

Pengaruh Pendapatan, Harga, dan Gaya Hidup terhadap Minat Beli Emas sebagai Investasi di Kabupaten Dharmasraya

Viona Safitri Tambunan¹, Mery Trianita²

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

Email: vionasafitri2011@gmail.com¹, merytrianita@bunghatta.ac.id²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pendapatan, harga, dan gaya hidup terhadap minat beli emas sebagai investasi di Kabupaten Dharmasraya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang berada di Dharmasraya, yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Untuk menentukan jumlah sampel nya dengan menggunakan rumus cochrane. Teknik pengambilan sampelnya menggunakan purposive sampling. Pengambilan sampel sebanyak 100 responden. Hasil data didapatkan dengan melakukan penyebaran kuesioner yang memenuhi kriteria tertentu. Data dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS 20, dengan uji validitas, reliabilitas, analisis deskriptif, regresi linear berganda, serta uji simultan (F) uji parsial (t) dan determinan (R^2). Hasil analisis menunjukkan bahwa secara simultan maupun parsial, variabel pendapatan, harga, dan gaya hidup tidak berpengaruh terhadap minat beli emas sebagai investasi.

Kata Kunci: Pendapatan, Harga, Gaya Hidup, Minat Beli, Investasi Emas, Kabupaten Dharmasraya

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of income, price, and lifestyle on the interest in buying gold as an investment in Dharmasraya Regency. This study uses a quantitative approach. The population in this study is the community in Dharmasraya, whose exact number is unknown. To determine the sample size using the Cochran formula. The sampling technique used purposive sampling. A sample of 100 respondents was taken. The data results were obtained by distributing questionnaires that met certain criteria. Data were analyzed using SPSS 20 software, with validity tests, reliability tests, descriptive analysis, multiple linear regression, and simultaneous tests (F), partial tests (t), and determinants (R^2). The results of the analysis show that the variables of income, price, and lifestyle do not affect the interest in buying gold as an investment, either simultaneously or partially.

Keywords: Income, Price, Lifestyle, Purchase Interest, Gold Investment, Dharmasraya Regency

PENDAHULUAN

Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya perencanaan keuangan jangka panjang, minat terhadap investasi juga mengalami peningkatan dalam beberapa tahun terakhir. Salah satu instrumen yang banyak diminati adalah emas, karena dianggap sebagai aset yang aman, tahan terhadap inflasi, serta mudah dicairkan. Data World Gold Council tahun 2023 menunjukkan bahwa permintaan emas untuk investasi terus bertumbuh di negara berkembang, termasuk Indonesia. Fenomena ini menjadikan emas tidak hanya dipandang sebagai perhiasan, tetapi juga sebagai aset finansial yang menjanjikan di masa depan. Harga emas di Indonesia selama periode 2020–2024 cenderung meningkat meskipun berfluktuasi akibat dinamika ekonomi global, inflasi, dan pelemahan nilai tukar rupiah. Kondisi ini memperkuat persepsi masyarakat bahwa emas adalah instrumen investasi yang relatif stabil. Namun, keputusan seseorang untuk membeli emas sebagai investasi tidak terlepas dari berbagai faktor, di antaranya pendapatan, harga, dan gaya hidup. Pendapatan memengaruhi daya beli masyarakat, harga menjadi pertimbangan penting dalam menentukan keputusan investasi, sementara gaya hidup mencerminkan pola pengelolaan keuangan serta kecenderungan individu dalam merencanakan masa depan.

Kabupaten Dharmasraya dipilih sebagai lokasi penelitian karena masih terbatasnya studi yang menyoroti perilaku investasi masyarakat setempat, khususnya dalam investasi emas. Survei awal yang dilakukan pada 30 responden menunjukkan bahwa minat beli emas di daerah ini berada pada kategori cukup tinggi, namun masih dipengaruhi oleh berbagai pertimbangan ekonomi dan gaya hidup. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh pendapatan, harga, dan gaya hidup terhadap minat beli emas sebagai investasi di Kabupaten Dharmasraya. Manfaat penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan ilmu pemasaran, khususnya terkait faktor-faktor yang memengaruhi perilaku investasi. Selain itu, secara praktis penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku usaha, instansi keuangan, serta masyarakat dalam merumuskan strategi yang mendorong peningkatan minat investasi emas di daerah tersebut.

