analisis regresi sederhana. Software yang digunakan ialah menggunakan SPSS versi 25 for windows. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel perilaku konsumtif berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan hasil uji t yaitu nilai t hitung > t tabel sebesar 5,958 > 1,98447 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 yang menyatakan bahwa hipotesis diterima.

Kata Kunci: Implementasi digital dan keputusan pembelian

1. Latar Belakang

Perkembangan dan perubahan zaman yang semakin pesat menuntut masyarakat untuk lebih modern. Salah satu perubahan yang kentara ialah perilaku konsumen dalam mengkonsumsi sebuah barang. Konsumen memiliki rasa dan nafsu untuk memenuhi kebutuhan hidup yang dari waktu ke waktu semakin bertambah. Adanya tuntutan modernisasi membuat konsumen tidak bisa mengendalikan perilaku konsumtifnya. Menurut Susilawati & Fr (2018) dalam Zuhria (2020) Perilaku konsumtif ialah perilaku konsumen yang tidak puas dengan kesenangannya sendiri dan tidak memperhatikan manfaat atau kebutuhannya. Ketidak puasan konsumen membuat konsumen untuk terus menerus mengkonsumsi suatu barang tanpa memperhatikan kegunaan dari barang tersebut. Hal ini diperkuat Anggista et al, (2022) yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan kecenderungan konsumen untuk mengkonsumsi tanpa batas. Perilaku konsumtif ini

biasa dilakukan dengan belanja barang maupun pakaian yang tak terkendali. Pakaian merupakan salah satu produk yang diproduksi terus menerus dengan berbagai ragam model. Perilaku konsumtif merupakan sikap dari seseorang dalam mengkonsumsi suatu barang secara berlebihan. Sikap ini tidak mempedulikan kegunaan atau manfaat dari barang tersebut hanya sebagai pemuas nafsu. Keinginan akan suatu barang secara berlebihan dapat dikatakan sebagai pemborosan karena tindakan ini akan terus menerus dilakukan sampai nafsu diri terpuaskan. Ada beberapa indikator perilaku konsumtif menurut Sumartono (2002): membeli produk karena adanya pengaruh dari orang lain, membeli barang karena tertarik dengan penampilan luarnya unik, membeli produk karena rasa gengsi dan percaya diri, membeli produk didasarkan pada tingkatan harga, membeli produk untuk menjaga simbol status, membeli produk karena tertarik pada model yang

mengiklankan dan memakai produk tersebut, membeli produk atas dasar anggapan penilaian bahwa produk dengan harga tinggi akan menimbulkan rasa percaya diri, mencoba lebih dari dua jenis produk yang sama dengan merek berbeda.

Penelitian yang dilakukan oleh Jannah, Iklilatul (2020) berhasil membuktikan bahwa pertama terdapat pengaruh yang signifikan antara life style terhadap keputusan pembelian produk fashion pakaian. Kedua, terdapat pengaruh yang signifikan antara perilaku konsumtif terhadap keputusan pembelian produk fashion pakaian. Penelitian lain dilakukan oleh Ama Pratama dkk (2023) yang berhasil membuktikan bahwa perilaku konsumtif berpengaruh sig terhadap trend fashion. Selain itu Eni Nur Aini dan Anik Lestari Andjarwati (2020) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. Penelitian tersebut berhasil membuktikan bahwa gaya hidup konsumtif berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Keputusan pembelian merupakan suatu proses mempertimbangkan beberapa alternatif sebelum memutuskan membeli. Menurut Setiadi (2015, hal. 62) dalam Nabila & Fajar (2020) menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah proses integrasi yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Tindakan membeli atau tidak membeli merupakan wujud nyata dari keputusan pembelian. Keputusan pembelian merupakan suatu proses mempertimbangkan beberapa alternatif sebelum memutuskan membeli. Menurut Setiadi (2015, hal. 62) dalam Nabila & Fajar (2020) menyatakan bahwa keputusan pembelian adalah proses integrasi yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih alternatif dan memilih salah satu diantaranya.

Berikut indikator keputusan pembelian; kemantapan pada suatu barang setelah mempertimbangkan berbagai pilihan, kebiasaan dalam membeli produk, adanya rekomendasi dari orang lain, melakukan pembelian ulang karena merasa nyaman setelah memakainya (Kotler, dalam <https://www.kompas.com>).

