
PENGARUH GAYA HIDUP, DESAIN, WORD OF MOUTH, DAN ENDORSEMENT TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN JASA SEWA PAPAN BUNGA RUSTIC DI KOTA PEKANBARU

Oleh

Emilia Hasanah

Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Pekanbaru Riau

Email: emiliahasanah@gmail.com

Article History:

Received: 22-09-2023

Revised: 17-10-2023

Accepted: 20-10-2023

Keywords:

Gaya Hidup, Desain, Word Of Mouth, Endorsement, Jasa Sewa Papan Bunga, Rustic Di Kota Pekanbaru

Abstract: Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama Gaya Hidup, Desain, Word Of Mouth, dan Endorsement Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Sewa Papan Bunga Rustic Di Kota Pekanbaru. Penelitian ini menggunakan analisis regresi dua prediktor (kuantitatif), yaitu untuk menganalisis seberapa besar ketergantungan variabel terpengaruh yaitu Gaya Hidup (X_1), Desain (X_2), Word of Mouth (X_3), dan Endorsement (X_4) terhadap Keputusan Menggunakan Jasa (Y) Sewa Papan Bunga Rustic di Kota Pekanbaru. Hasil dari penelitian ini adalah Terdapat pengaruh secara Bersama-sama Gaya Hidup (X_1), Desain (X_2), Word of Mouth (X_3), dan Endorsement (X_4) terhadap Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga di Kota Pekanbaru (Y). Kesimpulan ini, menjawab pertanyaan pada rumusan masalah kelima dalam penelitian ini

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dengan demikian, menjadi bagian yang sangat penting bagi kemajuan ekonomi suatu bangsa. Misalnya saja di Indonesia, UMKM memberikan sumbangan besar terhadap Produk Domestik Bruto (61,1%), penyerapan tenaga kerja (97,1%), dan ekspor (14,4%). Pembangunan sebuah perekonomian dapat untuk mewujudkan perekonomian nasional yang baik untuk meningkatkan ekonomi masyarakat secara merata dan adil bagi masyarakat. membangun perekonomian adalah hal yang sangat penting untuk kemaslahatan masyarakat. Tujuan nya ialah untuk meningkatkan industry pertanian dan industry mikro menengah serta terpenuhinya kebutuhan pokok masyarakat.¹

Usaha Mikro berperan sebagai kekuatan strategis dan memiliki posisi penting, tidak hanya dalam hal penyerapan tenaga kerja dan kesejahteraan masyarakat, tetapi juga untuk menstabilkan masalah kesenjangan sosial. Produk yang dihasilkan usaha kecil umumnya juga berbasis pada kebutuhan masyarakat luas dan memiliki keunggulan yang komparatif. Persaingan diantara para pelaku usaha dapat menyebabkan banyaknya usahawan yang gagal dalam menjalankan usahanya. Untuk mengatasi hal tersebut, para wirausaha dituntut untuk

¹ Sukirno Sadono, *Teori Ekonomi Mikro Dan Makro*, (Jakarta: Penerbit Rajawali Pers Pustaka, 2008), h. 12

tidak hanya fokus pada faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha, namun juga harus mampu mengukur tingkat perkembangan usahanya. Perkembangan suatu usaha dapat dilihat dari beberapa aspek, diantaranya perolehan laba, image industri, peningkatan output industri, peningkatan profesionalitas pegawai, dan rasio finansial yang berkembang.

Papan Bunga Rustic adalah salah satu usaha mikro yang sedang mulai berkembang di kota Pekanbaru. Papan Bunga Rustic adalah papan ucapan berbahan dasar kayu jati dan Triplek hpl. Dibentuk seperti persegi dan bulat. Dengan tulisan huruf berbahan spons dan hiasan bunga plastik. Papan bunga rustic ini biasa dipesan untuk ucapan selamat, belasungkawa, kegiatan acara, atau sekedar mengungkapkan aspirasi. Papan Bunga saat ini telah digunakan masyarakat sebagai tanda adanya kegiatan pesta, kenduri, peresmian gedung, dan kematian. Papan Bunga dijadikan sebagai suatu media informasi khusus pada kegiatan yang dilakukan di masyarakat. Papan Bunga dapat dianggap sebagai prestise dalam diri seseorang dan menganggap dengan menggunakan bunga papan dalam kegiatan acara akan lebih mewah dan menjadi kebanggaan tersendiri. Bunga Papan disajikan dalam bentuk yang bervariasi jenis bunganya, warna bunga dan warna *background* (kain baldi sebagai penutup papan), semua bisa disesuaikan sesuai keinginan sang pemesan, begitu juga dengan ukuran luasnya yang bervariasi, ada yang berukuran kecil, sedang dan sampai berukuran yang besar dan panjang. Pemakaian bunga pada papan, ada yang bunga asli dan ada pula bunga palsu (plastik), dan biasanya bunga papan banyak menggunakan bunga yang palsu (plastik) dikarenakan bunga yang palsu (plastik) tak mudah layu dan bisa digunakan sampai waktu yang cukup lama walau dalam harum atau aroma yang di dapatkan di bunga palsu (plastik) menggunakan pengharum namun itu tidak mengurangi keindahan bunga papan. Bentuk tulisan dan ukurannya bervariasi sesuai keinginan sang pembeli bisa berukuran sedang motif tulisan yang indah dan hal yang lainnya.

Di Pekanbaru sendiri terdapat 69 pelaku usaha Papan Bunga Rustic, untuk memenuhi kebutuhan warga Kota Pekanbaru. Berdasarkan survei awal peneliti. Berikut adalah tabel jumlah pelaku usaha papan bunga rustic di Pekanbaru dari tahun 2019 hingga Januari 2023.

Endorsement merupakan salah satu strategi kreatif dalam periklanan yang sering digunakan oleh para pengusaha online shop untuk memperkenalkan dan menyebarkan informasi produk yang dimiliki serta mendongkrak omset penjualan secara luas dan cepat.² Jasa Sewa Papan Bunga Rustic dalam aktivitas mempromosikan produknya, sejak tahun 2018 mencoba untuk melakukan aktivitas *endorsement* yang dinilai efektif menarik perhatian calon konsumen. Jasa Sewa Papan Bunga Rustic melakukan aktivitas *endorsement* melalui media sosial facebook dan instagram. Adapun endorser yang bermitra dengan Jasa Sewa Papan Bunga Rustic adalah para influencer media sosial atau selebgram yang ada di Kota Pekanbaru.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul "*Pengaruh Gaya Hidup Desain Word Of Mouth Dan Endorsement Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Sewa Papan Bunga Rustic Di Kota Pekanbaru*".

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut:

² Cahya, H. (2018). Pengaruh Testimonial dan Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab Melalui Media Sosial Instagram pada Toko Queena Hijab Samarinda. *eJournal Administrasi Bisnis*. Vol. 4, No. 6, h. 1384-1398.

- a. Apakah terdapat pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Sewa Papan Bunga *Rustic* di Kota Pekanbaru?
- b. Apakah terdapat pengaruh Desain Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Sewa Papan Bunga *Rustic* di Kota Pekanbaru?
- c. Apakah terdapat pengaruh *Word of Mouth* terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Sewa Papan Bunga *Rustic* di Kota Pekanbaru?
- d. Apakah terdapat pengaruh *Endorsement* terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Sewa Papan Bunga *Rustic* di Kota Pekanbaru?
- e. Apakah terdapat pengaruh secara bersama-sama Gaya Hidup, Desain, *Word Of Mouth*, dan *Endorsement* Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Sewa Papan Bunga *Rustic* di Kota Pekanbaru?

Berdasarkan rumusan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut ini;

1. Untuk mengetahui pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Sewa Papan Bunga *Rustic* di Kota Pekanbaru;
2. Untuk mengetahui pengaruh Desain Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Sewa Papan Bunga *Rustic* di Kota Pekanbaru;
3. Untuk mengetahui pengaruh *Word of Mouth* terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Sewa Papan Bunga *Rustic* di Kota Pekanbaru;
4. Untuk mengetahui pengaruh *Endorsement* terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Sewa Papan Bunga *Rustic* Di Kota Pekanbaru;
5. Untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama Gaya Hidup, Desain, *Word Of Mouth*, dan *Endorsement* Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Sewa Papan Bunga *Rustic* Di Kota Pekanbaru?

LANDASAN TEORI

Gaya Hidup

Menurut Kotler dan Keller gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktifitas, minat dan opininya. Gaya hidup menunjukkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia³. Sedangkan menurut Setiadi gaya hidup adalah secara luas diidentifikasi sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktifitas) apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga sekitarnya (pendapat).⁴

Desain

Menurut Mahmud Machfoeds design dari sebuah produk adalah cara lain untuk mempertajam perbedaan dengan produk perusahaan pesaing dapat ditempuh melalui desain produk.⁵ Design merupakan suatu konsep yang lebih besar dari pada model. Menurut Wawan Dewanto dkk *Design Product* merupakan cara lain untuk mendapatkan nilai tambah

³ Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12 (Jakarta: Erlangga, 2012), 192.

⁴ J. Setiadi, Nugroho, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT Kencana, 2008), 148.

⁵ Mahmud Machfoeds, *Kewirausahaan: Metode, Manajemen, dan Implementasi*. (Yogyakarta. BPFE – Yogyakarta, 2005), h. 126

produk dimata penggunaanya.⁶ Desain adalah cara atau konsep yang mampu mewakili dan menggambarkan sebuah produk.

Word Of Mouth

Word Of Mouth (WOM) atau komunikasi mulut ke mulut merupakan segala bentuk pemberitahuan atau informasi yang berisi pengalaman seseorang setelah membeli suatu produk, yang dikomunikasikan kepada orang lain secara individu maupun kelompok. *Word of mouth* merupakan salah satu strategi pemasaran yang efektif untuk mengurangi biaya promosi dan alur distribusi sebuah perusahaan. *Word of mouth* dapat mempengaruhi orang lain, image, dan pikiran. *Word of mouth* memiliki peran penting dalam mempengaruhi perilaku konsumen dan minat beli konsumen.