KAJIAN LITERATUR

2.1 Minat Beli

2.1.1 Pengertian Minat Beli

Minat beli adalah keinginan konsumen untuk membeli produk tertentu dalam jumlah dan waktu tertentu (Sarayar, et al 2021). Minat beli juga mencerminkan sikap konsumen terhadap produk yang muncul sebagai respon terhadap kebutuhan (Maulana Firli et al. 2021)

Indikator minat beli menurut (Arrosyid, et al 2024) meliputi:

1. *attention* (perhatian)
2. *interest* (ketertarikan)
3. *desire* (keinginan)
4. *action* (tindakan).

2.2 Pendapatan

2.2.1 Pengertian Pendapatan

Pendapatan didefinisikan sebagai penghasilan yang diterima individu atau rumah tangga dari aktivitas usaha maupun pekerjaan (Abdul Hakim 2018). Pendapatan memengaruhi daya beli masyarakat dalam memenuhi kebutuhan maupun melakukan investasi (Lubis and Susesti 2023).

Indikator pendapatan (Zulnanda and Muslim 2023) mencakup:

1. pendapatan per bulan
2. sumber pendapatan
3. peningkatan taraf hidup
4. beban keluarga.

2.3 Harga

2.3.1 Pengertian Harga

Harga adalah sejumlah nilai yang harus dibayar konsumen untuk memperoleh barang atau jasa (Spillan and Ramsey 2019). Harga memengaruhi minat beli karena konsumen mempertimbangkan keterjangkauan serta kesesuaian dengan manfaat dan kualitas produk (Nurazizah and Rachmi 2021).

Indikator harga menurut (Budiyanto 2018) meliputi:

1. kesesuaian harga dengan manfaat
2. keterjangkauan harga
3. kesesuaian dengan kualitas
4. daya saing harga.

2.4 Gaya Hidup

2.4.1 Pengertian Gaya Hidup

Gaya hidup menggambarkan pola aktivitas, minat, dan pendapat seseorang yang tercermin dalam perilaku sehari-hari (Kotler et al. 2013). Gaya hidup memengaruhi keputusan konsumsi maupun investasi karena mencerminkan orientasi seseorang terhadap pengelolaan keuangan dan masa depan.

Indikator gaya hidup menurut (Yulius and Fikri 2022) mencakup:

1. *activity* (aktivitas)
2. *interest* (ketertarikan)
3. dan *opinion* (pendapat).

2.5 Pengembangan Hipotesis

Pendapatan terhadap minat beli emas sebagai investasi

Pada penelitian (Anggraeni and Mudiarti 2022), membuktikan bahwa minat untuk membeli mobil roda empat dipengaruhi oleh pendapatan. Pendapatan menjadi salah satu faktor yang perlu dipertimbangkan ketika individu atau masyarakat berminat membeli kendaraan bermotor roda empat. Semakin tinggi pendapatan seseorang maka semakin tinggi daya belinya. Sejalan dengan penelitian (Putri et al. 2024), (Auliya et al. 2025) (Anggraeni and Mudiarti 2022). Di dapatkan hasil untuk pengujian hipotesis pertama (H_1) yaitu Pendapatan berpengaruh positif terhadap minat beli emas sebagai investasi di Kabupaten Dharmasraya.

Harga terhadap minat beli emas sebagai investasi

Hasil hipotesis kedua (H_2). Berdasarkan penelitian (Rahmat Hidayat and Siska 2024), harga memainkan peran signifikan dalam mempengaruhi minat beli konsumen. Artinya, harga yang sepadan dan kompetitif mampu menarik perhatian pembeli dan mendorong mereka untuk membeli sepeda motor listrik. Penelitian ini mengindikasikan bahwa strategi penetapan harga yang efektif sangat penting dalam menaikkan ketertarikan pembelian konsumen. Studi empiris telah menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli (Monica 2018). Penelitian ini sejalan dengan, (Septiani 2018), (Hastono and Triyadi 2020), (Septiani 2018), (Abdul, et al 2022). Di dapatkan hasil untuk pengujian hipotesis Kedua H_2 yaitu Harga berpengaruh positif terhadap minat beli emas sebagai investasi di Kabupaten Dharmasraya.