Melakukan pembelian dapat dilakukan di pasar tradisional ataupun dilakukan secara online melalui marketplace. Kebumen merupakan salah satu Kabupaten di Provinsi Jawa Tengah yang berbatasan dengan beberapa kabupaten di Jawa Tengah, sebelah timur Kabupaten Purworejo dan Kabupaten Wonosobo, sebelah utara Kabupaten

Banjarnegara, sebelah barat Kabupaten Banyumas dan Kabupaten Cilacap, sebelah selatan Samudera Indonesia. Jumlah penduduk di Kebumen menurut data BPS 2023 berkisar 1.397.555 jiwa lebih tinggi dibanding tahun 2022 yaitu 1.380.208 jiwa. Kebumen memiliki luas wilayah sebesar 128.111,50 hektar atau 1.281,115 km² yang terbagi dalam wilayah pantai dan perbukitan, sedangkan sebagian lain dataran rendah. Wisata kebumen yang sering dikunjungi adalah pantai, banyaknya wisata membuat masyarakat ingin berpenampilan menarik terutama fashion.

Dari latar belakang diatas peneliti merumuskan masalah apakah perilaku konsumtif berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian di kabupaten Kebumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana perilaku konsumtif konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian di kabupaten Kebumen.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan obyek penelitian pakaian. Sedangkan subyek dalam penelitian ini adalah masyarakat Kebumen. Sugiyono (2019) menyatakan bahwa populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat kabupaten kebumen pembeli pakaian.

Sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, di mana populasi merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2019). Sampel diambil karena tidak semua populasi diambil untuk diteliti.

Penelitian ini merupakan penelitian purposive sampling karena menggunakan beberapa pertimbangan tertentu. Kriteria dalam pengambilan sampel penelitian ini adalah Masyarakat Kabupaten Kebumen yang mengerti akan pakaian dan memakainya. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis regresi linear sederhana yang sebelumnya diuji validitas dan reliabilitasnya terlebih dahulu.

Uji Instrumen

Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengetahui

tingkat kevalidan dari instrumen (Kuesioner) yang digunakan dalam pengumpulan data. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah item-item yang tersaji dalam kuesioner benar-benar mampu mengungkapkan dengan pasti apa yang diteliti.

Menurut Sugiyono (2019) cara yang digunakan adalah dengan menggunakan korelasi Bivariate Pearson. Syarat minimum untuk dianggap valid adalah nilai r hitung > dari nilai r tabel dihitung dengan menentukan degree of freedom terlebih dahulu dengan rumus sebagai berikut:

$df = n-2$ (n adalah banyaknya sampel/jumlah responden)

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan konsisten jika pengukuran tersebut diulang, Priyatno (2009) dalam Susridar (2024). Uji yang sering digunakan mahasiswa ialah metode Alpha (Cronbach's), dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum [\sigma_b]^2}{[\sigma_\tau]^2} \right)$$

Keterangan:

$$\sigma = \left(\frac{\sum x^2 - (\sum x)^2}{N} \right) / N$$

r_{11} = reliabilitas instrument

k = banyaknya butir pertanyaan

$[\sigma_b]^2$ = varian butir

$[\sigma_\tau]^2$ = total varian

Instrument dikatakan reliabel jika Cronbach alpha > 0,60.

Uji Asumsi Klasik

Ketika instrument dinyatakan valid dan reliabel, langkah selanjutnya akan diuji dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana, beberapa uji asumsi klasik yang harus terpenuhi, yaitu:

a) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel dependen dan variabel independen mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah mempunyai distribusi data normal. Adapun untuk mengujinya dilakukan dengan analisis grafik, yaitu dengan melihat normal probability plot.

