

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Tinjauan Pustaka

1. Kemudahan

a. Pengertian Kemudahan

Kemudahan adalah suatu keadaan dimana seseorang tidak merasa kesusahan terhadap suatu sistem untuk dipahami dan tidak memerlukan usaha berat dari pemakainya untuk menggunakannya.¹³ Menurut Jogiyono kemudahan ialah sebuah keyakinan saat proses mengambil keputusan. Jika pengguna mempercayai sistem teknologi mudah saat digunakan maka ia akan tertarik untuk memakai sistem tersebut, begitu pula sebaliknya.¹⁴ Kemudahan adalah rasa kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Seseorang akan berfikir dalam penggunaan sistem informasi ini mudah digunakan atau tidak sulit dipahami ketika menggunakannya.¹⁵ Menurut KBBI kemudahan adalah keadaan mudah untuk melaksanakan rencana itu harus dipertimbangkan - dan kesulitannya.¹⁶

Berdasarkan definisi-definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa kemudahan merupakan sejauh mana seseorang percaya bahwa

¹³ Amalita, R., & Rahma, T. I. F. (2022). Pengaruh Kemudahan, Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Facebook Pada Mahasiswa/I Uinsu Dengan Structural Equation Modeling. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 9(2).

¹⁴ Asja, H. J., Susanti, S., & Fauzi, A. (2021). Pengaruh Manfaat, Kemudahan, dan Pendapatan terhadap Minat Menggunakan Paylater: Studi Kasus Masyarakat di DKI Jakarta. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 2(4), 309-325.

¹⁵ Evi Harianti, 'Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kebermanfaatan, Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Penggunaan Financial Technology Sistem Pembayaran', *Urnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*, 9.7 (2021), 1–17.

¹⁶ <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/kemudahan>

sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah, tanpa memerlukan usaha yang berat atau kompleksitas yang tinggi. Jika pengguna merasa bahwa sistem mudah digunakan mereka cenderung lebih tertarik dan termotivasi untuk menggunakannya. Sebaliknya, jika sistem dianggap sulit atau membingungkan, minat untuk menggunakannya akan menurun.

b. Faktor yang mempengaruhi kemudahan

Kemudahan dipengaruhi oleh beberapa faktor, sebagai berikut:¹⁷

- 1) Kemudahan pemahaman berpacu pada sejauh mana pengguna tersebut dapat memahami sistem atau teknologi informasi baru.
- 2) Kesesuaian dengan kebutuhan pengguna Artinya teknologi informasi dapat menyesuaikan kebutuhan pengguna teknologi informasi tersebut.
- 3) Kemudahan navigasi dapat mengetahui seberapa mudah pengguna dapat mengecek atau menelusuri sesuatu melalui sistem atau teknologi tersebut.
- 4) Tingkat kompleksitas berpacu pada seberapa sempurna sistem informasi atau teknologi baru tersebut. Jika teknologinya terlalu kompleks, maka akan ada kemungkinan pengguna merasa kesulitan untuk menggunakannya.

¹⁷ Asrendito Faris Naufal, 'Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Pembelian Kembali Di Aplikasi Iltote (Studi Kasus Pada Konsumen Iltote Di Lotte Mart Festival City Link Bandung)', 2020, 38–70

- 5) Pengalaman pengguna sebelumnya, pernah menggunakan sistem teknologi atau teknologi yang serupa. Jika memiliki pengalaman yang baik dengan teknologi kemungkinan yang besar sama, mereka mereka akan menggunakannya kembali dan dengan senang hati akan merekomendasikannya kepada orang lain.

c. Indikator kemudahan

Adapun beberapa indikator kemudahan adalah:¹⁸

1) Kemudahan untuk mengenali

Indikator ini mengacu pada sejauh mana suatu produk, layanan, atau fitur dapat dikenali dengan mudah oleh pengguna. Hal ini mencakup aspek visual dan penyajian yang memungkinkan pengguna untuk memahami fungsi dan tujuan produk secara cepat tanpa memerlukan penjelasan yang kompleks. Semakin mudah suatu produk dikenali, maka semakin tinggi tingkat keterjangkauannya oleh konsumen.

2) Kemudahan menemukan produk

Indikator ini menilai sejauh mana suatu produk atau layanan dapat ditemukan dengan mudah oleh calon pengguna, baik secara fisik (di lokasi penjualan atau kantor layanan) maupun secara digital (melalui situs web, aplikasi, atau mesin pencari). Produk yang ditata secara strategis, diorganisasi dengan baik, serta

¹⁸ Amalita, R., & Rahma, T. I. F. (2022). Pengaruh Kemudahan, Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Facebook Pada Mahasiswa/I Uinsu Dengan Structural Equation Modeling. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*., 9(2).

terhubung dengan sistem pencarian yang efisien menunjukkan tingkat kemudahan yang tinggi dalam aspek ini.

3) Kemudahan mengumpulkan informasi

Indikator ini mencerminkan kemudahan yang diperoleh pengguna dalam mengakses dan menghimpun informasi yang diperlukan mengenai suatu produk atau layanan. Informasi tersebut mencakup rincian mengenai spesifikasi, harga, prosedur, manfaat, dan risiko yang disampaikan secara jelas, terbuka, dan mudah dijangkau. Semakin lengkap dan mudah diakses informasi tersebut, semakin tinggi tingkat kemudahan yang diberikan kepada pengguna.

2. Kebutuhan Hidup

a. Pengertian Kebutuhan Hidup

Kebutuhan adalah keinginan manusia terhadap barang dan jasa yang harus dipenuhi, dan jika tidak dipenuhi akan berpengaruh terhadap keberlangsungan hidupnya atau bisa menimbulkan dampak negatif.¹⁹ Kebutuhan adalah keinginan manusia terhadap suatu barang dan jasa dalam usahanya untuk mempertahankan kehidupannya dimana pemuasannya dapat bersifat jasmani dan rohani.²⁰

Kebutuhan adalah suatu keadaan dimana merasa kehilangan sesuatu. Seseorang memiliki banyak kebutuhan pada waktu tertentu. Beberapa kebutuhan bersifat biogenis yang muncul dari tekanan

¹⁹ Zainur, Z. (2020). Konsep Dasar Kebutuhan Manusia Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal An-Nahl*, 7(1), 32-43.

