

SKRIPSI

**PENGARUH PSIKOLOGIS KONSUMEN, GAYA HIDUP DAN
KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN DI PASAR MODERN (Studi Pada Hypermart Duta Mall
Banjarmasin)**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Pada
Program Studi Administrasi Bisnis

Oleh :

Rossa Elissa Putri

NIM : 2110412320063



UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

BANJARMASIN

2025

SURAT TUGAS



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

SURAT TUGAS

Nomor : 5482/UN8.1.13/KP.10.00/2025

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin
menugaskan Saudara/i :

1. Dr. Maryono, S.Sos, M.Si
2. Noor Hidayati, S.Sos, M.AB
3. Dr. Fitriyadi, M.Si, CRGP,CTIA

Untuk menguji Skripsi mahasiswa/i Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Lambung Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Rossa Elissa Putri
NIM : 2110412320063
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Psikologis Konsumen, Gaya Hidup dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Pasar Modern (Studi Pada Hypermart Duta Mall Banjarmasin)

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Kamis, 2 Oktober 2025
J a m : 10.00 Wita s.d Selesai
T e m p a t : Ruang Lab. Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 26 September 2025
Dekan,



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si
NIP 197301221998021001



Catatan:

1. UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti yang sah."
2. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSRE

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Kamis tanggal 2 bulan Oktober tahun 2025, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 5482/UN8.1.13/KP.10.00/2025 tanggal 26 September 2025 untuk menguji skripsi :

Nama : Rossa Elissa Putri
NIM : 2110412320063
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Psikologis Konsumen, Gaya Hidup dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Pasar Modern (Studi Pada Hypermart Duta Mall Banjarmasin)

Tempat Ujian : Ruang Lab.Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)
Waktu Ujian : 10.00 Wita s.d Selesai
Nilai : **77 (A-)**
Dinyatakan : Lulus / ~~Tidak Lulus~~

Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN

Pada Tanggal : 2 Oktober 2025

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

Rossa Elissa Putri

1. Ketua : Dr. Maryono, S.Sos, M.Si
2. Sekretaris : Noor Hidayati, S.Sos, M.AB
3. Anggota : Dr. Fitriyadi, M.Si, CRGP, CTIA

Mengetahui/membenarkan :

Dekan
Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis,



Nurwati, S.Sos, M.AB
NIP. 1974071019805200112 2 001

DAFTAR NILAI RATA-RATA UJIAN SKRIPSI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

DAFTAR NILAI RATA-RATA UJIAN MEMPERTAHANKAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini Tim Penguji Skripsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Setelah melakukan pengujian kepada :

Nama : Rossa Elissa Putri
NIM : 2110412320063
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Psikologis Konsumen, Gaya Hidup dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Pasar Modern (Studi Pada Hypermart Duta Mall Banjarmasin)

No.	Nama Penguji	Nilai	Tanda Tangan
1.	Dr. Maryono, S.Sos, M.Si	78	
2.	Noor Hidayati, S.Sos, M.AB	77	
3.	Dr. Fitriyadi, M.Si, CRGP, CTIA	75	
Jumlah		231	
Nilai Rata-rata			Nilai Akhir = 77 (A-)

Demikian penilaian ini dibuat untuk dapat diketahui.

Dibuat di : BANJARMASIN

Pada Tanggal : 2 Oktober 2025

Catatan :

Angka	Nilai	Bobot
80 - 100	A	4,00
77 - 79	A-	3,75
75 - 76	B+	3,50
70 - 74	B	3,00
66 - 69	B-	2,75
61 - 65	C+	2,50
55 - 60	C	2,00
50 - 54	D+	1,50
40 - 49	D	1,00
0 - 39	E	0

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kehadirat Allah Subhanahu wa Ta'ala atas rahmat dan ridho-Nya yang telah memberikan kesehatan, kemudahan dan kesungguhan untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul Pengaruh Psikologis Konsumen, Gaya Hidup Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Pasar Modern (Studi Pada Hypermart Duta Mall Banjarmasin) dapat terselesaikan sebagaimana mestinya.

Penyusunan Skripsi ini adalah suatu sarana untuk mempraktikkan ilmu dan teori yang telah dipelajari selama pembelajaran di program studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin. Penulisan Skripsi yang dikerjakan ini banyak menerima saran serta bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu dengan sesgala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, SE, M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos.,M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
3. Ibu Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos., M.AB selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
4. Bapak Dr. Maryono, S.Sos., M.Si selaku Sekretaris Program Studi sekaligus dosen pembimbing yang telah banyak memberikan arahan, pelajaran, bimbingan dan motivasi dalam hal apapun selama penulisan skripsi ini.
5. Ibu Noor Hidayati, S.Sos., M.AB selaku dosen penguji I yang telah memberikan banyak sekali arahan, kritik dan saran dalam penulisan skripsi ini.