Model regresi dikatakan lolos uji normalitas jika gelembung-gelembung yang ada pada grafik model plot berada menyebar disekitar garis diagonal dan pergerakannya mengikuti garis diagonal.

b) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan metode scatterplot heteroskedastisitas yang dilakukan untuk menguji apakah ada ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan model regresi linear (<https://www.statistikian.com>). Deteksi atas masalah heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik sebaran nilai residual yang berstandarisasi. Jika sebarannya membentuk pola tertentu (bergelombang, melebar, menyempit) maka dapat disimpulkan terjadi masalah. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

c) Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah antara variabel X (Perilaku Konsumtif) dan variabel Y (Keputusan Pembelian) ada hubungan yang linear atau tidak. Dikatakan linear jika nilai $\text{sig} > 0,05$ dan atau nilai f hitung < f table. F table dapat diketahui dengan cara nilai df (deviation from linearity) : within group. Jika salah satu kriteria tersebut terpenuhi maka dapat dikatakan adanya hubungan linear antara variabel X dan Y.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengukur pengaruh antara satu variabel bebas terhadap variabel terikat. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b x + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

X = Perilaku konsumtif

a = konstanta

b = koefisien regresi variabel X

e = eror

Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Menurut Priyatno (2009) Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Adapun rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$H_0 : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq 0$$

Artinya variabel bebas tidak dapat menerangkan variabel tidak bebas (terikat) dan terdapat pengaruh antara kedua variabel yang diuji.

$$H_a : b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = 0$$

Artinya variasi variabel bebas bisa menerangkan variabel terikat dan terdapat pengaruh antara kedua variabel yang diuji.

Pengujian dilakukan melalui uji t dengan membandingkan thitung (th) dengan ttable (tt) pada $\alpha = 0,05$. Apabila hasil perhitungan menunjukkan: $th > tt$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variasi variabel bebas dapat menerangkan variabel tidak bebas (variabel terikat) dan terdapat pengaruh diantara kedua variabel yang diuji. $th < tt$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya variasi variabel bebas tidak dapat menerangkan variabel tidak bebas (variabel terikat) dan terdapat pengaruh diantara kedua variabel yang diuji. t table ditentukan dengan menghitung nilai degree of freedom (df) dengan rumus sebagai berikut:
 $df = n-k$ (n adalah ukuran sampel yang dianalisis & k adalah jumlah variabel yang dianalisis

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (Imam Ghozali, 2009) dipakai untuk mencari besaran prosentase kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat dengan melihat nilai R square. artikel ini.

3. Hasil Penelitian dan Pembahasan Analisis Deskriptif

Penelitian ini menggunakan data primer yang meliputi responden sebanyak 100 orang, kuesioner disebarkan secara online pada masyarakat di kabupaten Kebumen yang menggunakan marketplace dan melakukan pembelian via marketplace. Data yang terkumpul diklasifikasikan berdasarkan kecamatan, jenis kelamin, dan pekerjaan.

Karakteristik Responden Berdasarkan Kecamatan. Berikut ini disajikan data karakteristik responden berdasarkan kecamatan.

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Kecamatan

Kecamatan	Jumlah	Persentase
Adimulyo	10	10%
Buayan	31	31%
Kuwarasan	18	18%
Sempor	6	6%
Rowokele	6	6%
Buluspesantren	3	3%
Sruweng	7	7%
Ayah	2	2%
Gombong	2	2%
Puring	5	5%
Petanahan	3	3%
Klirong	1	1%
Kutowinangun	1	1%
Tamanwinangun	1	1%
Panjer	1	1%
Gemeksekti	2	2%
Karanganyar	1	1%

Kecamatan	Jumlah	Persentase
Total	100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa mayoritas masyarakat kebumen berasal dari kecamatan Buayan sebesar 31%. Berikut ini disajikan data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	34	34%
Perempuan	66	66%
Total	100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa mayoritas masyarakat kebumen berjenis kelamin perempuan sebesar 66%. Hal ini dikarenakan tingkat pembelian pakaian yang dimiliki perempuan lebih tinggi daripada laki-laki. Berikut ini disajikan data karakteristik responden berdasarkan marketplace yang sering digunakan.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
ASN	13	13%
Honorer	3	3%
Perangkat desa	3	3%
Buruh	4	4%
Karyawan swasta	15	15%
IRT	4	4%
Wirasawasta	22	22%
Dokter	1	1%
Pengamen	1	1%
Mahasiswa	34	34%
Total	100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa mayoritas masyarakat kebumen adalah mahasiswa sebesar 34%

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji seberapa akurat pertanyaan dalam kuesioner penelitian, Butir pertanyaan dikatakan layak untuk menghimpun data penelitian jika r hitung $>$ r tabel dan nilai signifikansi $<$ 0,05. Nilai r tabel dihitung dengan cara menetapkan degree of freedom atau df . $df = n-2 = 100-2 = 98$. Dengan taraf signifikansi 5% maka r tabel adalah 0,1966. Berikut ini merupakan hasil uji validitas yang telah

dilakukan. Uji validitas variabel Perilaku Konsumtif (X). Berikut ini merupakan hasil uji validitas variabel Perilaku Konsumtif (X).