Gaya hidup terhadap minat beli emas sebagai investasi

Hasil hipotesis ke tiga (H_3) Menurut (Nitisusastro 2012). Gaya hidup sebagai aspek terluas dari lingkungan sosial dan terdapat dalam faktor pribadi (personal) konsumen tentunya memiliki pengaruh yang kuat pada proses perilaku pembelian konsumen, yang akhirnya menentukan minat beli konsumen. Studi empiris telah menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli (Anggraini 2022). Penelitian ini sejalan dengan (Maulidah and Putra 2024), (Afiany and Fajari 2022). Di dapatkan hasil untuk pengujian hipotesis ke tiga H_3 yaitu Gaya hidup berpengaruh positif terhadap minat beli emas sebagai investasi di Kabupaten Dharmasraya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh pendapatan, harga, dan gaya hidup terhadap minat beli emas sebagai investasi di Kabupaten Dharmasraya. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pengujian hipotesis melalui data numerik yang diperoleh dari responden sehingga hasil yang diperoleh dapat terukur secara objektif. Lokasi penelitian dilakukan di Kabupaten Dharmasraya dengan objek penelitian berupa masyarakat yang berpotensi melakukan investasi emas. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada fenomena meningkatnya minat masyarakat dalam berinvestasi emas, baik sebagai bentuk tabungan maupun aset jangka panjang. Populasi penelitian adalah seluruh masyarakat Kabupaten Dharmasraya yang memiliki potensi untuk berinvestasi emas, namun jumlah pastinya tidak diketahui. Oleh karena itu, penentuan sampel dilakukan dengan teknik

purposive sampling, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria sampel adalah responden berusia minimal 18 tahun, memiliki status ekonomi menengah ke atas, serta berdomisili di Kabupaten Dharmasraya. Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Cochran untuk populasi yang tidak diketahui, jumlah sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah 100 responden. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer. Data primer diperoleh secara langsung melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang telah memenuhi kriteria. Kuesioner disusun dalam bentuk pernyataan tertutup dengan menggunakan skala Likert sebagai alat ukur. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai literatur, jurnal penelitian terdahulu, artikel ilmiah, serta publikasi terkait investasi emas yang relevan untuk mendukung penelitian ini. Data dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS 20, dengan uji validitas, reliabilitas, analisis deskriptif, regresi linear berganda, serta uji simultan (F) uji parsial (t) dan determinan (R^2). Hasil analisis menunjukkan bahwa secara simultan maupun parsial, variabel pendapatan, harga, dan gaya hidup tidak berpengaruh terhadap minat beli emas sebagai investasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Tabel 1. Uji validitas dan Reliabilitas

Variabel	Indikator	Faktor loading
Minat Beli	Y1	0.860
	Y2	0.863
	Y3	0.846
	Y4	0.825
	Y5	0.805
	Y6	0.855
	Y7	0.865
	Y8	0.837
Pendapatan	X1.1	0.881
	X1.2	0.828
	X1.3	0.824
	X1.4	0.830
	X1.5	0.871
	X1.6	0.856
	X2.1	0.813
	X2.2	0.851
Harga	X2.3	0.840
	X2.4	0.830
	X2.5	0.871
	X2.6	0.831
	X2.7	0.854
	X2.8	0.828
	X2.9	0.829
	X3.1	0.878
Gaya Hidup	X3.2	0.838
	X3.3	0.814
	X3.4	0.867
	X3.5	0.888
Variabel	Cronbach's Alpha	Role of Thumb
Minat Beli	0,943	0,7
Pendapatan	0,928	0,7
Harga	0,948	0,7
Gaya Hidup	0.910	0,7

Berdasarkan tabel menunjukan bahwa terdapat 4 variabel yang menjadi bahan penelitian. Dari keempat variabel tersebut yang masing-masing variabel terdapat beberapa pernyataan,

variabel minat beli terdapat 8 pernyataan, variabel pendapatan terdapat 6 pernyataan, variabel harga terdapat 9 pernyataan dan variabel gaya hidup terdapat 5 pernyataan. Dapat dilihat dari masing-masing item pernyataan setiap variabel baik dependen maupun independen, semua valid. Yang dibuktikan faktor loadingnya $> 0,7$. maka dapat disimpulkan bahwa data dari setiap pernyataan masing-masing variabel valid.