Menurut Hasan, *word of mouth* merupakan bagian dari strategi promosi dalam kegiatan pemasaran yang menggunakan orang ke orang yang puas untuk meningkatkan kesadaran produk dan menghasilkan tingkat penjualan tertentu.⁷

Definisi word of mouth menurut Sumardi dalam Sari, adalah kegiatan pemasaran yang memicu konsumen untuk membicarakan, mempromosikan, merekomendasikan hingga menjual merek suatu produk kepada calon konsumen lainnya.⁸

Endorsement

Endorsment dapat diartikan sebagai dukungan atau saran.⁹ Bisa juga diartikan sebagai tindakan mendukung atau setuju terhadap sesuatu. Dewasa ini, endorsment dilakukan oleh artis/selebgram dalam media sosial instagram untuk memberikan dukungan kepada suatu produk agar produk tersebut lebih banyak dikenal oleh masyarakat. Kata *endorse* sangat erat hubungannya dengan dunia pemasaran khususnya pada pemasaran online. Menurut Martin Roll, endorsement adalah saluran dari komunikasi merek, dimana selebriti berperan sebagai juru bicara dan mendukung merek tersebut dengan segala atribut kepopuleran, kepribadian, dan status sosial selebriti tersebut.¹⁰

METODE PENELITIAN

Pengaruh Gaya Hidup, Desain, *Word of Mouth* dan *Endorsement* terhadap Keputusan Menggunakan Jasa

Berdasarkan teori yang telah dipaparkan sebelumnya, menunjukkan adanya hubungan antara variabel X, yaitu Gaya Hidup, Desain, *Word of Mouth* dan *Endorsement* terhadap variabel Y, yakni Keputusan Menggunakan Jasa sewa Papan Bunga *Rustic* di Pekanbaru. Sehingga, kerangka pikir pada penelitian ini tersebut dapat digambarkan dan tersaji pada

⁶ Wawan Dewanto dkk, *Manajemen Inovasi: Peluang Sukses Menghadapi Perubahan* (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2014)

⁷ Fanny Puspitasari, Tri Yuniati, Pengaruh Harga Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen, *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, Vol 5 No 6, Juni 2016.

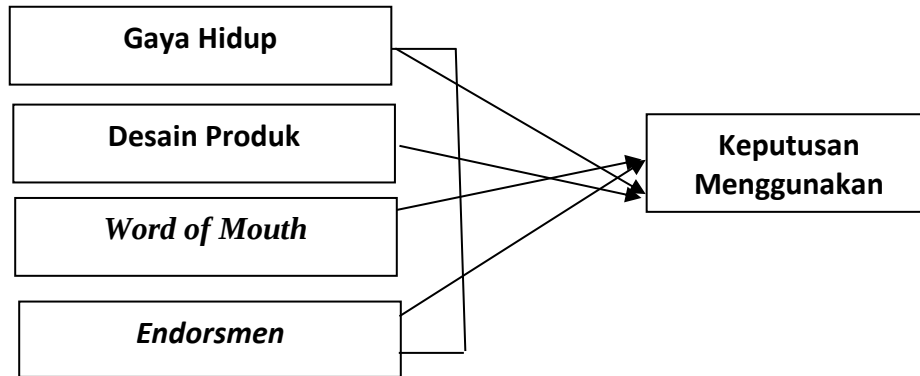
⁸ Rahma Nurvidiana Dkk, Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survey Pada Konsumen Republica Cafe Malang Jalan Mt. Haryono Gg.XI Malang), *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol 22 No. 2, Mei 2015x

⁹ Terence A. Shimp, *Periklanan Promosi aspek tambahan komunikasi Terpadu.*, 459

¹⁰ Saporso dan Dian Lestari, "Peranan endorser terhadap brand image dari sudut pandang konsumen", *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, Vol. 9, No. 3, September (2009): 162

gambar 1 sebagai berikut ini:

Gambar 1. Kerangka Berfikir Penelitian



Sumber: *Data diolah, 2003*

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan Kerangka Berfikir penelitian sebagaimana pada gambar 2.2 tersebut di atas, maka hipotesis yang dapat dikemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Sewa Papan Bunga *Rustic* di Kota Pekanbaru;
2. Terdapat pengaruh Desain Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Sewa Papan Bunga *Rustic* di Kota Pekanbaru;
3. Terdapat pengaruh *Word of Mouth* terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Sewa Papan Bunga *Rustic* di Kota Pekanbaru;
4. Terdapat pengaruh *Endorsement* terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Sewa Papan Bunga *Rustic* di Kota Pekanbaru;
5. Terdapat pengaruh secara bersama-sama Gaya Hidup, Desain, *Word Of Mouth*, dan *Endorsement* Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Sewa Papan Bunga *Rustic* di Kota Pekanbaru.

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini digolongkan sebagai penelitian lapangan (*Field Research*) dengan pendekatan kuantitatif, yakni suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat untuk menemukan keterangan mengenai apa yang ingin diketahui.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada pelanggan penyewa jasa Papan Bungan Rustic di Pekanbaru. Penelitian di laksanakan antara bulan Januari – Juli 2023.

Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang terdiri dari manusia, benda, hewan, tumbuh-tumbuhan dan peristiwa sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu dalam sebuah penelitian. Populasi juga dapat diartikan keseluruhan objek yang ingin diteliti. Penelitian ini populasinya seluruh pelanggan penyewa jasa Papan Reustic Kota Pekanbaru di tiga toko, yaitu Toko Perfect Florist; Sanah Florist; dan Safa Florist. Jadi jumlah populasi adalah sebanyak 26.454 Orang yang tersebar di Kota Pekanbaru.

Untuk menentukan sampel dalam penelitian ini penulis menggunakan rumus Slovin, sebagai berikut;

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana ;

n ; Jumlah Sampel

N ; Jumlah Populasi

E ; Batas Toleransi Kesalahan (*Error Tolerance*)

Jadi, jika jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 26.454 orang, sementara tingkat kesalahan yang dikehendaki adalah 1%, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah sebagai berikut ;

$$N = \frac{26454}{1 + 26454(0.1)^2}$$

$$N = \frac{26454}{2645,5}$$

$$N = 100$$

Teknik Analisa Data

Dalam pengolahan data yang telah diperoleh, penulis menggunakan *analisis regresi dua prediktor* (kuantitatif), yaitu untuk menganalisis seberapa besar ketergantungan variabel terpengaruh yaitu Gaya Hidup (X_1), Desain (X_2), *Word of Mouth* (X_3), dan *Endorsement* (X_4) terhadap Keputusan Menggunakan Jasa (Y) Sewa Papan Bunga *Rustic* di Kota Pekanbaru

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi tentang Gaya Hidup

Sebagaimana disebutkan dimuka, bahwa prosedur pengambilan data pada variabel ini, dilakukan dengan menyebar angket kepada para pengguna jasa Papan Bunga di Kota Pekanbaru yang sudah ditentukan sebagai sampel dari penelitian ini. Tujuan dari penyebaran angket ini adalah untuk mengetahui tingkat atau sejauhmana pandangan para pengguna jasa Papan Bunga di Kota Pekanbaru tentang Gaya hidup pengguna jasa Papan Bunga di Kota Pekanbaru.

Gaya hidup ini merupakan gambaran dari seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia Papan Bunga Rustic. Jika kecendrungan Papan Bunga ini dimiliki oleh kelompok berumur 21 – 41 tahun, sebagaimana disebutkan dalam karakteristik responden di atas, hal ini semakin mempertegas akan adanya *trend* atau kecendrungan kuat, bahwa papan bunga rustic ini sudah menjadi gaya hidup, kaum milenial.

Namun demikian, penelitian ini tidak ingin membuktikan hal tersebut. Penelitian ini ingin mengungkap apakah gaya hidup seseorang berkorelasi atau berpengaruh kepada keputusan dalam menggunakan jasa toko Papan Bunga rustic. Hasil angket tentang gaya hidup ini, ditabulasi dengan frekuensi jawaban dari setiap responden dan persentase dari setiap item pernyataannya. Berikut hasilnya:

Tabel 1. Rekapitulasi Hasil Angket Variabel X¹

P	SS	S	N	KS	TS
1	45	21	24	6	4
2	45	25	21	3	6
3	37	30	26	2	5
4	47	29	18	1	5
5	41	26	22	6	5
6	40	29	24	3	4

Sumber: Hasil angket, 2023

Berdasarkan table di atas, dapat diketahui bahwa untuk pernyataan;

- a. Berlangganan di toko Jasa Sewa Papan Bunga Rustic; yang menjawab Sangat Setuju berjumlah 45 orang; Setuju 21 orang; Netral 14 orang; Kurang Setujua 6 orang; dan Tidak Setuju 4 orang. Hal ini berarti bahwa:

$$45 \times 5 = 225$$

$$21 \times 4 = 84$$

$$14 \times 3 = 72$$

$$6 \times 2 = 12$$

$$4 \times 1 = 4$$

Total keseluruhan adalah 397.

Cara menghitung kuesioner penelitian skala likert selanjutnya harus mendapatkan hasil interpretasi. Penilaiannya dengan rumus berikut ini:

- Y = skor tertinggi likert x jumlah responden, maka $5 \times 100 = 500$

- X = skor terendah likert x jumlah responden, maka $1 \times 100 = 100$

Kemudian diperoleh total skor sebelumnya adalah 247, maka perhitungan hasilnya menjadi:

Rumus Index % = Total Skor/Y x 100

Namun sebelum memasukkan pada rumus, kamu perlu mengetahui dulu interval dan interpretasi persen untuk mengetahui penilaian menggunakan metode Interval skor persen (I), berikut caranya:

I = $100 / \text{Total Skor (Likert)}$, Maka = $100 / 5 = 20$. Maka Hasil (I) = 20, merupakan interval jarak 0% sampai 100%. Jadi didapatkan kriteria interpretasi skor berdasarkan interval yang sudah dicari tersebut, yaitu:

0% – 19,99% = Sangat (tidak setuju/kurang sekali)

20% – 39,99% = Tidak setuju

40% – 59,99% = Cukup / Netral

60% – 79,99% = Setuju/Baik/suka

80% – 100% = Sangat (setuju/Baik/Suka)

Penyelesaian akhirnya menjadi Total skor / Y x 100, maka:

$$= 397/500 \times 100$$

= 79.40 %, hasil ini, jika merujuk pada kriteria nilai interval tersebut, maka

pernyataan berlangganan pada salah satu toko bunga rustic terebut merupakan bagian dari gaya hidup responden. Hal ini didasarkan pada perhitungan kuesioner penelitian skala likert berada dalam kategori “setuju/baik”

- b. Papan Bunga Rustic ini mendukung aktifitas responden; yang menjawab Sangat Setuju berjumlah 45 orang; Setuju 25 orang; Netral 21 orang; Kurang Setujua 6

orang; dan Tidak Setuju 6 orang. Hal ini berarti bahwa:

$$45 \times 5 = 225$$

$$25 \times 4 = 100$$

$$21 \times 3 = 63$$

$$6 \times 2 = 12$$

$$6 \times 1 = 6$$

Total keseluruhan adalah 400.