Tabel 4. Uji Validitas Perilaku Konsumtif (X)

Butir Pertanyaan	r Tabel	r Hitung	Sig Max	Sig Perolehan	Ket
X1	0,1966	0,726	0.05	0,00	Valid
X2	0,1966	0,471	0.05	0,00	Valid
X3	0,1966	0,742	0.05	0,00	Valid
X4	0,1966	0,704	0.05	0,00	Valid
X5	0,1966	0,799	0.05	0,00	Valid
X6	0,1966	0,799	0.05	0,00	Valid
X7	0,1966	0,762	0.05	0,00	Valid
X8	0,1966	0,650	0.05	0,00	Valid
X9	0,1966	0,562	0.05	0,00	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen variabel perilaku konsumtif (X) dinyatakan valid karena r hitung > r tabel dan nilai sig < 0,05. Uji validitas keputusan pembelian (Y) dinyatakan valid karena r hitung > r tabel dan nilai sig < 0,05.

Tabel 5. Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Butir Pertanyaan	r Tabel	r Hitung	Sig Max	Sig Perolehan	Ket
Y1	0,1966	0,738	0.05	0,00	Valid
Y2	0,1966	0,756	0.05	0,00	Valid
Y3	0,1966	0,670	0.05	0,00	Valid
Y4	0,1966	0,686	0.05	0,00	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2025

Uji Reliabilitas

Data pada tabel di bawah menunjukkan bahwa semua instrument yang digunakan untuk menghimpun data penelitian dikatakan reliabel karena Cronbach alpha yang diperoleh >0,60 (Tabel 6.).

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

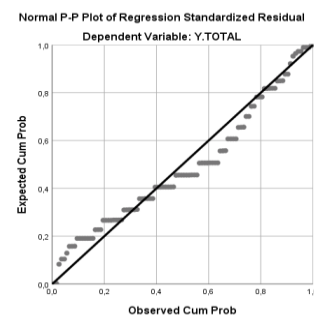
Variabel	Cronbach alpha minimal	Cronbach alpha perolehan	Ket
Perilaku Konsumtif	0,60	0,862	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,60	0,673	Reliabel

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang dilakukan pada penelitian ini antara lain uji normalitas dan heteroskedastisitas. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas dan heteroskedastisitas, karena pada model ini menggunakan model regresi linear sederhana, berikut hasil uji normalitas dan heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

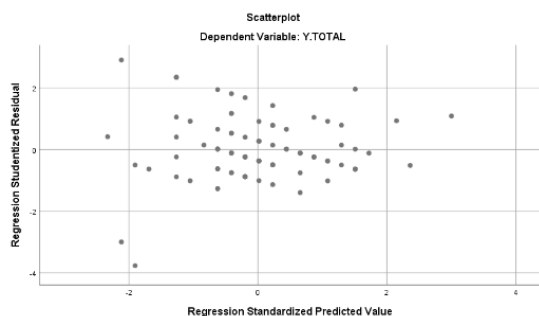
Uji normalitas data digunakan untuk mengetahui apakah data penelitian terdistribusi normal atau tidak. Sebuah penelitian yang baik asumsi normalitasnya harus terpenuhi. Ada beberapa metode uji normalitas data, yang digunakan dalam penelitian ini adalah normal probability plot. Dalam metode ini, data dikatakan terdistribusi normal apabila gelembung-gelembung yang ada pada diagram plot berada diantara garis diagonal dan pergerakannya mengikuti garis diagonal. Berdasarkan gambar dibawah dapat disimpulkan bahwa data dinyatakan normal karena gelembung-gelembung berada diantara garis diagonal dan pergerakannya mengikuti garis diagonal (Gambar 1.).



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode scatterplot heteroskedastisitas (Ghozali dalam Susridar, 2024). Deteksi atas masalah heteroskedastisitas bisa dilakukan dengan melihat grafik sebaran nilai residual yang berstandarisasi. Jika sebarannya membentuk pola tertentu (bergelombang, melebar, menyempit) maka dapat disimpulkan terjadi masalah. Model regresi yang baik ialah tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut ini adalah hasil uji heteroskedastisitas.