²⁰ Nurrofiq. Permasalahan Ekonomi Dalam Kaitannya Dengan Kebutuhan Manusia, Kelangkaan Dan Sistem Ekonomi. aunorofiq46.blogspot.co.id. 12 Maret 2015.

biologis seperti lapar, haus, dan tidak nyaman.²¹ Kebutuhan pokok atau kebutuhan dasar atau *basic human need* dapat dijelaskan sebagai kebutuhan yang sangat penting guna kelangsungan hidup manusia, baik yang terdiri dari kebutuhan atau konsumsi individu (makanan, perumahan, mampu melakukan upaya dalam mempertahankan hidupnya.²²

Kebutuhan dan Maqashid aS-Shariah merupakan sebuah konsep yang berakar dari pemikiran sosio-ekonomi Al-Ghazali. Tema yang menjadi pangkal tolak seluruh karyanya adalah konsep Mashlahah atau kesejahteraan sosial atau utilitas (kebaikan bersama), yakni sebuah konsep yang mencakup semua kativitas manusia dan membuat kaitan erat antara individu dan masyarakat. Al-Ghazali mengidentifikasi semua kebutuhan dan masalah, baik yang berupa masalih (utilitas, manfaat) maupun Mafaashid (disutilitas, kerusakan) dalam meningkatkan kesejahteraan sosial.²³

Kebutuhan dalam Islam telah diberikan pedoman kepada manusia secara menyeluruh, meliputi segala aspek kehidupannya agar menuju tercapainya kebahagiaan dan kestabilan hidup jasmani dan rohani, baik dalam kehidupan individunya maupun dalam kehidupan masyarakatnya secara umum, tujuan Allah Swt. dalam menetapkan

²¹ Rosmanidar, E., Ahsan, M., Al-Hadi, A. A., & Thi Minh Phuong, N. (2022). Is It Fair To Assess the Performance of Islamic Banks Based on the Conventional Bank Platform? *ULUL ALBAB Jurnal Studi Islam*, 23(1), 1–21.

²² Firdiyanti, B. (2016). Strategi bertahan hidup pengrajin gerabah sebagai upaya pemenuhan kebutuhan di desa Kademangan Kecamatan Mojoagung Kabupaten Jombang. *Swara Bhumi*, 1(2).

²³ Moh. Faizal, Studi Pemikiran Imam Al-Ghazali Tenatang Ekonomi Islam, *Jurnal Islamic Banking*, Vol. 1 No. 1, 2015., hlm 54.

batasan kebutuhan adalah untuk masalah individu dan banyak orang. Jadi manusia dilarang memenuhi kebutuhannya secara berlebihan, dalam istilah lain adalah mementingkan kepentingan dari pada masalah.²⁴

b. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kebutuhan Hidup

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kebutuhan hidup manusia diantaranya:²⁵

1) Karena kodrat manusia

Sudah menjadi kodrat bahwa manusia mempunyai sifat yang selalu merasa kekurangan saja dan semakin meningkatnya sarana yang di miliki semakin banyak pula kebutuhan yang di rasakan belum terpenuhi.

2) Faktor alam dan lingkungan

Struktur alam tempat manusia itu berada mendorong manusia itu untuk bertindak atau berbuat menyesuaikan diri dengan alam lingkungannya.

3) Faktor lingkungan masyarakat

Lingkungan masyarakat merupakan faktor dominan. Sebagai penyebab tidak terbatasnya kebutuhan manusia itu. Dalam hal ini sebagai mahluk sosial manusia cenderung ingin menyesuaikan dengan lingkungannya, misalnya orang yang tinggal di lingkungan

²⁴ Melis, Prinsip dan Batasan Konsumsi dalam Islam. Jurnal Islamic Banking, Vol. 1, No. 1, 2015., hlm 16

²⁵ Ibid...hal 134-135

pedesaan tentu berbeda gaya hidup dan kebutuhannya dengan orang yang tinggal didaerah perkotaan.

4) Faktor perdagangan internasional

Akibat dari pesatnya perdagangan luar negeri atau internasional maka semakin banyaknya barang-barang luar negeri yang masuk ke negeri kita sendiri , yang menyebabkan kebutuhan dalam negeri baik kebutuhan Negara maupun kebutuhan masyarakatnya meningkat dengan pesat.

5) Faktor *demonstracy effect*

Sebagai akibat dari lancarnya perdagangan internasional bukan hanya barang saja yang masuk ke dalam negeri namun kebudayaannya pun ikut berperan ke dalamnya. Yang biasa di sebut dengan demonstrasi *effect*.

c. Jenis-jenis kebutuhan hidup

Dalam konteks kemaslahatan, agama memperkenalkan tiga tingkat yaitu: kebutuhan pokok (*primer/dharuriyat*), kebutuhan sekunder/*hajiyat*, kebutuhan tersier/*kamaliyat*, yang merupakan hal-hal penyempurna dan kenyamanan hidup.²⁶

1) Kebutuhan Primer (Maslahat Dharuriyat)

Kebutuhan primer adalah sesuatu yang menjadi pokok (keharusan) kebutuhan manusia untuk menegakkan kemaslahatan mereka. Jika tidak ada, maka rusaklah aturan hidup mereka, tak akan terwujud kemaslahatan dan akan marak kehancuran dan

²⁶ M. Quraish Shihab, *Berbisnis Dengan Allah* (Tangerang: Lentera Hati, 2008), 165-166

kerusakan di antara mereka. Kebutuhan primer bagi manusia, dengan pengertian ini, akan kembali pada lima hal: Agama, Jiwa, Akal, harga diri dan harta benda. Menjaga lima hal ini adalah kebutuhan primer manusia.

2) Kebutuhan Sekunder (*Maslahat Hajiyat*)

Kebutuhan sekunder adalah kebutuhan manusia untuk mempermudah melapangkan, menanggulangi beban yang ditanggung dan kepayahan dalam kehidupan. Bila kebutuhan ini tidak terpenuhi maka aturan hidup manusia tidak rusak dan tidak pula ramai kehancuran di antara mereka, sebagaimana jika kebutuhan primer tidak terpenuhi. Tetapi mereka akan mendapatkan kesusahan dan kesulitan. Kebutuhan sekunder manusia dengan pengertian ini kembali pada hilangnya kesulitan mereka dan keringanan bagi mereka untuk menanggung beban yang dipikulnya, sehingga mudah bagi mereka untuk melakukan berbagai macam pergaulan, tukar menukar dan menempuh jalan kehidupan.