Cara menghitung kuesioner penelitian skala likert selanjutnya harus mendapatkan hasil interpretasi. Penyelesaian akhirnya menjadi Total skor / Y x 100, maka:

$$= 400/500 \times 100$$

= 80.00 %, hasil ini, jika merujuk pada kriteria nilai interval tersebut, maka pernyataan Papan Bunga Rustic ini mendukung aktifitas responden tersebut merupakan bagian dari gaya hidup responden. Hal ini didasarkan pada perhitungan kuesioner penelitian skala likert berada dalam kategori "sangat setuju/baik".

- c. Papan Bunga Rustic ini memberikan manfaat bagi kehidupan responden; yang menjawab Sangat Setuju berjumlah 37 orang; Setuju 30 orang; Netral 26 orang; Kurang Setuju 2 orang; dan Tidak Setuju 5 orang. Hal ini berarti bahwa:

$$37 \times 5 = 185$$

$$30 \times 4 = 120$$

$$26 \times 3 = 78$$

$$2 \times 2 = 4$$

$$5 \times 1 = 5$$

Total keseluruhan adalah 392.

Cara menghitung kuesioner penelitian skala likert selanjutnya harus mendapatkan hasil interpretasi. Penyelesaian akhirnya menjadi Total skor / Y x 100, maka:

$$= 392/500 \times 100$$

= 78.40 %, hasil ini, jika merujuk pada kriteria nilai interval tersebut, maka pernyataan Papan Bunga Rustic ini memberikan manfaat bagi kehidupan responden tersebut merupakan bagian dari gaya hidup responden. Hal ini didasarkan pada perhitungan kuesioner penelitian skala likert berada dalam kategori "setuju/baik".

- d. Toko Jasa Sewa Papan Bunga Rustic ini menarik untuk berlangganan; yang menjawab Sangat Setuju berjumlah 47 orang; Setuju 29 orang; Netral 18 orang; Kurang Setuju 1 orang; dan Tidak Setuju 5 orang. Hal ini berarti bahwa:

$$47 \times 5 = 235$$

$$29 \times 4 = 116$$

$$18 \times 3 = 54$$

$$1 \times 2 = 2$$

$$5 \times 1 = 5$$

Total keseluruhan adalah 412.

Cara menghitung kuesioner penelitian skala likert selanjutnya harus mendapatkan hasil interpretasi. Penyelesaian akhirnya menjadi Total skor / Y x 100, maka:

$$= 412/500 \times 100$$

= 82.40 %, hasil ini, jika merujuk pada kriteria nilai interval tersebut, maka pernyataan Papan Bunga Rustic ini memberikan manfaat bagi kehidupan responden tersebut merupakan bagian dari gaya hidup responden. Hal ini didasarkan pada perhitungan kuesioner penelitian skala likert berada dalam kategori "Sangat Setuju/baik".

- e. Menggunakan Jasa Sewa Papan Bunga Rustic ini sebagai alternatif untuk memenuhi kebutuhan; yang menjawab Sangat Setuju berjumlah 41 orang; Setuju 26 orang; Netral 22 orang; Kurang Setuju 6 orang; dan Tidak Setuju 5 orang. Hal ini berarti bahwa:

$$41 \times 5 = 205$$

$$26 \times 4 = 104$$

$$22 \times 3 = 66$$

$$6 \times 2 = 12$$

$$5 \times 1 = 5$$

Total keseluruhan adalah 392.

Cara menghitung kuesioner penelitian skala likert selanjutnya harus mendapatkan hasil interpretasi. Penyelesaian akhirnya menjadi Total skor / Y x 100, maka:

$$= 392/500 \times 100$$

= 78.40 %, hasil ini, jika merujuk pada kriteria nilai interval tersebut, maka pernyataan menggunakan Jasa Sewa Papan Bunga Rustic ini sebagai alternatif untuk memenuhi kebutuhan tersebut merupakan bagian dari gaya hidup responden. Hal ini didasarkan pada perhitungan kuesioner penelitian skala likert berada dalam kategori "Setuju/baik".

- f. Memilih jasa sewa papan bunga ini untuk mendapatkan kesan gaya hidup yang modern; yang menjawab Sangat Setuju berjumlah 40 orang; Setuju 29 orang; Netral 24 orang; Kurang Setuju 3 orang; dan Tidak Setuju 4 orang. Hal ini berarti bahwa:

$$40 \times 5 = 200$$

$$29 \times 4 = 116$$

$$24 \times 3 = 72$$

$$3 \times 2 = 6$$

$$4 \times 1 = 4$$

Total keseluruhan adalah 398.

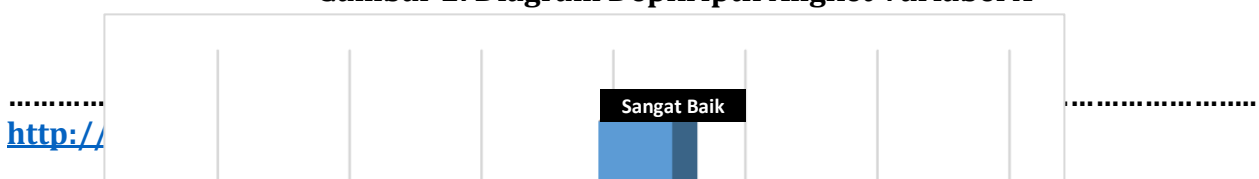
Cara menghitung kuesioner penelitian skala likert selanjutnya harus mendapatkan hasil interpretasi. Penyelesaian akhirnya menjadi Total skor / Y x 100, maka:

$$= 398/500 \times 100$$

= 79.60 %, hasil ini, jika merujuk pada kriteria nilai interval tersebut, maka pernyataan Memilih jasa sewa papan bunga ini untuk mendapatkan kesan gaya hidup yang modern tersebut merupakan bagian dari gaya hidup responden. Hal ini didasarkan pada perhitungan kuesioner penelitian skala likert berada dalam kategori "Setuju/baik".

Dari hasil tersebut, kemudian jika dibuat diagram maka akan terlihat sebagai berikut ini;

Gambar 2. Diagram Depkriptif Angket Variabel X¹



Sumber; *Data di olah, 2023*

Analisa Data Penelitian

Uji Prasyarat Analisis

a. Uji Homogenitas

Dalam statistik uji homogenitas digunakan untuk mengetahui varian dari beberapa populasi sama atau tidak. Uji ini biasanya dilakukan sebagai prasyarat dalam analisis *Independent Sampel T Test dan Anova*. Asumsi yang mendasari dalam *Analisis of variants* (ANOVA) adalah bahwa varian dari beberapa populasi adalah sama.

Seperti pada uji statistik lainnya, uji homogenitas digunakan sebagai bahan acuan untuk menentukan keputusan uji statistik. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji homogenitas adalah jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka dikatakan bahwa varian dari dua atau lebih kelompok populasi data adalah tidak sama. Sementara jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka dikatakan bahwa varian dari dua atau lebih kelompok populasi data adalah sama.

Langkah-langkah analisis menggunakan SPSS adalah sebagai berikut : Klik **Analyze - Compare Means - One Way Anova**; Klik variabel Y dan masukkan ke kotak Dependent List, kemudian klik variabel X1 dan X2 dan masukkan ke kotak Faktor; Klik Options; Klik Homogeneity of variance, kemudian klik Continue. Adapun hasil perhitungan dari uji homogenitas ini adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Rangkuman Analisis Uji Homogenitas X₁ Ke Y

Test of Homogeneity of Variances			
Keputusan			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
3.740	13	80	.000

Berdasarkan output SPSS di atas diketahui bahwa nilai signifikansi variabel Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga berdasarkan variabel

Gaya Hidup (X_1) = 0,000 < 0,05, artinya data variabel Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga berdasarkan variabel Gaya Hidup (X_1) tidak mempunyai varian yang sama.

Tabel 3. Rangkuman Analisis Uji Homogenitas X_2 Ke Y

Test of Homogeneity of Variances

Keputusan

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
2.294	12	82	.014

Berdasarkan output SPSS di atas diketahui bahwa nilai signifikansi variabel Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga berdasarkan variabel Desain (X_2) = 0,014 < 0,05, artinya data variabel Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga berdasarkan variabel Desain (X_2) tidak mempunyai varian yang sama.

Tabel 4. Rangkuman Analisis Uji Homogenitas X_3 Ke Y

Test of Homogeneity of Variances

Keputusan

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
2.204	13	83	.016

Berdasarkan output SPSS di atas diketahui bahwa nilai signifikansi variabel Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga berdasarkan variabel *word of Mouth* (X_3) = 0,016 < 0,05, artinya data variabel Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga berdasarkan variabel Gaya Hidup (X_1) tidak mempunyai varian yang sama.

Tabel 5. Rangkuman Analisis Uji Homogenitas X_4 Ke Y

Test of Homogeneity of Variances

Keputusan

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
3.209	14	77	.001

Berdasarkan output SPSS di atas diketahui bahwa nilai signifikansi variabel Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga berdasarkan variabel *endorsement* (X_4) = 0,001 < 0,05, artinya data variabel Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga

berdasarkan variabel *endorsement* (X_4) tidak mempunyai varian yang sama.

b. Uji Normalitas

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Salah satu metode dalam melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik adalah dengan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov*.

Uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* digunakan untuk mengetahui distribusi data, apakah mengikuti distribusi normal, poisson, uniform, atau exponential. Dalam hal ini untuk mengetahui apakah distribusi residual terdistribusi normal atau tidak. Residual berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih dari 0,05.

Tabel 6. Rangkuman Analisis Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.27610323
	Absolute	.113
Most Extreme Differences	Positive	.099
	Negative	-.113
Kolmogorov-Smirnov Z		1.125
Asymp. Sig. (2-tailed)		.159

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (Asymp.Sig 2-tailed) sebesar 0,159. Karena signifikansi lebih dari 0,05 ($0,159 > 0,05$), maka nilai residual pada data variabel gaya hidup, desain, *Word of Mouth*, dan *Endorsment* serta Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga tersebut, telah berdistribusi normal.¹¹

c. Uji Linieritas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test for Linearity* dengan pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (*Linearity*) kurang dari 0,05.

Adapun prosedur uji linearitas ini adalah: Buka program SPSS; Klik Analyze - Compare Means - Means; Klik variabel Y dan masukkan ke kotak Dependent List, kemudian klik variabel X_1 dan masukkan ke Independent List; Klik Options, pada *Statistiks for First Layer* klik *Test for Linearity*, kemudian klik Continue; dan Klik OK, maka hasil output yang didapat

¹¹ Duwi Prayitno, *Belajar cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*, (Yogyakarta: Andi, 2012), hlm. 39

pada kolom *Anova Table* adalah sebagai berikut:

**Tabel 7. Rangkuman Analisi Pengujian Linieritas
Variabel X₁ Dengan Y**

ANOVA Table

	Sum of Square s	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)	3075.128	19	161.849	22.770	.000
Between Groups	2779.007	1	2779.007	390.974	.000
Keputusan * Gaya Hidup	296.121	18	16.451	2.314	.006
Deviation from Linearity					
Within Groups	568.632	80	7.108		
Total	3643.760	99			

Dari hasil uji linieritas pada tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi linearitas pada variabel X₁ (Gaya Hidup) dan Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga kurang dari 0.05, yaitu $0.000 < 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel Gaya Hidup dan Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga terdapat hubungan yang linier. Dengan demikian asumsi linieritas dalam penelitian ini telah terpenuhi.

**Tabel 8. Rangkuman Analisi Pengujian Linieritas
Variabel X₂ Dengan Y**

ANOVA Table

	Sum of Square s	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)	3117.617	17	183.389	28.581	.000
Between Groups	2545.277	1	2545.277	396.684	.000
Keputusan * Desain	572.340	16	35.771	5.575	.000
Deviation from Linearity					
Within Groups	526.143	82	6.416		

Total	3643.760	99			
-------	----------	----	--	--	--

Dari hasil uji linieritas pada tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi linearitas Desain dan Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga di Kota Pekanbaru kurang dari 0.05, yaitu $0.000 < 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel Desain dan Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga di Kota Pekanbaru terdapat hubungan yang linier. Dengan demikian asumsi linieritas terpenuhi.

Tabel 9. Rangkuman Analisi Pengujian Linieritas Variabel X_3 Dengan Y

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Squar e	F	Sig.
Keputusan * Endorsment	Between Groups	(Combined)	3110.722	16	194.420	30.273	.000
		Linearity	2554.879	1	2554.879	397.823	.000
		Deviation from Linearity	555.842	15	37.056	5.770	.000
		Within Groups	533.038	83	6.422		
		Total	3643.760	99			

Dari hasil uji linieritas pada tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi linearitas pada variabel X_3 (*Word of Mouth*) dan Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga kurang dari 0.05, yaitu $0.000 < 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel *Word of Mouth* dan Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga terdapat hubungan yang linier. Dengan demikian asumsi linieritas dalam penelitian ini telah terpenuhi.

Tabel 10. Rangkuman Analisi Pengujian Linieritas Variabel X_4 Dengan Y

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan *	Between	(Combined)	3151.682	22	143.258	22.417	.000

WoM	Groups	Linearity	2496.87 2	1	2496. 872	390. 708	.000
		Deviation from Linearity	654.810	21	31.18 1	4.87 9	.000
	Within Groups		492.078	77	6.391		
	Total		3643.76 0	99			

Dari hasil uji linieritas pada tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi linearitas *Endorsment* dan Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga di Kota Pekanbaru kurang dari 0.05, yaitu $0.000 < 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel *Endorsment* dan Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga di Kota Pekanbaru terdapat hubungan yang linier. Dengan demikian asumsi linieritas terpenuhi.

d. Uji Korelasi Sederhana

Korelasi sederhana ini untuk menguji pertanyaan penelitian tentang apakah terdapat hubungan antara Gaya Hidup dengan Keputusan Menggunakan Jasa Sewa Papan Bunga *Rustic* di Kota Pekanbaru? Apakah terdapat korelasi antara Desain dengan Keputusan Menggunakan Jasa Sewa Papan Bunga *Rustic* di Kota Pekanbaru? Apakah terdapat korelasi antara *Word of Mouth* dengan Keputusan Menggunakan Jasa Sewa Papan Bunga *Rustic* di Kota Pekanbaru? Apakah terdapat korelasi antara *Endorsement* dengan Keputusan Menggunakan Jasa Sewa Papan Bunga *Rustic* di Kota Pekanbaru? Dan apakah terdapat korelasi secara bersama-sama antara Gaya Hidup, Desain, *Word Of Mouth*, dan *Endorsement* dengan Keputusan Menggunakan Jasa Sewa Papan Bunga *Rustic* di Kota Pekanbaru.

Pengambilan keputusan tentang hal ini, dilakukan dengan melihat nilai probabilitasnya, yaitu 0.05. Jika nilai probabilitas atau nilai signifikansinya lebih kecil dari 0.05, maka variabel X1, X2, X3, dan X4 memiliki korelasi dengan variabel Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga di Kota Pekanbaru (Y).¹² Bisa juga dengan cara melihat tanda bintang (**/*) pada variabel yang diuji. Yaitu, tanda bintang dua (**) menunjukkan hubungan yang sangat tinggi, sementara jika ada tanda bintang satu (*) menunjukkan hubungan yang tinggi.¹³

Untuk melihat tingkat korelasi variabel Gaya Hidup terhadap variabel Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga di kota Pekanbaru, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 11. Korelasi Antara X₁ Dan Y

Correlations		
	Gaya Hidup	Keputusan

¹² Lihat Teguh Wahyono, 36 *Jam Belajar Komputer; Analisis Data Statistik dengan SPSS*, hlm. 184.

¹³ *Ibid*

Gaya Hidup	Pearson Correlation	1	.873**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Keputusan	Pearson Correlation	.873**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel korelasi di atas menunjukkan bahwa terdapat pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga di Kota Pekanbaru. Hal ini, ditunjukkan dengan adanya tanda bintang (**) yaitu signifikan pada taraf 0.01%, pada korelasi tersebut. Atau bisa juga dengan membandingkan antara nilai 0.873 (r_{hitung}) dengan r_{tabel} .

Diketahui r_{tabel} dengan $N = 100$ ($n-2 = 100 - 2 = 98$), maka akan diperoleh angka 0.1654 pada taraf 1%. Rumusnya adalah jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , maka terdapat hubungan, namun jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} , maka tidak ada hubungan. Dari perolehan di atas, dapat diketahui bahwa $0.873 > 0.1654$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga di Kota Pekanbaru.

Tabel 12. Korelasi Antara X_2 Dan Y

Correlations		Desain	Keputusan
Desain	Pearson Correlation	1	.836**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Keputusan	Pearson Correlation	.836**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel korelasi di atas menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara Desain dengan Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga di Kota Pekanbaru. Hal ini, ditunjukkan dengan adanya tanda bintang (**) yaitu signifikan pada taraf 0.01%, pada korelasi tersebut.

Atau bisa juga dengan membandingkan antara nilai 0.836 (r_{hitung}) dengan r_{tabel} . Diketahui r_{tabel} adalah 0.1654 pada taraf 1%. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , maka terdapat hubungan, namun jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} , maka tidak ada hubungan. Dari perolehan di atas, dapat diketahui bahwa pada taraf 1% lebih besar dari r_{tabel} . Artinya, $0.836 > 0.1654$. Sehingga dapat disimpulkan terdapat hubungan antara Desain dengan Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga di Kota Pekanbaru.

Tabel 12. Korelasi Antara X_3 Dan Y

Correlations		WoM	Keputusan
WoM	Pearson	1	.828**
	Correlation		
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Keputusan	Pearson	.828**	1
	Correlation		
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel korelasi di atas menunjukkan bahwa terdapat pengaruh *Word of Mouth* terhadap Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga di Kota Pekanbaru. Hal ini, ditunjukkan dengan adanya tanda bintang (**) yaitu signifikan pada taraf 0.01%, pada korelasi tersebut. Atau bisa juga dengan membandingkan antara nilai 0.828 (r_{hitung}) dengan r_{tabel} . Sebagaimana diketahui bahwa r_{hitung} adalah 0.1654 pada taraf 1%, maka $0.828 > 0.1654$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh *Word of Mouth* terhadap Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga di Kota Pekanbaru.

Tabel 13. Korelasi Antara X_4 Dan Y

Correlations		Endorsment	Keputusan
Endorsment	Pearson	1	.837**
	Correlation		
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Keputusan	Pearson	.837**	1
	Correlation		
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel korelasi di atas menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara *Endorsment* dengan Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga di Kota Pekanbaru. Hal ini, ditunjukkan dengan adanya tanda bintang (**) yaitu signifikan pada taraf 0.01%, pada korelasi tersebut. Atau bisa juga dengan membandingkan antara nilai 0.837 (r_{hitung}) dengan r_{tabel} . Diketahui r_{tabel} adalah 0.1654 pada taraf 1%. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , maka terdapat hubungan, namun jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} , maka tidak ada hubungan. Dari

perolehan di atas, dapat diketahui bahwa pada taraf 1% lebih besar dari r_{tabel} . Artinya, $0.837 > 0.1654$. Sehingga dapat disimpulkan terdapat hubungan antara *Endorsment* dengan Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga di Kota Pekanbaru.