Untuk uji reliabilitas keempat variabel *Cronbach's Alpha* $\geq 0,70$, sehingga secara keeluruhan nilainya reliabel.

Tabel 2. Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	56.656	3	18.885	.409	.747 ^b
	Residual	4434.254	96	46.190		
	Total	4490.910	99			

Pada table di atas didapatkan nilai Signifikan 0,747. Nilai signifikan yang diperoleh lebih besar dari 0,05. Artinya, bahwa secara bersama-sama variabel pendapatan , harga dan gaya hidup tidak berpengaruh terhadap variabel minat beli.

Tabel 3. Uji Parsial (Uji T)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	19.697	4.481	4.396	.000
	Pendapatan	.036	.141	.253	.801
	Harga	.096	.094	1.026	.308
	Gaya Hidup	.071	.161	.443	.659

Berdasarkan tabel diatas dapat diinterpretasikan datanya sebagai berikut :

- Variabel pendapatan ini memiliki koefisien 0.036 dengan signifikan 0.801 > 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pendapatan tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel minat beli.
- Variabel harga ini memiliki nilai koefisien 0.096 dengan nilai signifikan 0.308 > 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pendapatan tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel minat beli.
- Variabel gaya hidup ini memiliki nilai koefisien 0.071 dengan nilai signifikan 0.659 > 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel gaya hidup tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel minat beli.

Tabel 4. Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	R	Std. Error of the Estimate
1	.112 ^a	.013	-.018		6.796

Berdasarkan tabel diatas didapatkan hasil nilai R^2 sebesar 0.13 atau 1,3% menunjukkan bahwa variasi perubahan pada minat beli dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen (Pendapatan, Harga, dan Gaya Hidup). Dengan kata lain, model regresi ini tidak mampu menjelaskan sebagian besar varian yang telah terjadi pada variabel dependen, karena 98,7% sisanya dijelaskan oleh faktor lain.

PEMBAHASAN

Pengaruh Pendapatan terhadap minat beli emas sebagai investasi di Kabupaten Dharmasraya

Koefisien variabel pendapatan sebesar 0.036 bertanda positif. Hasil nilai signifikan $0.801 > 0.05$, artinya pendapatan tidak berpengaruh terhadap minat beli. Sehingga H_1 di tolak. Pendapatan masyarakat tidak signifikan atau tidak secara langsung mendorong mereka untuk membeli emas sebagai bentuk investasi di Kabupaten Dharmasraya. Karena walaupun pendapatan masyarakat meningkat, tidak semua orang memprioritaskan penggunaan pendapatannya untuk membeli emas. Sebagian besar mungkin mengalokasikan pendapatan tambahan untuk kebutuhan konsumtif, tabungan di bank, atau investasi lain yang dianggap lebih praktis. Hasil analisis penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian (Fiah, et al 2023),(Sandi, et al 2020), (Mahardini and Woyanti 2012).

Pengaruh Harga terhadap minat beli emas sebagai investasi di Kabupaten Dharmasraya

Koefisien variabel harga sebesar 0.096 bertanda positif. Dengan nilai signifikan $0.308 > 0.05$. Ini berarti harga tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli. Sehingga H_2 di tolak. Artinya, meskipun harga emas di pasar mengalami kenaikan atau penurunan, masyarakat di Kabupaten Dharmasraya tetap memiliki minat yang relatif sama untuk membeli emas. karena itu, mereka cenderung tetap membeli emas meskipun harga sedang tinggi, karena tujuan utamanya adalah menyimpan kekayaan, bukan mencari harga murah. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian (Satria 2017), (Mahardini and Woyanti 2012), (Mantong, et al 2024).

Pengaruh Gaya hidup terhadap minat beli emas sebagai investasi di Kabupaten Dharmasraya

Koefisien variabel gaya hidup sebesar 0.071 bertanda positif. Dengan nilai signifikan $0.659 > 0.05$. Ini berarti gaya hidup tidak berpengaruh terhadap minat beli. Sehingga H_3 ditolak. Karena minat beli emas sebagai investasi di Kabupaten Dharmasraya lebih digerakkan oleh perekonomian dari pada pola hidup. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Albar, et al 2023), (Fauzi, Ari Kadi, and Fuadya 2024), (Ganesha 2025).