6. Bapak Dr. Fitriyadi, M.Si., CRGP, CTIA selaku dosen penguji II yang juga telah banyak memberikan arahan, pelajaran, kritik dan saran dalam penulisan skripsi ini.

7. Seluruh Dosen dan Staf Prodi Fisip atas segala jasa-jasanya selama perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna sehingga mengharapkan adanya kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi kontribusi khususnya dalam bidang pemasaran. Akhir kata, penulis berharap semoga segala usaha dan kerja keras yang telah dicurahkan dalam penyusunan skripsi ini mendapatkan ridha dan keberkahan dari Allah SWT. Aamiin.

Banjarmasin, 02 Oktober 2025



Rossa Elissa Putri

Nim. 2110412320063

LEMBAR PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur ke hadirat Allah SWT, skripsi ini penulis persembahkan kepada kedua orang tua tercinta, yang tanpa lelah memberikan doa, cinta, nasihat, dan pengorbanan yang tak terhitung selama perjalanan pendidikan penulis. Semangat yang terus ditanamkan, kesabaran dalam mendampingi, serta keikhlasan dalam setiap dukungan menjadi pondasi utama hingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Skripsi ini juga penulis persembahkan kepada seluruh keluarga yang senantiasa hadir memberikan perhatian, pengertian, dan semangat di setiap proses yang dilalui, baik dalam suka maupun duka. Setiap bentuk dukungan, sekecil apa pun, telah menjadi kekuatan besar bagi penulis untuk terus melangkah dan tidak menyerah.

Tidak lupa, skripsi ini penulis persembahkan kepada sahabat-sahabat seperjuangan yang senantiasa menemani dalam proses panjang penyusunan skripsi, menjadi tempat berbagi cerita, keluh kesah, tawa, dan semangat. Kehadiran serta dukungan tulus dari mereka telah menjadikan perjalanan ini lebih ringan dan bermakna. Semoga karya sederhana ini dapat menjadi wujud rasa terima kasih yang tak terhingga atas segala doa dan kebaikan yang telah diberikan.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi mana pun.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari dosen pembimbing dan masukan tim penguji.
3. Seluruh karya atau pendapat pakar atau karya yang telah di publikasikan orang lain yang terdapat dalam karya tulis ini telah di sitasi nama pengarangnya dan dicantumkan di dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya sebagai peneliti bersedia menerima sanksi sesuai undang-undang yang berlaku.

Banjarmasin, 02 Oktober 2025
Yang membuat pernyataan,



Rossa Elissa Putri
Nim. 2110412320063

ABSTRAK

Rossa Elissa Putri, 2110412320063, Pengaruh Psikologis Konsumen, Gaya Hidup dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Pasar Modern (Studi Pada Hypermart Duta Mall Banjarmasin). Di bawah bimbingan Bapak Maryono.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji pengaruh signifikan secara parsial dan simultan Pengaruh Psikologis Konsumen, Gaya Hidup dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Pasar Modern (Studi Pada Hypermart Duta Mall Banjarmasin).

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, tipe penelitian eksplanatori (explanatory research) dan sampel sebanyak 100 responden dengan teknik accidental sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner dengan skala Likert. Teknik analisis data menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda melalui program SPSS versi 26.

Hasil penelitian membuktikan bahwa variabel Psikologis Konsumen (X1) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen (Y), Variabel Gaya Hidup (X2) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen (Y), Variabel Keragaman Produk (X3) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen (Y), Psikologis Konsumen (X1), Gaya Hidup (X2) dan Keragaman Produk (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Dependen yaitu Keputusan Pembelian Konsumen (Y).

Kata Kunci : Faktor Psikologis; Gaya Hidup; Keragaman Produk; Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Rossa Elissa Putri, 2110412320063, The Influence of Consumer Psychology, Lifestyle, and Product Diversity on Consumer Purchasing Decisions in Modern Markets (A Study at Hypermart Duta Mall Banjarmasin). Under the guidance of Mr. Maryono.

This study aims to determine and test the significant partial and simultaneous influence of the Influence of Consumer Psychology, Lifestyle, and Product Diversity on Consumer Purchasing Decisions in Modern Markets (A Study at Hypermart Duta Mall Banjarmasin).

The research approach used was a quantitative approach, explanatory research, and a sample of 100 respondents using accidental sampling. Data collection used a questionnaire with a Likert scale. The data analysis technique used Multiple Linear Regression Analysis through the SPSS version 26 program.

The results of the study prove that the Consumer Psychology variable (X1) has a partial significant effect on consumer purchasing decisions (Y), the Lifestyle Variable (X2) has a partial significant effect on consumer purchasing decisions (Y), the Product Diversity Variable (X3) has a partial significant effect on consumer purchasing decisions (Y), Consumer Psychology (X1), Lifestyle (X2) and Product Diversity (X3) simultaneously have a significant effect on the Dependent variable, namely Consumer Purchasing Decisions (Y).