3) Kebutuhan Pelengkap (*Maslahat Tahsiniyat*)

Kebutuhan pelengkap adalah kebutuhan yang dituntut oleh harga diri, norma dan tatanan hidup berperilaku lurus. Jika tidak terpenuhi, maka aturan hidup manusia tidak rusak seperti jika kebutuhan primer tidak terpenuhi. Mereka tidak pula mendapatkan kesulitan seperti jika kebutuhan sekunder tidak terpenuhi. Tetapi kehidupan mereka akan terasing menurut pemikiran yang logis dan

akal yang sehat. Kebutuhan pelengkap bagi manusia dengan pengertian ini kembali pada akhlak yang mulia, tradisi yang baik dan segala tujuan peri kehidupan menurut jalan yang paling baik.

e. Indikator kebutuhan hidup

Indikator kebutuhan hidup ini meliputi:²⁷

1) Situasi darurat medis

Situasi darurat medis merujuk pada kondisi kesehatan yang bersifat akut dan tidak terduga, yang menuntut penanganan segera guna mencegah risiko fatal atau komplikasi serius.

2) Kebutuhan mendadak keluarga

Kebutuhan mendadak keluarga mengacu pada keadaan krisis dalam lingkungan keluarga inti seperti penyakit berat, kecelakaan, atau kematian yang memerlukan kehadiran fisik dan dukungan emosional secara langsung dari individu yang bersangkutan.

3) Kewajiban sosial mendesak

Kewajiban sosial yang mendesak meliputi bentuk tanggung jawab sosial yang tidak dapat ditunda, seperti keharusan menghadiri prosesi pemakaman, penyelesaian perkara hukum yang memerlukan kehadiran segera, atau keterlibatan aktif dalam penanganan kondisi darurat sosial.

²⁷ Azis, N. A., & Sopingi, I. (2024). Tingkat Religiusitas, Kebutuhan Mendesak dan Kemudahan Pembiayaan Pada Keputusan Penggunaan Jasa Rentenir. *JIES: Journal of Islamic Economics Studies*, 5(2), 121-135.

3. Gaya hidup

a. Pengertian Gaya Hidup

Kotler dan Keller mendefinisikan cara hidup seseorang sebagai cara berinteraksi dengan dunia luar, yang diekspresikan melalui minat, aktivitas dan opini. Gaya hidup menunjukkan bagaimana manusia secara keseluruhan berinteraksi dengan lingkungannya. Seluruh pola perilaku dan interaksi seseorang dalam lingkungan disebut gaya hidup.²⁸

Gaya Hidup (*Life Style*) merupakan penerapan pola kehidupan yang dipengaruhi oleh hobi, pekerjaan, keinginan, dan faktor sosial seperti media sosial. Hanya dengan melihat dan mengamati akan menimbulkan rasa keinginan yang tinggi dan juga rasa gengsi yang membuat konsumen tak perlu berpikir panjang akan keputusannya.²⁹

Gaya hidup atau *lifestyle* adalah pola yang menggambarkan perilaku seseorang yaitu bagaimana ia hidup, menggunakan waktunya, dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya.³⁰ Gaya hidup secara luas sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas) apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan) dan apa yang mereka

²⁸ Kotler dan Keller, Manajemen Pemasaran, Edisi 12 (Jakarta: Erlangga, 2012), h.192

²⁹ Arsita, N. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Dan Trend Fashion Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Fashion Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmu Manajemen Saburai (JIMS)*, 7(2), 125-131.

³⁰ Ujang Sumarwan, Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya, ed.2 (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 45

pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia sekitarnya (pendapat).³¹

Gaya hidup pada dasarnya merupakan suatu perilaku yang mencerminkan masalah apa yang sebenarnya yang ada di dalam alam pelanggan yang cenderung berbaur dengan berbagai hal yang terkait dengan masalah emosi dan psikologis konsumen.³²

Berdasarkan definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa gaya hidup adalah suatu konsep yang menggambarkan perilaku kehidupan seseorang yang dipengaruhi oleh beberapa faktor dan diekspresikan dengan bagaimana orang tersebut menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia sekitarnya (pendapat).

b. Gaya Hidup dalam Islam

Islam merupakan al-Din yang bermaksud Islam sebagai satu cara hidup. Gaya hidup Islam merujuk kepada gaya hidup yang selaras dengan ajaran Islam. Islam bukan setakat keimanan dalam hati, tetapi juga perlu kepada amalan dan ditampilkan dengan akhlak dan peribadi yang mulia.³³

Dalam pandangan Islam gaya hidup dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu gaya hidup Islami dan gaya hidup Jahili. Gaya hidup

³¹ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen* (Jakarta:PT. Kencana Prenanda Media, 2003)

³² Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen* (Jakarta:PT. Kencana Prenanda Media ed. 3, 2019) hal. 46

³³ Yusof, SM, Hamed, AB, Tahir, RM, & Othman, A. (2018). Pengusaha wanita Muslim yang sukses: praktik gaya hidup Islam. *Jurnal Internasional Bisnis Islam*, 3(1), 1-18.

Islami mempunyai landasan yang mutlak dan kuat, yaitu Tauhid. Adapun gaya hidup Jahili, landasannya bersifat relatif dan rapuh, yaitu syirik, inilah gaya hidup orang kafir. Setiap muslim sudah menjadi keharusan baginya untuk memilih gaya hidup Islami dalam menjalani hidup di kehidupannya.³⁴

Gaya hidup yang telah diajarkan oleh Nabi Muhammad SAW kepada umatnya ialah agar memenuhi kebutuhannya dengan pola hidup yang sederhana, tidak boros dan bermwah-mewahan.

c. Jenis-Jenis Gaya Hidup

Menurut Mowen dan Minor, Terdapat sembilan jenis gaya hidup yaitu sebagai berikut :³⁵

- 1) *Functionalist* yaitu Menghabiskan uang untuk hal-hal yang penting. Pendidikan rata-rata, pendapatan rata-rata, kebanyakan pekerja kasar (buruh). Berusia kurang dari 55 tahun dan telah menikah serta memiliki anak.
- 2) *Nurturers* yaitu muda dan berpendapatan rendah. Mereka berfokus pada membesarkan anak, baru membangun rumahtangga dan nilai-nilai keluarga. Pendidikan diatas rata-rata.
- 3) *Aspirers* yaitu berfokus pada menikmati gaya hidup tinggi dengan membelanjakan sejumlah uang di atas rata-rata untuk barang-barang berstatus, khususnya tempat tinggal. Memiliki karakteristik

³⁴ Naqiah, Z., Itang, I., & Sunardi, D. (2019). Perspektif Islam Tentang Pengaruh Kepribadian Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen. *Tazkiyya: Jurnal Keislaman, Kemasyarakatan dan Kebudayaan*, 20(02), 181-194.