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar di atas dapat disimpulkan bahwa pada data tidak terjadi permasalahan heteroskedastisitas. Hal tersebut dikarenakan oleh gelembung-gelembung yang ada pada scatterplot berada di atas dan di bawah 0, tidak membentuk pola tertentu, tidak melebar maupun menyempit.

c. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah antara variabel X (Perilaku Konsumtif) dan variabel Y (Keputusan Pembelian) ada hubungan yang linear atau tidak. Dikatakan linear jika nilai sig > 0,05 dan nilai f hitung < f table. F table dapat diketahui dengan cara nilai df (deviation from linearity) : within group. Nilai sig 0,253 > 0,05. F tabel dihitung dengan cara nilai df (deviation from linearity) : within group = 20:78=0,256. F hitung < f tabel = 1,231 < 0,256. Berdasarkan perhitungan tersebut, nilai sig > 0,05 yaitu 0,253 > 0,05, maka dapat dikatakan ada hubungan yang linear antara variabel X dan Y. Berikut hasil uji linearitas yaitu:

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y.TOTAL *	Between (Combined)	145,269	21	6,918	2,943	,000
X2.TOTAL	Groups	87,388	1	87,388	37,172	,000
	Linearity	57,881	20	2,894	1,231	,253
	Deviation from Linearity					
	Within Groups	183,371	78	2,351		
	Total	328,640	99			

Gambar 3. Hasil Uji Linearitas

Analisis regresi linear sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengukur pengaruh antara satu variabel independent (variabel bebas) terhadap variabel terikat (dependent). Berikut ini hasil analisis regresi.

Tabel 7. Analisis Regresi

Model	Koefisien Regresi (b)	T hitung	Sig
(constant)	7,565	10,985	0,000
X'total	0,200	5,958	0,000
Adjusted R ²			0,306

Sumber: Data primer diolah, 2025

Model regresi dalam penelitian ini berdasarkan analisis regresi sederhana yang telah dilakukan yaitu sebagai berikut:

$$Y=7,565+0,200X+e$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas dapat diartikan bahwa:

a = konstanta atau nilai tetap sebesar 7,565 artinya tanpa variabel x atau Perilaku Konsumtif Nilai Keputusan pembelian atau Y sebesar 7,565.

b = koefisien regresi variabel x atau Perilaku Konsumtif sebesar 0,200 artinya setiap penambahan pada variabel Perilaku Konsumtif (X) akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,200.

Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen Priyanto (2009) dalam Susridar (2024). Hipotesis diterima jika t hitung > t tabel dan nilai signifikansi < 0,05. Nilai t hitung dapat diketahui dengan menghitung nilai df (degree of freedom) dengan rumus $df=n-k$. Pada persamaan tersebut n merupakan sampel penelitian yang dianalisis dan k merupakan jumlah variabel yang dianalisis. Sehingga $df=100-2=98$. Dengan tingkat sig 5% maka nilai t tabelnya ialah 1,98447.

Uji t dalam penelitian ini dilakukan untuk menguji hipotesis dengan bunyi Perilaku Konsumtif (X) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Berikut adalah hasil analisis yang dilakukan, data pada tabel 7 menunjukkan bahwa nilai t hitung > t tabel yaitu $5,958 > 1,98447$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa Perilaku Konsumtif (X) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) yang artinya hipotesis dinyatakan diterima.

Koefisien Determinasi

Imam Ghozali (2009) dalam Susridar (2024) menyatakan bahwa koefisien determinasi digunakan untuk mencari berapa besar prosentase

kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat dengan melihat nilai R square. Berikut ini hasil koefisien determinasi, pada tabel 7 menunjukkan bahwa nilai r square sebesar 0,306 atau sebesar 30,6% variabel Perilaku Konsumti (X) mampu menjelaskan variabel Y.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel perilaku konsumtif (X) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pakaian di kabupaten Kebumen., Peneliti menyarankan pada produsen untuk lebih meningkatkan produksinya yang sesuai dengan perkembangan tren yang ada.