2. Uji Hipotesis Penelitian

Berikut ini, disajikan hasil perhitungan analisis regresi terhadap variabel Gaya Hidup, Desain, *Word of Mouth*, dan *Endorsment* dengan Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga di Kota Pekanbaru, melalui program SPSS 22. Hasil perhitungannya dapat dilihat pada tabel berikut ini, yaitu;

Tabel 14. Anova Regresi X_1, X_2, X_3, X_4 terhadap Y

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	3130.876	4	782.719	144.981	.000 ^b
Residual	512.884	95	5.399		
Total	3643.760	99			

a. Dependent Variable: Keputusan

b. Predictors: (Constant), WoM, Endorsment, Desain, Gaya Hidup

Tabel di atas merupakan uji anova untuk melihat signifikansi dari hasil regresi ganda. Berdasarkan tabel tersebut di atas, terlihat bahwa hasil analisis regresi ganda signifikan dengan nilai F sebesar 144.981 dengan signifikansi 0.000. Nilai taraf signifikansi 0.000 tersebut adalah lebih rendah dari pada 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa Gaya Hidup (X_1), Desain (X_2), *Word of Mouth* (X_3), dan *Endorsment* (X_4) secara bersama berpengaruh terhadap Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga di Kota Pekanbaru (Y), dengan taraf signifikansi 0.000.

Selanjutnya untuk melihat tingkat pengaruh antara variabel independen (Gaya Hidup, Desain, *Word of Mouth*, dan *Endorsment*) terhadap variabel dependen (Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga), dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 15. Ringkasan Hasil Koefisien Determinasi Variabel X_1, X_2, X_3, X_4 terhadap Y

Model Summary ^b									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.927 ^a	.859	.853	2.324	.859	144.981	4	95	.000

- a. Predictors: (Constant), WoM, Endorsment, Desain, Gaya Hidup
b. Dependent Variable: Keputusan

Pada tabel di atas menunjukkan korelasi ganda antara variabel variabel independen (Gaya Hidup (X_1), Desain (X_2), *Word of Mouth* (X_3), dan *Endorsment* (X_4)) terhadap variabel dependen (Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga (Y)) pada taraf 0.927. Sedangkan koefisien determinasinya menunjukkan nilai 0.859.

Hal ini berarti, bahwa pengaruh variabel independen (Gaya Hidup (X_1), Desain (X_2), *Word of Mouth* (X_3), dan *Endorsment* (X_4)) terhadap variabel dependen (Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga) adalah sebesar 92.7%, sedangkan sisanya yaitu 7.3% dipengaruhi oleh variabel lain selain Gaya Hidup; Desain; *Word of Mouth*; dan *Endorsment*. Kesimpulan terhadap hasil ini, memiliki standar kesalahan estimasi sebesar 2.324.

Selanjutnya adalah perhitungan persamaan regresi,

**Tabel 16. Rangkuman Persamaan Regresi
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.200	1.063		-.189	.851
1 Gaya Hidup	.336	.089	.322	3.796	.000
1 Desain	.170	.077	.169	2.225	.028
1 WoM	.202	.066	.217	3.059	.003
1 Endorsment	.313	.068	.307	4.622	.000

a. Dependent Variable: Keputusan

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat pada kolom B pada bagian *constant* muncul nilai -.200. Pada kemampuan Gaya Hidup= 0.336. Pada Desain; 0,170; WoM = 0,202; dan Endorsment = 0,313; Dari tabel tersebut, maka dapat dikemukakan persamaan regresi linearnya adalah sebagai berikut:

$$\hat{Y} = -0.200 - 0.3336x_1 + 0.170x_2 + 0.202 + 0.313$$

Standar kesalahan persamaan regresi tersebut dia atas adalah sebesar 1.063 untuk beta nol. Sementara standar kesalahan persamaan regresi untuk variabel kemampuan Gaya Hidup adalah sebesar 0.089 sedangkan standar kesalahan persamaan regresi untuk variabel Desain Papan Bunga di Kota Pekanbaru adalah sebesar 0.077. Pada Variabel *WoM* adalah sebesar 0,066 dan pada variable *Endorsment* sebesar 0,068.

Tabel di atas, juga memberikan informasi tentang signifikansi dari analisis koefisien regresi ini. Nilai signifikansi uji t untuk variabel kemampuan Gaya Hidup adalah 0.000. Sementara, untuk variabel Desain kerja pengguna jasa Papan Bunga di Kota Pekanbaru, nilai

signifikansinya adalah sebesar 0.028. Sedangkan pada variabel *WoM* menunjukkan signifikansi sebesar 0,003 serta pada variabel *Endorsment* memiliki nilai 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa :

- 1) Variabel Gaya Hidup berpengaruh terhadap Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga di Kota Pekanbaru. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji t tersebut, dimana nilai signifikansinya 0.000 lebih kecil dari 0.05 ($0.000 < 0.05$).
- 2) Begitu juga pada variabel Desain Produk Papan Bunga di Kota Pekanbaru memiliki pengaruh dengan keputusan menjadi pengguna jasa Papan Bunga di Kota Pekanbaru. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji t tersebut, dimana nilai signifikansinya 0.028 lebih kecil dari 0.05 ($0.028 < 0.05$).
- 3) Variabel *Word of Mouth* berpengaruh terhadap Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga di Kota Pekanbaru. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji t tersebut, dimana nilai signifikansinya 0.003 lebih kecil dari 0.05 ($0.003 < 0.05$).
- 4) Begitu juga pada variabel *Endorsment* memiliki pengaruh terhadap keputusan menjadi pengguna jasa Papan Bunga di Kota Pekanbaru. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji t tersebut, dimana nilai signifikansinya 0.000 lebih kecil dari 0.05 ($0.000 < 0.05$).
- 5) Dari persamaan regresi tersebut di atas, juga dapat diartikan bahwa tanpa adanya variabel X_1 , X_2 , X_3 , dan X_4 yaitu Gaya Hidup, Desain, *WoM*, dan *Endorsment* pengguna jasa Papan Bunga di Kota Pekanbaru, maka kondisi Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga Kota Pekanbaru rendah, yaitu 0,200.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Berdasarkan analisa yang penulis kemukakan di atas, maka dapat diuraikan disini beberapa temuan yang diperoleh melalui penelitian ini, yaitu ;

Pertama, terdapat pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga di Kota Pekanbaru. Hal ini, ditunjukkan dengan adanya tanda bintang (**) yaitu signifikan pada taraf 0.01%, pada korelasi tersebut. Atau bisa juga dengan membandingkan antara nilai 0.873 (r_{hitung}) dengan r_{tabel} . Diketahui r_{tabel} dengan $N = 100$ ($n - 2 = 100 - 2 = 98$), maka akan diperoleh angka 0.1654 pada taraf 1%. Rumusnya adalah jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , maka terdapat hubungan, namun jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} , maka tidak ada hubungan. Dari perolehan di atas, dapat diketahui bahwa $0.873 > 0.1654$.

Data korelasi tersebut juga di dukung oleh hasil uji t bahwa Gaya Hidup berpengaruh terhadap Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga di Kota Pekanbaru. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji t tersebut, dimana nilai signifikansinya 0.000 lebih kecil dari 0.05 ($0.000 < 0.05$).

Kesimpulan ini berarti menjawab hipotesis yang pertama, yaitu H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, terdapat pengaruh yang signifikan antara Gaya Hidup terhadap Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga di Kota Pekanbaru.

Kedua, terdapat hubungan antara Desain dengan Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga di Kota Pekanbaru. Hal ini, ditunjukkan dengan adanya tanda bintang (**) yaitu signifikan pada taraf 0.01%, pada korelasi tersebut. Perhitungan dengan membandingkan antara nilai 0.836 (r_{hitung}) dengan r_{tabel} juga telah dilakukan. Diketahui r_{tabel}

adalah 0.1654 pada taraf 1%. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , maka terdapat hubungan, namun jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} , maka tidak ada hubungan. Dari perolehan di atas, dapat diketahui bahwa pada taraf 1% lebih besar dari r_{tabel} . Artinya, $0.836 > 0.1654$. Sehingga dapat disimpulkan terdapat hubungan antara Desain dengan Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga di Kota Pekanbaru.

Kesimpulan tersebut juga di dukung oleh hasil perhitungan uji t. yaitu bahwa variabel Desain Produk Papan Bunga di Kota Pekanbaru memiliki pengaruh dengan keputusan menjadi pengguna jasa Papan Bunga di Kota Pekanbaru. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji t tersebut, dimana nilai signifikansinya 0.028 lebih kecil dari 0.05 ($0.028 < 0.05$).

Kesimpulan ini berarti menjawab hipotesis yang kedua yaitu H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, terdapat pengaruh yang signifikan antara desain terhadap Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga di Kota Pekanbaru.

Ketiga, terdapat pengaruh *Word of Mouth* terhadap Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga di Kota Pekanbaru. Hal ini, ditunjukkan dengan adanya tanda bintang (**) yaitu signifikan pada taraf 0.01%, pada korelasi tersebut. Atau bisa juga dengan membandingkan antara nilai 0.828 (r_{hitung}) dengan r_{tabel} . Sebagaimana diketahui bahwa r_{hitung} adalah 0.1654 pada taraf 1%, maka $0.828 > 0.1654$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh *Word of Mouth* terhadap Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga di Kota Pekanbaru.

Hasil tersebut sesuai dengan hasil uji t yang menyebutkan bahwa variabel *Word of Mouth* berpengaruh terhadap Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga di Kota Pekanbaru. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji t tersebut, dimana nilai signifikansinya 0.003 lebih kecil dari 0.05 ($0.003 < 0.05$).

Kesimpulan ini berarti menjawab hipotesis yang kedua yaitu H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, terdapat pengaruh yang signifikan antara desain terhadap Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga di Kota Pekanbaru.