Keywords: *Consumer Psychology; Lifestyle; Product Diversity; Buying Decision*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
SURAT TUGAS	ii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	iii
DAFTAR PENILAIAN UJIAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vii
PERNYATAAN ORISINALITAS	viii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1 Pemasaran	10
2.1.2 Perilaku Konsumen	14
2.1.3 Psikologis Konsumen.....	21
2.1.4 Gaya Hidup	24
2.1.5 Keragaman Produk.....	32
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	35
2.2 Hasil Penelitian Terdahulu.....	43

2.3	Hipotesis Penelitian	53
2.4	Model Penelitian	58
BAB III	METODE PENELITIAN	59
3.1	Pendekatan Penelitian	59
3.2	Desain Penelitian	59
3.3	Lokasi Penelitian	59
3.4	Populasi, Besar Sampel dan Teknik Sampling	60
3.5	Definisi Operasional Variabel	61
3.6	Sumber Data	70
3.7	Teknik Analisa Data	71
3.7.1	Skala Pengukuran	71
3.7.2	Deskriptif Statistik	71
3.7.3	Uji Validitas Dan Reliabilitas	72
3.7.4	Asumsi Klasik	74
3.7.4.1	Uji Normalitas	74
3.7.4.2	Uji Multikolinearitas	74
3.7.4.3	Uji Heteroskedastisitas	75
3.7.5	Uji Regresi Linear Berganda	76
3.7.6	Uji Hipotesis	77
3.7.6.1	Uji Parsial (Uji t)	77
3.7.6.2	Uji Simultan (Uji F)	77
3.7.6.3	Koefisien Determinasi (R^2)	78
BAB IV	HASIL PENELITIAN	80
4.1	Profil Responden	80
4.2	Deskriptif Statistik	86
4.2.1	Deskriptif Statistik Variabel Psikologis Konsumen (X1)	86

4.2.2	Deskriptif Statistik Variabel Gaya Hidup (X2)	94
4.2.3	Deskriptif Statistik Variabel Keragaman Produk (X3).....	99
4.2.4	Deskriptif Statistik Variabel Keputusan Pembelian Konsumen (Y)	106
4.3	Uji Validitas Dan Reliabilitas	113
4.4	Uji Asumsi Klasik.....	115
4.4.1	Uji Normalitas	115
4.4.2	Uji Multikolinearitas	118
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas.....	119
4.5	Uji Regresi Linear Berganda	120
4.6	Uji Hipotesis	121
4.6.1	Uji Parsial (Uji T)	121
4.6.2	Uji Simultan (Uji F).....	123
4.6.3	Koefisien Determinasi (R^2)	124
BAB V	PEMBAHASAN	125
5.1	Interpretasi Hasil Penelitian	125
5.2	Implikasi Penelitian	127
5.3	Keterbatasan Penelitian	133
BAB VI	PENUTUP	135
6.1	Kesimpulan.....	135
6.2	Saran.....	135
DAFTAR	PUSTAKA.....	137
LAMPIRAN	142
BIODATA	PENELITI.....	187

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 : Atribut Konsumen Untuk Mengevaluasi Produk/Jasa	39
Tabel 2.2 : Tinjauan Penelitian Terdahulu	43
Tabel 3.1 : Definisi Operasional Variabel	66
Tabel 3.2 : Penilaian Skala Likert	71
Tabel 3.3 : Interpretasi Penilaian Jawaban Responden	72
Tabel 3.4 : Interpretasi Koefisien Korelasi	79
Tabel 4.1 : Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	80
Tabel 4.2 : Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	81
Tabel 4.3 : Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan	82
Tabel 4.4 : Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	83
Tabel 4.5 : Identitas Responden Berdasarkan Penghasilan.....	85
Tabel 4.6 : Analisis Deskriptif Variabel Psikologis Konsumen (x1).....	86
Tabel 4.7 : Analisis Deskriptif Variabel Gaya Hidup (X2)	94
Tabel 4.8 : Hasil Dekriptif Statistik Keragaman Produk (X3).....	99
Tabel 4.9 : Hasil Deskriptif Statistik Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	106
Tabel 4.10 : Hasil Uji Validitas Variabel Psikologis (X1).....	113
Tabel 4.11 : Hasil Uji Reliabilitas	115
Tabel 4.12 : Hasil Uji Normalitas	116
Tabel 4.13 : Hasil Uji Multikolinearitas	118
Tabel 4.14 : Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	120
Tabel 4.15 : Hasil Uji Parsial (Uji t)	122
Tabel 4.16 : Hasil Uji Simultan (Uji F).....	123
Tabel 4.17 : Hasil Koefisien Determinasi R2	124

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Model perilaku konsumen.....	16
Gambar 2.2 : Tahapan Pengambilan Keputusan	36
Gambar 2.3 : Model Penelitian	58
Gambar 4.1 : Grafik Histogram	116
Gambar 4.2 : Normal P-Plot	117
Gambar 4.3 : Hasil Uji Heteroskedastisitas	119
Gambar 5.1 : Model Hasil Akhir Penelitian.....	132