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa pendapatan, harga, dan gaya hidup tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli emas sebagai investasi di Kabupaten Dharmasraya. Implikasi dari penelitian ini adalah perlunya kajian lebih lanjut dengan menambahkan variabel lain seperti faktor psikologis, promosi, atau kepercayaan konsumen untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Hakim. 2018. "Pengaruh Biaya Produksi Terhadap Pendapatan Petani Mandiri Kelapa Sawit Di Kecamatan Segah." *Jurnal Ekonomi STIEP* 3(2): 31–38. doi:10.54526/jes.v3i2.8.
- Abdul Kohar Septyadi, Muhammad, Mukhayati Salamah, and Siti Nujiyatillah. 2022. "Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi." *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 3(1): 301–13. doi:10.38035/jmpis.v3i1.876.
- Afiyany, Fitri Dewi, and Imam Arif Fajari. 2022. "Pengaruh Gaya Hidup Dan Harga Terhadap Minat Beli Pakaian Second Di Sa Thrift Shop." *Ekonomi: Jurnal Ekonomi, Akuntansi & Manajemen* 4(1): 18–24. doi:10.37577/ekonam.v4i1.479.
- Albar, Niar Astaginy, and Hanif Kurniadi. 2023. "Bagaimana Minat Beli Motor Honda Scoopy Di Dealer PT. Astra International Cabang Kolaka?" *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan* 3(3): 51–64. doi:10.55606/jimak.v3i3.2139.
- Anggraeni, Dian, and Hasna Mudiarti. 2022. "Pengaruh Regulasi PPN Dan PPnBM Serta Pendapatan Terhadap Minat Beli Kendaraan Bermotor Roda Empat (Mobil) Di Indonesia." *Jurnal Akutansi Integratif* 8(1): 63–75.
- Anggraini, Tifanny Riska. 2022. "Pengaruh Gaya Hidup Dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Produk Emina." *CAPITAL: Jurnal Ekonomi dan Manajemen* 5(2): 143–61. doi:10.25273/The.
- Arrosyid, Muhammad Awab, Muhyiddin Zainul Arifin, and Nia Aprilia Bisari. 2024. "Analisis Pengaruh Brand Equity, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Minuman Viral Mixue Di Jombang." *Al-Muraqabah: Journal of Management and Sharia Business* 4(1): 1–23. doi:10.30762/almuraqabah.v4i1.1386.
- Auliya, Sulthan, Zhafran Fadhilah, Sri Tjondro Winarno, and Prasmita Dian Wijayanti. 2025. "Pengaruh Harga , Kualitas Produk Dan Pendapatan Terhadap Minat Beli Sayuran Hidroponik Di PT . Kebunsayur Surabaya The Effect of Price , Product Quality and Income on Consumer Buying Interest in Hydroponic Vegetables at PT Kebunsayur Surabaya Sulthan Auli." 11: 397–407.
- Budiyanto, Albert. 2018. "ESENSI: Jurnal Manajemen Bisnis, Vol. 21 No. 3 / 2018." 21(3): 202–22.