³⁵ Ujang Sumarwan, Perilaku Konsumen, (Bogor: PT Ghalia Indonesia, 2011), 45.

Yuppie klasik. Pendidikan tinggi, pekerja kantor, menikah tanpa anak.

- 4) *Experientials* yaitu Membelanjakan jumlah di atas rata-rata terhadap barangbarang hiburan, hobi, dan kesenangan (*convenience*). Pendidikan rata-rata, tetapi pendapatannya diatas rata-rata karena mereka adalah pekerja kantor.
- 5) *Succeeders* yaitu rumah tangga yang mapan. Berusia setengah baya dan berpendidikan tinggi. Pendapatan tertinggi dari kesembilan kelompok. Menghabiskan banyak waktu pada pendidikan dan kemajuan diri. Menghabiskan uang di atas rata-rata untuk hal-hal yang berhubungan dengan pekerjaan.
- 6) *Moral majority* yaitu pengeluaran yang besar untuk organisasi pendidikan, masalah politik dan gereja. Berada pada tahap emptynest. Pendapatan tertinggi kedua. Pencari nafkah tunggal.
- 7) *The golden years* yaitu kebanyakan adalah para pensiunan, tetapi pendapatannya tertinggi ketiga. Melakukan pembelian tempat tinggal kedua. Melakukan pengeluaran yang besar pada produk-produk padat modal dan hiburan.
- 8) *Sustainers* yaitu kelompok orang dewasa dan tertua. Sudah pensiun. Tingkat pendapatan terbesar dibelanjakan untuk kebutuhan sehari-hari dan alkohol. Pendidikan rendah, pendapatan terendah kedua.
- 9) *Subsisters* yaitu tingkat sosial ekonomi rendah. Persentase kehidupan pada kesejahteraan di atas rata-rata. Kebanyakan

merupakan keluarga-keluarga dengan pencari nafkah dan orang tua tunggal jumlahnya di atas rata-rata kelompok minoritas.

d. Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup

Menurut Amstrong, ada beberapa faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang antara lain: ³⁶

1) Sikap

Sikap berarti suatu keadaan pikiran yang akan dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek yang akan diorganisasi melalui pengalaman ataupun mempengaruhi secara langsung pada perilaku seseorang.

2) Pengalaman atau pengamatan

Pengalaman dapat mempengaruhi sosial dalam tingkah laku. Pengalaman dapat diperoleh dari masa lalu melalui tindakan yang pernah dilakukan di masa lalu dan dapat dipelajari, melalui belajar orang akan dapat memperoleh pengalaman.

3) Kepribadian

Kepribadian adalah konfigurasi karakteristik individu dan cara berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu.

4) Konsep diri

Konsep diri sudah menjadi pendekatan yang dikenal sangat luas untuk menggambarkan hubungan antara konsep diri konsumen

³⁶ Mandey, Silvy L, "Pengaruh faktor gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen" (Jurnal Vol. 6)

dengan image merek yang bagaimana individu memandang dirinya akan mempengaruhi minat terhadap suatu objek.

- 5) Motif Perilaku individu muncul karena adanya motif kebutuhan untuk merasa aman dan kebutuhan terhadap prestise merupakan contoh tentang motif. Jika motif seseorang terhadap kebutuhan akan prestise itu besar maka akan membentuk gaya hidup yang cenderung mengarah kepada gaya hidup hedonis.

6) Persepsi

Persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu gambar yang berarti.

e. Indikator Gaya Hidup

Indikator gaya hidup dalam penilitan ini menggunakan indikator menurut Kotler yaitu aktivitas, minat, dan opini.³⁷

- 1) Aktivitas, yaitu suatu cara bagaimana seseorang menghabiskan waktu dan uangnya untuk pekerjaan yang disukai atau hobi yang sering dilakukan.
- 2) Minat, yaitu sesuatu yang membuat seseorang tertarik. Bisa pada makanan, fashion, teknologi, rekreasi, dan sebagainya.
- 3) Opini, yaitu pandangan terhadap diri sendiri dan orang lain.

³⁷ Philip Kotler, Manajemen Pemasaran: Edisi Milenium (Jakarta: Prenhalindo, 2002)

4. Keputusan Penggunaan

a. Pengertian Keputusan

Keputusan merupakan suatu pemecahan masalah sebagai suatu hukum situasi yang dilakukan melalui pemilihan satu alternatif dari beberapa alternatif.³⁸ Pengambilan keputusan merupakan salah satu bentuk perbuatan berpikir dan hasil dari suatu perbuatan disebut keputusan.³⁹

Menurut Peter dan Olson keputusan penggunaan yaitu suatu proses integrasi yang digunakan untuk mengombinasikan pengetahuan dan mengevaluasi dua atau lebih alternatif dan memilih satu diantaranya. Hasil proses integrasi tersebut adalah suatu pilihan secara kognitif yang menunjukkan intensi perilaku. Intensi perilaku sendiri adalah suatu rencana untuk menjalankan satu perilaku atau lebih.⁴⁰

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa keputusan adalah hasil dari proses berpikir yang bertujuan menyelesaikan masalah dengan memilih satu opsi terbaik di antara beberapa kemungkinan.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi dalam pengambilan keputusan, diantaranya:⁴¹

³⁸ Syaekhu, A. (2021). *Teori pengambilan keputusan*. Zahir Publishing.

³⁹ Usdeldi, Nasir, M. R., & Ahsan, M. (2021). Meta Synthesis of GCG, SSB, and CSR On Islamic banking, performance and financial innovations. *Iqtishadia*, 14(1), 1–25.

⁴⁰ Peter, P. J., & Olson, J. C. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Buku 1 Edisi 9. Salemba Empat. Jakarta.

⁴¹ Etta Mamang Sangadji, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (Yogyakarta: CV. ANDI OOFSET, 2013), hlm. 24.

1) Faktor Psikologis

Faktor psikologis ini terdiri dari persepsi, motivasi dan keterlibatan, pengetahuan, sikap, pembelajaran, kelompok usia, dan kepribadian.