Daftar Pustaka

- Anggista, Fajar, and Ira. (2022). Pengaruh Perilaku Konsumtif dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Mahasiswa STIA Setih Setio. *Jurnal STIA Bengkulu*.
- Eni Nur Aini dan Anik Lestari Andjarwati (2020). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. [eprints.uny.ac.id > 77117 > 4](https://eprints.uny.ac.id/77117/4). Diakses pada 16 Desember 2024 pukul 16.00 WIB.
- Gama Pratama et al.,(2023). Pengaruh Perilaku Konsumtif Terhadap Trend Fashion Studi Kasus Mahasiswa Ciayumajakuning. <https://regional.kompas.com/read/2022/02/13/142618778/asal-usul-kabupaten-kebumen-sejarah-nama-lokasi-dan-obyek-wisata> diakses pada 13 Januari 2025 pukul 09.00 WIB.
- <https://kebumenkab.bps.go.id/id/statistics-table/2/NTEjMg==/jumlah-penduduk-kabupaten-kebumen.html> diakses pada 11 Januari 2025 pukul 11.00 WIB.
- <https://www.statistikian.com/2013/01/uji-heteroskedastisitas.html>). Diakses pada 12 Januari 2025 pukul 21.00 WIB.
- https://www.kompas.com/skola/read/2022/02/23/110000869/indikator-keputusan-pembelian-menurut-kotler-dan-amstrong#google_vignette. Diakses pada 16 Desember 2024 pukul 16.00 WIB.
- Jannah dan Iklilatul (2020). Pengaruh Life Style dan Perilaku Konsumtif terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pakaian pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Angkatan 2016-2019. <http://repository.iainkudus.ac.id/9680/>
- Nabila dan Fajar. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lazada.
- Nanda et al., (2023). Metodologi Penelitian Bisnis. Hlm 159..

https://www.google.co.id/books/edition/METODOLOGI_PENELITIAN_BISNIS/xQ_qEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=uji+validitas+menurut+sugiyono&pg=PA158&printsec=frontcover

- Sugiyono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Susridar et al., (2025). Analisis Pengaruh Pendekatan Inovatif Budidaya Sayuran dengan Memanfaatkan Teknologi Smart Farming Berbasis IoT terhadap Efisiensi Produksi Tanaman pada Kelompok Wanita Tani Desa Jatimulyo.
- Zuhria Nurul 'Ainy (2020). Pengaruh E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Di kelurahan Karang Panjang Kota Ambon. *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan*
- Agribisnis, Program Studi, Fakultas Sains, D A N Teknologi, Universitas Islam, and Negeri Syarif. "Strategi Pemasaran Daring (Online) Selada Keriting Hijau Hidroponik Pada," 2022.
- Dwipalingga, Vira. "Vira Dwipalingga 05011381722153," 2021.
- Eliyana, Firda, Eko Nurhadi, and Endang Yektiningsih. "Penetrasi Pasar Hasil Pertanian Kebunsayur Surabaya." *Berkala Ilmiah AGRIDEVINA* 9, no. 2 (2020): 90–102. <https://doi.org/10.33005/adv.v9i2.2455>.
- Falentia Tia Indana, and Sabinus Beni. "Strategi Pemasaran Sayuran Hidroponik Shanti Bhuana." *Business, Economics and Entrepreneurship* 3, no. 2 (2021): 86–92. <https://doi.org/10.46229/b.e.e.v3i2.316>.
- Maulana, Achmad Dhanny. "Sistem Informasi Pembelian Sayuran PT. Kebunsayur Surabaya," 2014, 1–4.
- Murdiyanto, Eko. *Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif)*. Bandung: Rosda Karya, 2020.
- Roidah, Ida Syamsu. "Pemanfaatan Lahan Dengan Menggunakan Sistem Hidroponik" 1, no. 2 (2014): 43–50.
- Syaifulallah, Hafid. "Identifikasi Perumusan Strategi Pada Pengembangan Usaha Budidaya Sayur Hidroponik." *Magister Teknik Industri*, 2016.
- Ningcahya, Iin Ratih, and Lilik Rahmawati. "Pengaruh Keputusan Pembelian Melalui Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya)." *Al Iqtishadiyah Jurnal Ekonomi Syariah Dan Hukum Ekonomi Syariah* 6, no. 1 (2022): 52. <https://doi.org/10.31602/iqt.v6i1.27>