Keempat, terdapat hubungan antara *Endorsment* dengan Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga di Kota Pekanbaru. Hal ini, ditunjukkan dengan adanya tanda bintang (**) yaitu signifikan pada taraf 0.01%, pada korelasi tersebut. Atau bisa juga dengan membandingkan antara nilai 0.837 (r_{hitung}) dengan r_{tabel} . Diketahui r_{tabel} adalah 0.1654 pada taraf 1%. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , maka terdapat hubungan, namun jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} , maka tidak ada hubungan. Dari perolehan di atas, dapat diketahui bahwa pada taraf 1% lebih besar dari r_{tabel} . Artinya, $0.837 > 0.1654$. Sehingga dapat disimpulkan terdapat hubungan antara *Endorsment* dengan Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga di Kota Pekanbaru.

Begitu berdasarkan hasil uji t yang menunjukkan bahwa variabel *Endorsment* memiliki pengaruh terhadap keputusan menjadi pengguna jasa Papan Bunga di Kota Pekanbaru. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji t tersebut, dimana nilai signifikansinya 0.000 lebih kecil dari 0.05 ($0.000 < 0.05$).

Dengan demikian, maka H_0 ditolak dan H_a diterima pada hipotesis yang kedua, yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara *Endorsment* terhadap Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga di Kota Pekanbaru.

Kelima, bahwa Gaya Hidup (X_1), Desain (X_2), *Word of Mouth* (X_3), dan *Endorsment* (X_4) secara bersama berpengaruh terhadap Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga di Kota Pekanbaru (Y). Kesimpulan ini, didasarkan pada hasil hitung regresi dengan uji anova

dengan taraf signifikansi 0.000. Nilai uji anova dari hasil regresi ganda menunjukkan bahwa signifikan dengan nilai F sebesar 144.981 dengan signifikansi 0.000. Nilai taraf signifikansi 0.000 tersebut adalah lebih rendah dari pada 0.05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Gaya Hidup (X_1), Desain (X_2), *Word of Mouth* (X_3), dan *Endorsment* (X_4) secara bersama berpengaruh terhadap Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga di Kota Pekanbaru (Y), dengan taraf signifikansi 0.000.

Adapun tingkat bahwa pengaruh variabel independen (Gaya Hidup (X_1), Desain (X_2), *Word of Mouth* (X_3), dan *Endorsment* (X_4)) terhadap variabel dependen (Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga) adalah sebesar 92.7%, sedangkan sisanya yaitu 7.3% dipengaruhi oleh variabel lain selain Gaya Hidup; Desain; *Word of Mouth*; dan *Endorsment*. Kesimpulan terhadap hasil ini, memiliki standar kesalahan estimasi sebesar 2.324.

Hasil penelitian ini, mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Melissa Paendong dan Maria V. J. Tielung yang meneliti tentang pengaruh akan kebutuhan dan Gaya hidup terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Smartfren di Galeri Smartfren Cabang Manado. Hasil riset ini menunjukkan bahwa setiap terjadi peningkatan gaya hidup akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Hal itu terjadi karena perubahan zaman yang semakin modern sehingga orang-orang berlomba untuk mengikuti trend gaya hidup.¹⁴

Penelitian ini juga mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Basrah Saidani dan Dermawan Sandro menjelaskan tentang pengaruh desain produk terhadap keputusan seseorang dalam melakukan pembelian atau penggunaan jasa sewa atas produk atau jasa yang ditawarkannya.¹⁵ Begitu juga hasil riset yang dilakukan oleh Soedjono, dkk, yang menyebutkan bahwa desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen untuk melakukan pembelian.¹⁶ Riset Desak Made Febri Purnama Sari dan Ketut Gede Sri Dwiya misalnya, mempertegas hal tersebut. Bahwa *Word of mouth* berpengaruh langsung terhadap keputusan pemakaian sebesar 0,315.¹⁷

Hal yang sama juga, bahwa riset ini mempertegas hasil penelitian yang dilakukan oleh Iknesya Rahma Finanda dan Arjuna Wiwah, yang menegaskan bahwa keputusan penggunaan Miloff Beauty Bar dipengaruhi oleh word of mouth sebesar 11,5% sedangkan 88,5% lainnya diperkirakan dipengaruhi oleh faktor lain.¹⁸ Afandi Afandi, dkk, juga menegaskan bahwa para generasi Z selain tetap mempertimbangkan faktor kepercayaan, faktor citra merek sebuah

¹⁴ Melissa Paendong dan Maria V. J. Tielung, Pengaruh Kebutuhan dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Smartfren di Galeri Smartfren Cabang Manado, *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Volume 16 No. 04 Tahun 2016

¹⁵ Basrah Saidani, Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Futsal Adidas Di Wilayah Jakarta Timur”. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*. Vol. 4 No. 2 2013; lihat juga Dermawan Sandro, Pengaruh Kualitas Produk, Fitur Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mpv Merek Toyota Innova Di Semarang. *Skripsi Universitas Dian Nuswantoro Semarang*, 2015.

¹⁶ Soedjono, Tegowati, & Wininatin Khamimah, Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Promosi, dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan pembelian Konsumen, *Accounting and Management Journal*, Vol. 3, No. 1, July 2019

¹⁷ Desak Made Febri Purnama Sari dan Ketut Gede Sri Dwiya, Strategi *Digital Marketing*, *Word of Mouth* (WOM), Service Quality terhadap Keputusan Pemakaian Jasa Go-Jek, *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*, Volume 3, No. 2, Desember 2018.

¹⁸ Iknesya Rahma Finanda dan Arjuna Wiwaha, Pengaruh Word of Mouth dan Brand Image Terhadap Keputusan Penggunaan Salon Kecantikan (Studi Pada Konsumen Miloff Beauty Bar), *Jurnal Ilmiah WIDYA Ekonomika*, Volume 1 Nomor 2 Oktober 2017, h. 134-140

produk atau jasa, namun faktor influencer yang dilakukan melalui *endorsement* menjadi pertimbangan dalam memutuskan pembeliannya.¹⁹

Penelitian yang dilakukan oleh Kevin Karunia Yusuf dan Tandiyo Pradekso juga menyatakan hal demikian. Bahwa terpaan *Celebrity Endorsement* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Brand Attitude*.²⁰ Begitu pula hasil penelitian yang dilakukan oleh Superwiratni, menunjukkan hasil bahwa *Endorsement* memiliki pengaruh terhadap Keputusan Menginap di Cottage Daarul Jannah.²¹

Papan bunga bukanlah sesuatu yang asing bagi masyarakat Indonesia. Pajangan khas Indonesia ini biasa digunakan untuk memberikan ucapan selamat untuk pernikahan, kelahiran, peresmian perusahaan, atau perayaan lainnya, serta ungkapan belasungkawa untuk pemakaman. Anggapan di masyarakat apabila sebuah acara atau seseorang mendapatkan banyak kiriman karangan bunga, maka ia adalah orang penting yang memiliki pengaruh yang cukup kuat untuk orang banyak. Semakin besar suatu acara atau semakin terkenal seseorang, maka akan semakin banyak kiriman karangan bunganya.

Pada papan bunga, pesan-pesan sebagai ungkapan apresiasi ini ditulis dengan huruf-huruf yang terbuat dari stereofoam, dihias menggunakan beberapa bunga plastik dan ada yang menggunakan bunga asli. Bahan yang digunakan sebagai papan biasanya terbuat dari stereofoam yang dirancang penuh warna. Nantinya jika karangan bunga sudah selesai, karangan bunga tersebut ditempatkan di depan rumah atau gedung tempat penyelenggaraan acara. Tapi seringkali juga dipajang secara berkelompok di jalanan apabila sang empunya acaranya mendapat kiriman yang cukup banyak. Saat ini, mengirimkan karangan bunga sudah menjadi sesuatu yang umum dilakukan untuk memberikan apresiasi kepada kolega, keluarga, atau teman. Karangan bunga pun sudah menjadi salah satu variasi produk dijual oleh florist di berbagai daerah.

Salah satu bentuk papan bunga ini adalah Papan Bunga Rustic, yaitu papan ucapan berbahan dasar kayu jati dan Triplek hpl. Dibentuk seperti persegi dan bulat. Dengan tulisan huruf berbahan spons dan hiasan bunga plastik. Papan bunga rustic ini biasa dipesan untuk ucapan selamat, belasungkawa, kegiatan acara, atau sekedar mengungkapkan aspirasi. Papan Bunga saat ini telah digunakan masyarakat sebagai tanda adanya kegiatan pesta, kenduri, peresmian gedung, dan kematian.

Papan Bunga dijadikan sebagai suatu media informasi khusus pada kegiatan yang dilakukan di masyarakat. Papan Bunga dapat dianggap sebagai prestise dalam diri seseorang dan menganggap dengan menggunakan bunga papan dalam kegiatan acara akan lebih mewah dan menjadi kebanggaan tersendiri. Bunga Papan disajikan dalam bentuk yang bervariasi jenis bunganya, warna bunga dan warna *background* (kain baldi sebagai penutup papan), semua bisa disesuaikan sesuai keinginan sang pemesan, begitu juga dengan ukuran

¹⁹ Afandi Afandi, Jimmy Prawira Samudra, Sherley Sherley, Veren Veren, dan Wisely Liang, Pengaruh Endorsement Influencer Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Generasi Z, *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*, Vol 5, No 1 (2021).

²⁰ Kevin Karunia Yusuf dan Tandiyo Pradekso, "Pengaruh Terpaan Iklan dan Terpaan Konten Celebrity Endorsement Terhadap Minat Menggunakan Jasa Go-Food (Melalui Brand Attitude)," *Interaksi Online*, vol. 9, no. 3, Jul. 2021, pp. 217-229,

²¹ Superwiratni, Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Menginap Di Cottage Daarul Jannah, *The Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal*, Vol. 8, No. 2, 2018, h. 100-110

luasnya yang bervariasi, ada yang berukuran kecil, sedang dan sampai berukuran yang besar dan panjang.