2) Faktor Situasional

Faktor situasional mencakup keadaan sarana dan prasarana tempat, waktu dan kondisi saat pembelian. Kondisi saat pembelian produk adalah sehat, senang, sedih, kecewa, atau sakit hati. Kondisi konsumen saat melakukan pembelian akan sangat mempengaruhi pembuatan keputusan konsumen.

3) Faktor sosial

Faktor sosial mencakup undang/undang peraturan, keluarga, kelompok referensi, kelas sosial, dan budaya.

c. Proses Pengambilan Keputusan

Proses pengambilan keputusan adalah suatu usaha yang rasional dari administrator untuk mencapai tujuan-tujuan yang telah ditetapkan pada bagian awal dari fungsi perencanaan. Prosesnya mulai dan berakhir dengan pertimbangan.⁴² Urutan-urutan langkah-langkahnya yaitu sebagai berikut:⁴³

1) Penentuan masalah

Penentuan masalah merupakan tahap awal dalam proses pengambilan keputusan yang berfungsi untuk mengidentifikasi

⁴² Anwar, H. (2014). Proses pengambilan keputusan untuk mengembangkan mutu madrasah. *Nadwa: Jurnal Pendidikan Islam*, 8(1), 37-56.

⁴³ Sutisna Oteng, *Administrasi Pendidikan Dasar Teoretis untuk Praktek Profesional*, (Bandung: Angkasa, 1993), hlm. 153

kesenjangan antara kondisi aktual dengan kondisi yang diharapkan. Pada tahap ini, fokus diarahkan untuk merumuskan masalah secara jelas, spesifik, dan dapat diukur, sehingga dapat menjadi dasar bagi analisis dan pemecahan yang efektif. Dalam konteks manajerial, definisi masalah yang tepat sangat krusial karena akan menentukan arah dan relevansi dari solusi yang dikembangkan.

2) Analisa situasi yang ada

Tahap ini melibatkan pengumpulan dan evaluasi data yang relevan guna memahami latar belakang, konteks, dan faktor-faktor yang mempengaruhi permasalahan. Analisis situasi bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (analisis SWOT), serta menilai kondisi internal dan eksternal yang dapat memengaruhi proses pengambilan keputusan. Informasi yang diperoleh pada tahap ini akan menjadi dasar dalam penyusunan alternatif solusi.

3) pengembangan alternatif-alternatif

Setelah masalah terdefinisi dengan baik dan situasi dianalisis, langkah selanjutnya adalah merancang berbagai alternatif solusi yang mungkin. Tahap ini menuntut adanya kreativitas dan pendekatan sistematis untuk menghasilkan sejumlah opsi tindakan yang layak. Alternatif yang dikembangkan sebaiknya mencerminkan variasi pendekatan terhadap penyelesaian masalah, serta mempertimbangkan keterbatasan sumber daya dan kendala yang ada.

4) Analisa alternatif-alternatif

Pada tahap ini, setiap alternatif dievaluasi berdasarkan kriteria-kriteria tertentu, seperti efektivitas, efisiensi, dampak jangka panjang, biaya, risiko, dan kelayakan implementasi. Analisis dapat dilakukan secara kualitatif maupun kuantitatif, bergantung pada kompleksitas permasalahan dan jenis data yang tersedia. Tujuan dari tahap ini adalah untuk mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan dari masing-masing alternatif guna memfasilitasi proses pengambilan keputusan yang rasional.

5) Pilihan alternatif yang baik

Tahap akhir dalam proses pengambilan keputusan adalah memilih alternatif yang dianggap paling optimal berdasarkan hasil analisis sebelumnya. Alternatif terbaik adalah yang memberikan manfaat terbesar dengan risiko dan biaya yang paling terkendali. Keputusan yang diambil kemudian dijadikan dasar untuk perumusan rencana aksi, pelaksanaan, serta evaluasi hasil implementasi.

d. Indikator Keputusan Penggunaan

Menurut Kotler keputusan menggunakan dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator yaitu:⁴⁴

Kemantapan pada sebuah produk atau jasa

1) Kemantapan pada sebuah produk atau jasa

Kemantapan mencerminkan tingkat keyakinan dan kepercayaan konsumen terhadap kualitas dan kinerja suatu produk atau jasa.

⁴⁴ Buku Kotler, P., & Armstrong, G. Y. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Buku Terbitan Erlangga.

Konsumen yang telah mencapai tingkat kemantapan cenderung memiliki persepsi positif yang stabil, yang terbentuk melalui pengalaman penggunaan yang konsisten dan memuaskan. Dalam konteks perilaku konsumen, kemantapan ini berperan sebagai fondasi awal terbentuknya loyalitas, karena mencerminkan kesesuaian antara ekspektasi dan kenyataan yang diterima konsumen.

2) Kebiasaan dalam menggunakan produk atau jasa

Kebiasaan penggunaan merupakan perilaku berulang yang dilakukan oleh konsumen secara otomatis dan terinternalisasi sebagai bagian dari rutinitas. Dalam literatur perilaku konsumen, kebiasaan dianggap sebagai indikator kuat dari loyalitas afektif dan kognitif, di mana keputusan pembelian tidak lagi didasarkan pada pertimbangan rasional semata, melainkan pada keterikatan emosional dan kenyamanan psikologis yang diperoleh dari pengalaman penggunaan sebelumnya.

3) Memberikan rekomendasi kepada orang lain

Rekomendasi konsumen kepada pihak ketiga mencerminkan bentuk loyalitas tingkat lanjut, yang dikenal sebagai advokasi konsumen. Ketika konsumen secara sukarela merekomendasikan suatu produk atau jasa, hal tersebut mengindikasikan kepuasan yang tinggi serta kepercayaan yang kuat terhadap merek. Dalam konteks pemasaran, perilaku ini memiliki nilai strategis karena

mampu meningkatkan akuisisi pelanggan baru melalui mekanisme *word-of-mouth* yang kredibel dan berbiaya rendah.

4) Melakukan penggunaan ulang

Penggunaan ulang (*repurchase behavior*) merujuk pada keputusan konsumen untuk kembali membeli atau menggunakan produk atau jasa yang sama dalam periode waktu tertentu. Perilaku ini menjadi indikator utama dari loyalitas perilaku (*behavioral loyalty*), yang memperlihatkan adanya keterikatan jangka panjang antara konsumen dan merek. Faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan ulang antara lain kepuasan sebelumnya, persepsi kualitas, nilai guna, serta kepercayaan terhadap merek.