- Fauzi, Rizal Ula Ananta, Dian Citaningtyas Ari Kadi, and Assaduddin Mazda Fuadya. 2024. "Pengaruh Persepsi Konsumen, Gaya Hidup, Dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Minat Beli Pada Mobil Listrik Di Madiun." *Excellent* 11(1): 1–12. doi:10.36587/exc.v11i1.1721.
- Fiah, N I, I Nurhayati, and R S Aminda. 2023. "Pengaruh Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Investasi Emas Di Kota Bogor." *Jurnal Ekonomi Manajemen ...* 2(1): 35–40. <http://www.jurnal.minartis.com/index.php/jemb/article/view/922%0Ahttp://www.jurnal.minartis.com/index.php/jemb/article/download/922/848>.
- Ganesha, Universitas Pendidikan. 2025. "Penjualan Mobil Sigr Nasional." 11(2): 663–71.
- Hastono, H, and Triyadi Triyadi. 2020. "Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Handphone Merk Vivo Di Wilayah Tangerang Selatan." *Jurnal Ekonomi Efektif* 2(3): 372–79. doi:10.32493/jee.v2i3.6800.
- Kotler, Philip, Gracie Armstrong, Lloyd Harris, and Nigel Piercy. 2013. *Principles of Marketing - 6th European Edition*.
- Lubis, Nabilah Yolanda Sari, and Dina Anggraeni Susesti. 2023. "Dampak Literasi Dan Efikasi Terhadap Investasi." *e Jurnal Kewirausahaan* 6(1): 17–28.
- Mahardini, Ismi, and Nenik Woyanti. 2012. "ANALISIS PENGARUH HARGA, PENDAPATAN, LOKASI, DAN FASILITAS TERHADAP PERMINTAAN RUMAH SEDERHANA (Studi Kasus Perumahan Puri Dinar Mas Semarang)." *Diponegoro Journal of Economics* 1(1): 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/jme>.
- Mantong, Sandi, Althon K Pongtuluran, and Dwibin Kannapadang. 2024. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Usaha Garasi Kopi Toraja Di Kelurahan Rante Pasele Kabupaten Toraja Utara." *Jurnal Tabdir Peradaban* 4: 273–83.
- Maulana Firli, Ogi, Muhamad Rizal, Ria Arifianti, and Asmaul Husna. 2021. "Pengaruh Celebrity Endorsme, Brand Image, Dan Testimoni Dalam Meningkatkan Minat Beli Produk (Studi Kasus : Instagram UKM Kylafood)." *Bahtera Inovasi* 4(2): 104–10. doi:10.31629/bi.v4i2.3432.
- Maulidah, A., and K. E. S. Putra. 2024. "Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Smartphone Merek Samsung." 6(2): 277–86.
- Monica, Elina. 2018. "Pengaruh Harga, Lokasi, Kualitas Bangunan Dan Promosi Terhadap Minat Beli Perumahan Taman Safira Bondowoso." *International Journal of Social Science and Business* 2(3): 141. doi:10.23887/ijssb.v2i3.16214.
- Nitisusastro, Mulyadi. 2012. *Perilaku Konsumen: Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.

- Nurazizah, Cahyasetiyadin berlianita, and Asminah Rachmi. 2021. "Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Emas Di Galeri Azizah." *J A B Jurnal, Aplikasi Bisnis*: 109–12.
- Putri, Riona, Anis Kurlillah, Zikriatul Ulya, and Yusmami. 2024. "Strategi Sukses E-Commerce: Analisis Pengaruh Pendapatan, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Masyarakat Melalui Aplikasi Atamtech Di Aceh Tamiang." *JIEF Journal of Islamic Economics and Finance* 4(1): 90–101. doi:10.28918/jief.v4i1.7300.
- Rahmat Hidayat, Agung, and Elmira Siska. 2024. "Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Motor Listrik Di Depok." (4): 195–208. <https://doi.org/10.59581/jmk-widyakarya.v2i3.3652>.
- Sandi, Nabika, Muhammad Halim, and Andika Rusli. 2020. "INVESTASI EMAS PADA PT PEGADAIAN CABANG Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palopo Abstrak."
- Sarayar, Myzxi Ch. L., Djurwati Soepeno, and Michael Ch Raintung. 2021. "Pengaruh E-WOM, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli 'Folcis Pudding' Manado." *Jurnal EMBA* 9(4): 294–303.
- Satria, Arief Adi. 2017. "Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36." *Jurnal Manajemen dan Start Up Bisnis* 2(1): 85. doi:10.34127/jrlab.v6i1.169.
- Septiani, Fauziah. 2018. "Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Pt Asuransi Jiwa Recapital Di Jakarta)." *Jurnal Mandiri* 1(2): 273–88. doi:10.33753/mandiri.v1i2.22.
- Spillan, John E., and Jase R. Ramsey. 2019. Navigating Commerce in Latin America *The Marketing Process*. doi:10.4324/9780203729885-9.
- Yulius, Yopie, and Ansorullah Muh Fikri. 2022. "Kualitas Produk, Gaya Hidup, Harga Dan Keputusan Pembelian Iphone Di Wilayah DKI Jakarta." *Jurnal Manajemen dan Perbankan (JUMPA)* 9(3): 31–42. doi:10.55963/jumpa.v9i3.482.
- Zulnanda, Hanifah, and Irwan Muslim. 2023. "Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Kaki Lima Di Pasar Rakyat Kota Pariaman." *Jurnal Economic Development* 1(1): 1–21.