Pemakaian bunga pada papan, ada yang bunga asli dan ada pula bunga palsu (plastik), dan biasanya bunga papan banyak menggunakan bunga yang palsu (plastik) dikarenakan bunga yang palsu (plastik) tak mudah layu dan bisa digunakan sampai waktu yang cukup lama walau dalam harum atau aroma yang di dapatkan di bunga palsu (plastik) menggunakan pengharum namun itu tidak mengurangi keindahan bunga papan. Bentuk tulisan dan ukurannya bervariasi sesuai keinginan sang pembeli bisa berukuran sedang motif tulisan yang indah dan hal yang lainnya.

Terjadi perdebatan kalangan Ulama Islam Indonesia terkait dengan papan Bungan ini. Misalnya riset yang dilakukan oleh Yulianda Irdiana Sari, mahasiswa UIN Sumatera Utara, bahwa hukum memberi ucapan melalui karangan bunga pada prinsipnya dilihat dari ayat Al-Qur'an dan hadis Rasulullah SAW mengucapkan selamat kepada saudara kita adalah hal baik.²² Apalagi kalau dia yang dahulu pernah menghormati kita, sebagaimana firman Allah SWT:

Dan apabila kamu dihormati dengan suatu (salam) penghormatan, maka balaslah penghormatan itu dengan yang lebih baik atau balaslah (penghormatan itu, yang sepadan) dengannya. Sungguh, Allah memperhitungkan segala sesuatu'. (QS. an-Nisa': 86)²³

Hanya saja dalam masalah papan bunga yang sekarang sudah banyak dipergunakan untuk ucapan selamat, baik pada pesta pernikahan atau pada acara-acara yang lain. Majelis Ulama melihat bahwa hal ini sesuatu yang perlu dihindari, artinya tidaklah selayaknya itu dipergunakan karena 2 hal. *Pertama* adalah mubazir. *Kedua* yaitu jatuhnya kepada sikap sombong, riya, udzub dan takkabur. Jadi, baik itu pada si pemberi ataupun kepada si penerima. Selain dari pada itu, yang *ketiga* juga bisa dikatakan, adakalanya juga bisa mengganggu ketertiban umum, mengganggu kenyamanan orang yang sedang melintasi area tersebut karena karangan bunga itu memakan spes daripada jalan kalau itu diletakkan di badan jalan, jika terkena angin bisa tumbang dan kemudian bisa membahayakan pengguna jalan.

Atas pertimbangan-pertimbangan itulah sebagian anggota Majelis Ulama Provinsi Sumatera Utara melihat bahwa karangan bunga ini hendaklah tidak dipergunakan atau dihindari.²⁴

Berdasarkan hukum kebolehan atau tidaknya, bisa di lihat kepada pengaruhnya. Jika karangan bunga itu misalnya menimbulkan rasa riya, rasa udzub, takkabur, itu bisa menjadi jatuh kepada haram. Dan mubazir karena terbuang dan penggunaannya juga hanya dipergunakan dalam sehari. Kalaupun, ada juga sebahagian yang mengatakan ini sebagai tanda saja. Tanda bahwa dituliskan di karangan bunga tersebut kalimat belasungkawa ataupun pesta pernikahan, Bisa saja. tetapi tidak sampai banyak sekali yang juga menimbulkan efek yang sudah beliau sebutkan sebelumnya.

²² Yulianda Irdiana Sari, Memberi Ucapan Melalui Karangan Bunga Menurut Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Pimpinan Wilayah Muhammadiyah Provinsi Sumatera Utara, *Skripsi*, UIN Sumatera Utara, 2019.

²³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an An Al-Karim Tajwid dan Terjemah* (Surakarta: Ziyad Visi Media, 2009), h. 91.

²⁴ Yulianda Irdiana Sari, *op, cit*, h. 7

Tabzir berasal dari kata *bazzara yubazziru tabziran* yang artinya pemborosan.²⁵ *Tabzir* atau mubazir seorang ahli tafsir Al-raghib Al-Asfahani dalam bukunya *al-Mufradat fii Gharib Tabzir* diartikannya dengan menyia-nyiaakan harta. Di dalam beberapa kamus bahasa Indonesia mubazir dimaknakan dengan pemborosan. Al-Qur'an dengan tegasnya melarang kepada perbuatan yang mubazir, karena perbuatan mubazir perbuatan dari setan. Sebagaimana di dalam Al-Qur'an ditemukan lebih kurang tiga kali ayat yang menjelaskan tentang mubazir, yaitu yang terdapat dalam Q. S Al-Isra' ayat 26-27 yang berbunyi :

Dan berikanlah haknya kepada kerabat dekat, juga kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan; dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya'. (Q. S Al-Isra' ayat 26-27)²⁶

Menurut M. Quraishi Shihab sebagaimana yang terdapat dalam *al-Misbah* kata *tabzira* dalam ayat 26 bermakna pengeluaran yang bukan hak jika seseorang menafkahkan atau membelanjakan semua hartanya dalam kebaikan atau haq, maka dia bukanlah orang yang pemboros.²⁷ Dengan demikian boros (*tabzir*) bukanlah berkaitan dengan kuantitas, melainkan kegunaan (kemanfaatan). Sampai-sampai menurut Quraish Shihab orang yang berwudhu' ketika membasuh wajahnya lebih dari tiga kali, dikategorikan juga sebagai pelaku *tabzir*. Dan orang mubazir adalah perbuatan setan.

KESIMPULAN

1. Terdapat pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga di Kota Pekanbaru. Kesimpulan ini menjawab rumusan masalah pertama dalam penelitian ini;
2. Terdapat hubungan antara Desain dengan Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga di Kota Pekanbaru. Kesimpulan ini, menjawab pertanyaan pada rumusan masalah kedua dalam penelitian ini;
3. Terdapat pengaruh *Word of Mouth* terhadap Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga di Kota Pekanbaru. Kesimpulan ini, menjawab pertanyaan pada rumusan masalah ketiga dalam penelitian ini;
4. Terdapat hubungan antara *Endorsment* dengan Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga di Kota Pekanbaru. Kesimpulan ini, menjawab pertanyaan pada rumusan masalah keempat dalam penelitian ini;
5. Terdapat pengaruh secara Bersama-sama Gaya Hidup (X_1), Desain (X_2), *Word of Mouth* (X_3), dan *Endorsment* (X_4) terhadap Keputusan menjadi Pengguna Jasa Sewa Papan Bunga di Kota Pekanbaru (Y). 133 ulan ini, menjawab pertanyaan pada rumusan masalah kelima dalam penelitian ini.

SARAN

Dari kesimpulan yang telah penulis paparkan diatas maka memberikan beberapa saran sebagai berikut:

²⁵ Mahmud Yunus, *Kamus Arab-Indonesia* (Jakarta: PT Mahmud Yunus Wadzurriyah, 1990), h. 59

²⁶ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an An Al-Karim Tajwid dan Terjemah* (Surakarta: Ziyad Visi Media, 2009), h. 284.

²⁷ Imam Abu Muhammad bin Ismail Al-Bukhari, *Shahih Bukhari* (Kairo: Darul Haisyim, 2003), h. 144

1. Semua variable dalam penelitian ini, yaitu Gaya Hidup; Desain; *Word of Mouth*; dan *Endorsment* mempengaruhi Tindakan atau keputusan seorang pelanggan untuk menggunakan atau memiliki toko papan bunga di kota Pekanbaru. Maka diharapkan para pengusaha Papan Bunga di kota Pekanbaru, mempertimbangkan beberapa faktor tersebut dalam menjalankan bisnisnya;
2. Meski terdapat perdebatan di kalangan para ulama terkait dengan Papan Bunga ini, namun di masyarakat sudah menjadi *trend* yang kuat terutama di kalangan anak-anak muda, usia 21-30 tahun. Oleh karena itu, perlu menjadi pertimbangan bagi para pengusaha Papan Bunga ini untuk terus memberikan corak melenialis dalam produk-produknya;
3. Menyarankan kepada Masyarakat luas bahwa papan bunga tidak ditujukan untuk menjatuhkan diri pada sikap sombong, riya, udzub dan takkabur. Juga mempertimbangkan aspek manfaat yang ditimbulkannya apakah lebih banyak masalah atau mudharatnya, sehingga tidak terjebak pada unsur *mubazir*;
4. Bagi penelitian selanjutnya agar menggunakan teknik penelitian yang berbeda, ataupun menggunakan variabel yang lain, yang tidak terdapat pada penelitian ini, sehingga dapat memberikan referensi lebih baik untuk penelitian yang selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Adiwarna Karim, *Analisis Fiqih dan Keuangan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006)
- [2] Agustina Shinta, *Manajemen Pemasaran*. (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2011)
- [3] Amrullah dan Imam Hardjanto, *Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005)
- [4] Anang Firmansyah, *Komunikasi Pemasaran*, (Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media, 2020)
- [5] Andrian Sudarsono, *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*, (Yogyakarta: Perbit Deepublish, 2016)
- [6] Depag RI, *Al-Quran Keluarga*, Ed. Hasanah, (Bandung: Media Fitrah Rabbani, 2020),
- [7] Duwi Priyatno, *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*, (Yogyakarta: Andi, 2012)
- [8] Etta Mamang Sangaji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*. (Yogyakarta: Andi, 2013)
- [9] F. M. Royan, *Marketing Selebritis*. (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2014)
- [10] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*. (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2015)
- [11] Fathurrahman Djamil, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2013)
- [12] Freddy Rangkuti, *Strategi Semut Merah Melawan Gajah untuk Membangun Brand Personal, Produk Dan Perusahaan*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013)
- [13] J. Paul Peter, *Perilaku Konsumen dan Stategi Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 1999)
- [14] J. Setiadi, Nugroho, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT Kencana, 2008)
- [15] James F. Engel, et. al., *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Binarupa Aksara, 1994)
- [16] Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid dan Terjemah*, (Bandung: PT Syigma Examedia Arkanleema, 2010)
- [17] Mahmud Machfoeds, *Kewirausahaan: Metode, Manajemen, dan Implementasi*. (Yogyakarta. BPFE – Yogyakarta, 2005)