5. Rentenir

a. Pengertian Rentenir

Rentenir secara harafiah berasal dari kata Rente yang artinya renten, bunga uang. Kata ini tidak jauh berbeda dengan makna Riba yang secara bahasa berarti *Ziyadah* (tambahan) baik dalam transaksi jual beli maupun pinjam meminjam. Institusi yang memperoleh profit melalui penarikan bunga disebut sebagai lembaga rente, seperti Bank, koperasi dan lembaga perkreditan lainnya. Sedangkan individu yang memperoleh provit melalui penarikan bunga disebut dengan rentenir.⁴⁵

⁴⁵ Sibero, I. K. (2015). *Rentenir (Analisis Terhadap Fungsi Pinjaman Berbunga Dalam Masyarakat Rokan Hilir Kecamatan Bagan Sinembah Desa Bagan Batu)* (Doctoral dissertation, Riau University).

Perkembangan praktik pinjam meminjam semakin banyak dilakukan oleh masyarakat seperti pinjam meminjam kepada rentenir. Menurut ekonomi islam bahwa melakukan kredit dengan instrument utamanya adalah bunga jelas di haramkan. Karena bunga memiliki pengertian yang sama dengan riba.⁴⁶

Menurut Sayyid Sabiq, kata riba berarti *al-ziyadah* (tambahan). Tambahan dimaksud adalah tambahan atas modal, baik tambahan itu sedikit ataupun banyak.⁴⁷ Pengertian “riba” menurut istilah *syara'* (agama) adalah tambahan yang disyaratkan kepada seseorang dalam suatu transaksi jual beli, utang piutang dari semua jenis barang, baik berupa perhiasan, makanan, tumbuh-tumbuhan dan buah-buahan, maupun benda-benda tertentu yang bisa dipertukarkan dengan cara tertentu.⁴⁸

Mengenai riba telah dijelaskan dalam Al-Qur'an yaitu pada surat Ar-Ruum ayat 39 yaitu:

وَمَا آتَيْتُمْ مِنْ رَبًّا لِيَرْبُوَ فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرْبُوا عِنْدَ اللَّهِ وَمَا آتَيْتُمْ مِنْ زَكَاةٍ تُرِيدُونَ
وَجْهَ اللَّهِ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُضْغَفُونَ

Tafsir dari ayat terseut yaitu melalui ayat ini Allah memperingatkan para pemakan riba dan orang yang menyembunyikan tujuan buruk di balik bantuannya. Dan sesuatu riba yang kamu berikan kepada orang yang terbiasa memakan riba agar harta manusia yang

⁴⁶ Alawiyah, I. T. (2020). Praktik rentenirisasi perspektf ekonomi syariah dan sosiologi (studi di kecamatan pungur lampung tengah). *I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics*, 6(1), 85-105.

⁴⁷ Sayyid Sabiq, *Fiqh al-Sunnah*, Jilid II (Beirut: Dar al-Fikr, 1971), h. 231.

⁴⁸ Muhammad Rifai, et al., *Terjemah Kifayat al-Akhyar* (Semarang: Toha Putra, 1978), h. 187.

diberi itu semakin bertambah, maka sesungguhnya harta tersebut tidak bertambah dalam pandangan Allah dan tidak pula diberkahi. Dan apa yang kamu berikan kepada orang lain berupa zakat, infak, dan sedekah yang kamu maksudkan untuk memperoleh keridaan Allah, maka itulah orang-orang yang melipatgandakan pahalanya dengan cara yang benar dan bermartabat.⁴⁹

b. Jenis Riba

Secara garis besar, riba dikelompokkan menjadi dua. Masing-masing adalah riba utang-piutang dan riba jual beli. Kelompok pertama terbagi lagi menjadi *riba Qardh* dan *riba jahiliyyah*. Adapun kelompok kedua, riba jual beli, terbagi menjadi *riba fahl* dan *riba nasi'ah*.⁵⁰

1) Riba Qardh

Suatu manfaat atau tingkat kelebihan tertentu yang disyaratkan terhadap yang berutang (*muqtaridh*). Jadi, riba *qardh* adalah riba yang muncul akibat adanya tambahan atas pokok pinjaman yang disyaratkan di awal oleh pihak kreditur.

2) Riba Jahiliyyah

Utang dibayar lebih dari pokoknya karena si peminjam tidak mampu membayar utangnya pada waktu yang ditetapkan. Riba *jahiliyyah* dilarang karena terjadi pelanggaran kaidah “*Kullu Qardin Jarra Manfa'atan Fahuwa Riba*” (setiap pinjaman yang mengambil manfaat adalah riba). Memberi pinjaman adalah transaksi kebaikan (*tabarru'*), sedangkan meminta kompensasi

⁴⁹ Qur'an Kemenag <https://quran.kemenag.go.id/> Surah Ar-Ruum ayat 39

⁵⁰ Antonio, M. S. I. (2001). *Bank Syariah: dari teori ke praktik*. Gema Insani.

adalah transaksi bisnis (*tijarah*). Sehingga transaksi yang dari semula diniatkan sebagai transaksi kebaikan tidak boleh diubah menjadi transaksi yang bermotif bisnis.

3) Riba *Nasi'ah*

Riba *nasi'ah* disebut juga dengan riba duyun yaitu riba yang timbul akibat utang-piutang yang tidak memenuhi kriteria untung muncul bersama resiko (*al-ghunmu bil ghurmi*) dan hasil usaha muncul bersama biaya (*al-kharaj bi dhaman*).

Nasi'ah adalah penangguhan penyerahan atau penerimaan jenis barang ribawi lainnya. Riba dalam *nasi'ah* muncul karena adanya perbedaan, perubahan, atau tambahan antara yang diserahkan saat ini dan yang diserahkan kemudian. Jadi, riba nasiah timbul akibat adanya penangguhan penerimaan barang karena pembayarannya dilakukan secara kredit.

4) Riba *Fadhl*

Pertukaran antara barang sejenis dengan kadar atau takaran yang berbeda, sedangkan barang yang dipertukarkan itu termasuk dalam jenis barang ribawi. Misalnya pertukaran beras, 20kg beras kualitas bagus ditukar dengan 30kg beras kualitas menengah.

B. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Surya Irma Hayati pada tahun 2023 yang berjudul Pengaruh Pendidikan, Pendapatan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Warga Menggunakan Jasa Rentenir (Studi Pada Masyarakat Kelurahan Randuharjo Jawa Timur). Berdasarkan hasil analisis

regresi linier berganda, dapat disimpulkan secara simultan, ketiga variabel tersebut juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan warga dalam menggunakan jasa rentenir di Desa Randuharjo.⁵¹ Persamaan dari penelitian ini dan penelitian penulis adalah sama-sama menggunakan keputusan menggunakan jasa rentenir sebagai variable dependen dan kemudahan sebagai variable independen. Sedangkan perbedaannya terletak pada penambahan variabel independen dalam penelitian ini adalah Pendidikan dan pendapatan sedangkan penelitian yang akan dilakukan penulis variabel independen nya adalah kebutuhan hidup dan gaya hidup. Selain itu terdapat perbedaan lainnya yaitu terletak pada objek penelitian, lokasi, Penelitian ini dilakukan Pada Masyarakat Kelurahan Randuharjo Jawa Timur sedangkan penulis melakukan penelitian pada masyarakat muslim Desa Singaparna.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nilta Lutfiyani pada tahun 2023 yang berjudul Pengaruh Keamanan, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Menggunakan *Mobile banking* (Studi kasus nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Kudus). Berdasarkan hasil penelitian Keputusan penggunaan *mobile banking* dipengaruhi secara positif dan simultan oleh faktor keamanan, persepsi kemudahan penggunaan, dan gaya hidup. Persamaan dari penelitian ini dan penelitian penulis adalah sama-sama menggunakan kemudahan dan gaya hidup sebagai variabel independent. Sedangkan perbedaannya terletak pada penambahan variabel independent dalam penelitian ini adalah keamanan sedangkan penelitian yang akan dilakukan

⁵¹ Surya Irma, H. (2023). Pengaruh Pendidikan, Pendapatan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Warga Menggunakan Jasa Rentenir (Studi Pada Masyarakat Kelurahan Randuharjo Jawa Timur) (Doctoral Dissertation, UIN Prof. KH Saifuddin Zuhri).

penulis variable independent nya adalah kebutuhan hidup. Selain itu terdapat perbedaan pada variabel dependen yang digunakan yaitu keputusan menggunakan *Mobile banking* sedangkan variabel dependen yang akan penulis lakukan yaitu keputusan menggunakan jasa rentenir.⁵²

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Indriyani Angelina Putri pada tahun 2023 yang berjudul Analisis Perilaku Keputusan Permodalan Pedagang Di Pasar Tradisional Dalam Menggunakan Jasa Rentenir (Studi Kasus Di Pasar Kutawis, Kecamatan Bukateja, Kabupaten Purbalingga). Berdasarkan hasil penelitian Pedagang Pasar Kutawis cenderung memilih rentenir karena proses pinjamannya cepat, mudah, tanpa jaminan, dan cukup dengan kesepakatan lisan. Meski praktis, bunga tinggi hingga 20% membuat mereka terbebani, namun prosedur lembaga keuangan dianggap terlalu rumit dan lambat. Pedagang Pasar Kutawis memilih rentenir karena faktor kedekatan, kemudahan, minimnya pengetahuan tentang lembaga keuangan, serta pengaruh lingkungan dan emosional yang kuat.⁵³ Persamaan dari penelitian ini dan penelitian penulis adalah menggunakan variabel dependen yang sama yaitu keputusan menggunakan jasa rentenir. Sedangkan perbedaannya terletak pada metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif sedangkan metode penelitian yang akan digunakan penulis yaitu metode kuantitatif. Selain itu terdapat perbedaan lainnya yaitu terletak pada objek penelitian, lokasi, Penelitian ini dilakukan Di Pasar Kutawis, Kecamatan

⁵² Lutfiani, N. 2023. Pengaruh Keamanan, Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Menggunakan Mobile Banking.

⁵³ Putri, A. I. (2023). Analisis perilaku keputusan permodalan pedagang di pasar tradisional dalam menggunakan jasa rentenir

Bukateja, Kabupaten Purbalingga sedangkan penulis melakukan penelitian pada masyarakat muslim Desa Singaparna.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ni Putu Novi Anggraeni Gede Sri Drama pada tahun 2023 yang berjudul Pengaruh Kemudahan, Risiko, Gaya Hidup, dan Kepercayaan Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater di Indonesia. Berdasarkan penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup, kemudahan penggunaan, dan risiko semuanya berpengaruh positif dan besar terhadap kepercayaan, yang pada akhirnya berdampak baik dan signifikan terhadap perilaku konsumen. Persamaan dari penelitian ini dan penelitian penulis adalah menggunakan kemudahan dan gaya hidup sebagai variabel independent. Selain itu metode yang digunakan pada penelitian juga menggunakan metode penelitian kuantitatif. Perbedaannya terletak pada variabel dependen yang digunakan adalah perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater di Indonesia sedangkan penulis menggunakan keputusan masyarakat muslim menggunakan jasa rentenir.⁵⁴

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ratna Saputri pada tahun 2023 yang berjudul pengaruh literasi keuangan syariah, tingkat pendapatan, gaya hidup dan kebutuhan modal terhadap keputusan berutang pedagang kepada rentenir. Berdasarkan penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Literasi Keuangan Syariah, Tingkat Pendapatan secara parsial berpengaruh signifikan dan negatif terhadap Keputusan Berutang Pedagang kepada Rentenir. Sedangkan variabel Gaya Hidup dan Kebutuhan Modal secara parsial

⁵⁴ Anggraeni, N. P. N., & Darma, G. S. (2023). Pengaruh Kemudahan, Risiko, Gaya Hidup, dan Kepercayaan Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater di Indonesia. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan)*, 7(2), 625-639.

berpengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan Berutang Pedagang kepada Rentenir.⁵⁵ Persamaan dari penelitian ini dan penelitian penulis adalah menggunakan gaya hidup sebagai variabel independent dan menggunakan keputusan menggunakan rentenir sebagai variabel dependen. Sedangkan perbedaannya terletak pada penambahan variabel independent dalam penelitian ini adalah pendapatan dan kebutuhan modal sedangkan penelitian yang akan dilakukan penulis variabel independent nya adalah kebutuhan hidup dan kemudahan.