-
- [18] Nana Triapnita Nainggola, Dkk, *Perilaku Konsumen Di Era Digital*, (Yayasan Kita Menulis, 2020)
- [19] Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*, Edisi Kesebelas. Alih Bahasa, Hendra Teguh. (Jakarta: PT. Prenhallindoh, 2005)
- [20] Phillip Kotler dan K. L. Keller. *Marketing Management*. (New Jersey: Prentice Hall, 2009)
- [21] Phillip Kotler, *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan^[1] Usman Efendi., *Psikologi Konsumen*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2016)
- [22] Pratiwi Budi Utami, "Strategi Komunikasi pemasaran melalui endorsement pada online shop di Indonesia", *Tesis*, Universitas Negeri Sultan Ageng Tirtayasa, (2014)
- [23] Rustam Efendy, *Produksi dalam Islam*, (Yogyakarta: Magostra Insani Press, 2003)
- [24] Schiffman, Leon G. and Leslie Lazar Kanuk. *Customer Behavior*. (USA: Prentice Hall Inc, 2004)
- [25] Siswanto, *Pengantar Manajemen*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2016)
- [26] Sugiono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 7.
- [27] Sukirno Sadono, *Teori Ekonomi Mikro Dan Makro*, (Jakarta: Penerbit Rajawali Pers Pustaka, 2008)
- [28] Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2002)
- [29] Sutrisno Hadi, *Metodologi Research*, jilid 1, (Yogyakarta : Andi, 2002), hlm. 133
- [30] T. Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran Perilaku Konsumen*, Edisi 3. (Yogyakarta: Liberty Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado, 2000), h. 49
- [31] Terence A. Shimp, *Periklanan Promosi aspek tambahan komunikasi Terpadu.*, 459
- [32] Wawan Dewanto dkk, *Manajemen Inovasi: Peluang Sukses Menghadapi Perubahan* (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2014)
- [33] William J. Stanton, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. (Jakarta: Erlangga, 2005), h. 104
- [34] Wirawan, *Ekonomi Untuk Negara-Negara Berkembang*, Penerjemah: Agustinus Subekti, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012)
- [35] Abdul Halim, Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju, *GROWTH: Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, Volume 1, No. 2, 2020,
- [36] Adhianti Laras Pratiwi, "Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek, dan Atribut Produk, Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Zoya di Jakarta Selatan", *Tesis*, Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2017
- [37] Afandi Afandi, Jimmy Prawira Samudra, Sherley Sherley, Veren Veren, dan Wisely Liang, Pengaruh Endorsement Influencer Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Generasi Z, *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*, Vol 5, No 1 (2021).
- [38] Agus Irwanto Dkk, Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Strategi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan, Dan Pengaruhnya Pada Terbentuknya Word Of Mouth Di Perumahan Madani Group Jabodetabek, *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Vol. 11 No. 1, Maret 2013

-
- [39] Ahmed, A., Mir, F. A., & Omar Farooq,. Effect of Celebrity Endorsement on Customers buying behavior. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, Vol. 4. No. 2, tahun 2012.,
 - [40] Anita Puspasari, Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Word Of Mouth Melalui Kepuasan Pelanggan, *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol 2 No 4, Oktober 2014
 - [41] Basrah Saidani, Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Futsal Adidas Di Wilayah Jakarta Timur". *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*. Vol. 4 No. 2 2013
 - [42] Cahya, H. (2018). Pengaruh Testimonial dan Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab Melalui Media Sosial Instagram pada Toko Queena Hijab Samarinda. *eJournal Administrasi Bisnis*. Vol. 4, No. 6
 - [43] Deagiva Sutardjo, Silvya L. Mandey, dan Michael Ch. Raintung, Pengaruh Gaya Hidup, *Word of Mouth* dan *Endorsment* terhadap Keputusan Pembelian pada Gloriusgloriuss Store Manado, *Jurnal EMBA* Vol. 8 No. 4 Oktober 2020
 - [44] Dermawan Sandro,.Pengaruh Kualitas Produk, Fitur Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mpv Merek Toyota Innova Di Semarang. *Skripsi Universitas Dian Nuswantoro Semarang*, 2015.
 - [45] Desak Made Febri Purnama Sari dan Ketut Gede Sri Dwiya, Strategi *Digital Marketing*, *Word of Mouth* (WOM), Service Quality terhadap Keputusan Pemakaian Jasa Go-Jek, *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*, Volume 3, No. 2, Desember 2018.
 - [46] Fanny Puspitasari, Tri Yuniati, Pengaruh Harga Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen, *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, Vol 5 No 6, Juni 2016.
 - [47] H. Cahya, Pengaruh Testimonial dan Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab Melalui Media Sosial Instagram pada Toko Queena Hijab Samarinda. *eJournal Administrasi Bisnis*. Vol. 4, No. 6, tahun 2018
 - [48] Hartono, Pengaruh Produk, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pelanggan Pengguna Jasa di JNE Mojokerto, *Jurnal IJB*, Vol. 11. No. 1, 2012
 - [49] Iha Haryani Hatta, Setiarini, Pengaruh Word Of Mouth Dan Switching Cost Terhadap Keputusan Pembeli San Loyalitas, *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, Vol. 19 No. 1, 2018
 - [50] Iknesya Rahma Finanda dan Arjuna Wiwaha, Pengaruh Word of Mouth dan Brand Image Terhadap Keputusan Penggunaan Salon Kecantikan (Studi Pada Konsumen Miloff Beauty Bar), *Jurnal Ilmiah WIDYA Ekonomika*, Volume 1 Nomor 2 Oktober 2017
 - [51] Kevin Karunia Yusuf dan Tandiyo Pradekso, "Pengaruh Terpaan Iklan dan Terpaan Konten Celebrity Endorsement Terhadap Minat Menggunakan Jasa Go-Food (Melalui Brand Attitude)," *Interaksi Online*, vol. 9, no. 3, Jul. 2021
 - [52] Made Tiya Yogi Suari, Ni Luh Wayan Sayang Telagawathi, Ni Nyoman Yulianthini,. Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian., *Bisma: Jurnal Manajemen*, Vol. 5 No. 1, Maret Tahun 2019
 - [53] Mangara Abdul Khair Harahap, *Analisis Pengaruh Brand Image dan Word of Mouth (WOM) terhadap Proses Keputusan Pembelian Handphone Blackberry (Studi Kasus pada Mahasiswa FE UNY)*, (Yogyakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2013)
 - [54] Melissa Paendong dan Maria V. J. Tielung, Pengaruh Kebutuhan dan Gaya Hidup

- terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Smartfren di Galeri Smartfren Cabang Manado, *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Volume 16 No. 04 Tahun 2016
- [55] Muhammad Rizan., Handayani, K. L., & RP, A. K. (2015). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Banding Konsumen Indomie dan Mie Sedaap). *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, Vol. 6, No. 1, 2015
- [56] N. Achidah, & Warso, L.B. Hasiolan. Pengaruh Promosi, Harga, dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Mio GT (Study Empiris Pada Produk Yamaha Mio GT di Weleri-Kendal). *Journal of Management*, 2 (2) (2016)
- [57] Nugraheni, W. N. A, *Perbedaan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis pada Remaja Ditinjau dari Lokasi Tempat Tinggal*, (Surakarta: Skripsi Fakultas Psikologi UMS, 2003)
- [58] Rahma Nurvidiana Dkk, Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survey Pada Konsumen Republica Cafe Malang Jalan Mt. Haryono Gg.XI Malang), *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol 22 No. 2, Mei 2015x
- [59] Ratna Dwi Jayanti, Pengaruh Harga & Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online (Studi Kasus pada Harapan Maulina Hijab Jombang), *Jurnal Manajemen*, Volume X. No. 1, April 2015
- [60] Rembon, A., Mananeke, L., dan Gunawan, E. (2017). Pengaruh Word of Mouth dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Kangzen Kenko Indonesia di Manado. *Jurnal EMBA*. Vol. 5, No. 3
- [61] Ria Yunita Dewi, et al. Pengaruh Kepercayaan Konsumen, Kemudahan dan Kualitas informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening, *Jurnal Manajemen*, Vol. 14. No. 2, 2017
- [62] Rian Pramono. *Analisis Pengaruh Harga Kompetitif, Desain Produk, Dan Layanan Purna Jual Terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Motor Yamaha (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Semarang)*. Undergraduate thesis, Fakultas Ekonomika dan Bisnis. UNDIP Semarang, 2012
- [63] Saporso dan Dian Lestari, "Peranan endorser terhadap brand image dari sudut pandang konsumen", *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, Vol. 9, No. 3, September (2009): 162
- [64] Soedjono, Tegowati, & Wininatin Khamimah, Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Promosi, dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan pembelian Konsumen, *Accounting and Management Journal*, Vol. 3, No. 1, July 2019
- [65] Superwiratni, Pengaruh Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Menginap Di Cottage Daarul Jannah, *The Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal*, Vol. 8, No. 2, 2018, h. 100-110
- [66] Susanti Oktafiani Tana dan Juita L. D Bessie, Pengaruh Gaya Hidup Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan X2 Family Resto and Karaoke Kupang), *JOURNAL OF MANAGEMENT (SME's)*, Vol. 13, No.3, 2020
- [67] Syutria Lomboan, "The Impact Of Celebrity Endorsement On Brand Image", *Jurnal EMBA* Vol.1 No.3 Juni (2013)
- [68] Valentine Parengkuan, Altje Tumbel dan Rudy Wenas, "Analisis Pengaruh Brand Image Dan Celebrity Endorsment Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Head And Shoulders Di 24 Mart Manado", *Jurnal EMBA* Vol.2 No.3 September (2014)
- [69] Victor Eko Prasetyo Lombo dan Maria V. J. Tielung, "The Impact Of Celebrity Endorsement To Youth Consumer Purchase Decision On Adidas Apparel Product",

Jurnal EMBA Vol.2 No.3 September (2014):

- [70] Wijaya, D. N., Sunarti., dan Pangestuti, E. Pengaruh Gaya Hidup dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Starbucks, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 55, No. 2, 2018.
- [71] Yan Bayu Bramantya dan Made Jatra, "Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Jupiter Mx Di Kota Denpasar", *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol.5, No.3, (2016).