C. Kerangka Pemikiran

Keputusan merupakan akhir dari proses berfikir dimana semua masalah yang ada berhasil terjawab sehingga dapat mengatasi masalah yang ada dengan menjatuhkan pilihan. Keputusan berarti suatu pemilihan atas tindakan yang diambil. Pada saat pengambilan keputusan seseorang harus melewati proses yang harus dilalui. Sedangkan pengambilan keputusan dari konsumen adalah suatu proses menyatukan beragam wawasan yang nantinya sebagai bahan evaluasi dari pilihan yang diambil.⁵⁶

Dalam memutuskan untuk mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk atau jasa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhinya. Salah satu faktor yang mempengaruhi faktor keputusan penggunaan adalah kemudahan akses. Kemudahan akses ialah ketika seorang individu akan merasakan bahwa mereka tidak perlu melakukan usaha yang keras saat menggunakan suatu

⁵⁵ Saputri, r. (2023). Pengaruh literasi keuangan syariah, tingkat pendapatan, gaya hidup dan kebutuhan modal terhadap keputusan berutang pedagang.

⁵⁶ Rahmawati, S., & Arfiansyah, M. A. (2023). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan qris pada umkm kota surakarta. *MBIA*, 22(3), 435-449.

sistem dengan kata lain sistem tersebut mudah dioperasikan.⁵⁷ Dalam hal ini kemudahan akses memiliki pengaruh sebelum pengguna memutuskan untuk menggunakan suatu jasa tersebut. Kemudahan ini menjadi bahan pertimbangan ketika jasa tersebut memiliki kemudahan dalam akses dan pembiayaan maka pengguna cenderung memilih jasa tersebut.

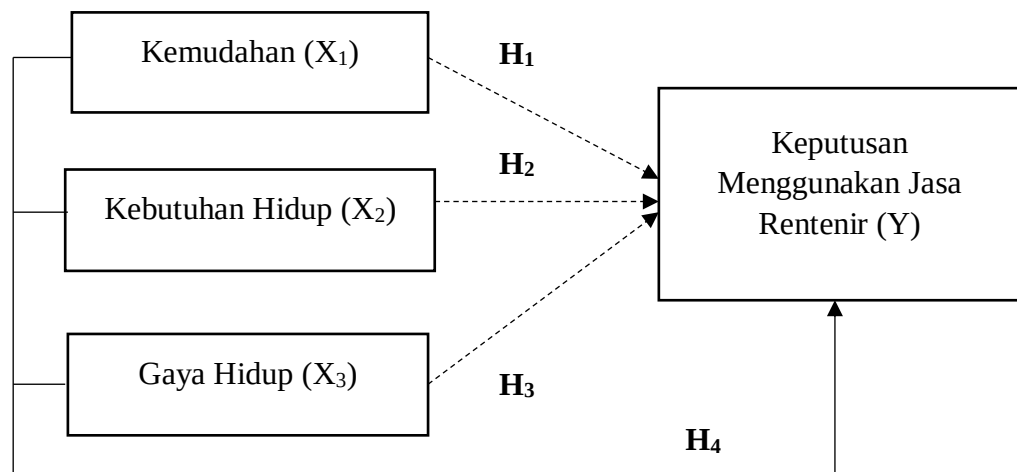
Kebutuhan hidup merupakan situasi yang menuntut individu atau rumah tangga untuk memenuhi kebutuhan tertentu yang bersifat penting dan tidak dapat diabaikan, seperti kebutuhan darurat medis, kebutuhan mendadak keluarga, atau kewajiban sosial. Kebutuhan ini sering kali mendorong seseorang untuk mengambil keputusan secara cepat dan praktis, meskipun pilihan tersebut tidak sepenuhnya rasional atau menguntungkan dalam jangka panjang. Salah satu bentuk respons terhadap kebutuhan hidup adalah dengan mencari akses pembiayaan cepat, seperti meminjam kepada rentenir.

Kemudian faktor lain yang mempengaruhi keputusan penggunaan adalah gaya hidup. Gaya hidup merupakan pola yang menggambarkan perilaku seseorang yaitu bagaimana ia hidup, menggunakan waktunya, dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya.⁵⁸ Gaya hidup menjadi salah satu faktor psikografis yang berpengaruh terhadap perilaku individu dalam membuat keputusan ekonomi. Gaya hidup yang tinggi tidak hanya memengaruhi pola konsumsi, tetapi juga meningkatkan kecenderungan untuk mengambil risiko demi mempertahankan standar hidup tertentu.

⁵⁷ Nugroho, I. A., & Laily, N. (2022). Pengaruh promosi dan kemudahan akses terhadap keputusan pembelian e-commerce Shopee dengan minat beli sebagai variabel intervening (studi pada mahasiswa STIESIA Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*.

⁵⁸ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya*, ed.2 (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 45

Berdasarkan pemaparan teori di atas terdapat hubungan antara variable kemudahan (X_1), Kebutuhan Hidup (X_2), dan Gaya Hidup (X_3) terhadap keputusan penggunaan (Y). Maka dapat digambarkan model kerangka dalam penelitian ini sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

Keterangan:

- H_1 : Pengaruh X_1 secara parsial terhadap Y
- H_2 : Pengaruh X_2 secara parsial terhadap Y
- H_3 : Pengaruh X_3 secara parsial terhadap Y
- H_4 : Pengaruh X_4 secara parsial terhadap Y

D. Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan yang tepat dan dapat diuji tentang apa yang diprediksi atau dugaan sementara oleh peneliti sebagai hasil penelitian yang akan dibuktikan.⁵⁹ Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka peneliti merumuskan hipotesis pada penelitian ini adalah:

⁵⁹ Simanullang, R. H., & Tambunan, D. M. (2023). Pengantar Metodologi Penelitian.

1. Hipotesis 1

H_{01} : Kemudahan (X_1) tidak berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan jasa rentenir (Y).

H_{a1} : Kemudahan (X_1) berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan jasa rentenir (Y).

2. Hipotesis 2

H_{02} : Kebutuhan Hidup (X_2) tidak berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan jasa rentenir (Y).

H_{a2} : Kebutuhan Hidup (X_2) berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan jasa rentenir (Y).

3. Hipotesis 3

H_{03} : Gaya Hidup (X_3) tidak berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan jasa rentenir (Y).

H_{a3} : Gaya Hidup (X_3) berpengaruh positif terhadap keputusan menggunakan jasa rentenir (Y).

4. Hipotesis 4

H_{04} : Pengaruh Kemudahan (X_1), Kebutuhan Hidup (X_2), dan Gaya Hidup (X_3) secara simultan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Rentenir (Y).

H_{a4} : Pengaruh Kemudahan (X_1), Kebutuhan Hidup (X_2), dan Gaya Hidup (X_3) secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Rentenir (Y).