

KEPUTUSAN PEMBELIAN DITINJAU DARI GAYA HIDUP DAN KUALITAS PRODUK (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya Yang Membeli Helm CARGLOSS)

Zeva Aurellia Lasubu

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
e-mail: zevaurelia@gmail.com

Wiwik Herawati

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya
Email: wiwikherawati@uwks.ac.id

ABSTRACT

The problems studied were lifestyle and product quality in influencing the decision to purchase CARGLOSS helmets among students of the Faculty of Economics and Business, Wijaya Kusuma University, Surabaya. So the goal to be achieved is to find out lifestyle and product quality in influencing the decision to buy a CARGLOSS helmet for FEB UWKS students. FEB UWKS students as the population. The sample based on purposive sampling is 80 respondents. Data was collected by distributing questionnaires. The analysis uses multiple linear regression and the hypothesis is tested by t test. As a result, lifestyle and product quality have a partially significant effect on the decision to purchase CARGLOSS helmets among FEB UWKS students. The contribution of lifestyle and product quality in influencing the decision to purchase CARGLOSS helmets for FEB UWKS students is 41.6%.

Keyword: Life Style, Product Quality, Purchase Decision

ABSTRAK

Permasalahan yang diteliti ialah gaya hidup dan kualitas produk dalam mempengaruhi keputusan pembelian helm CARGLOSS di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. Jadi tujuan yang ingin dicapai untuk mengetahui gaya hidup dan kualitas produk dalam mempengaruhi keputusan pembelian helm CARGLOSS pada mahasiswa FEB UWKS. Mahasiswa FEB UWKS sebagai populasinya. Sampel berdasarkan purposive sampling sebanyak 80 responden. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner. Analisisnya menggunakan regresi linier berganda dan hipotesis diuji dengan uji t. Hasilnya gaya hidup dan kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial pada keputusan pembelian helm CARGLOSS di kalangan mahasiswa FEB UWKS. Kontribusi gaya hidup dan kualitas produk dalam mempengaruhi keputusan pembelian helm CARGLOSS pada mahasiswa FEB UWKS sebesar 41,6%.

Kata kunci : Gaya Hidup, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Di Indonesia, salah satu industri yang mengalami pertumbuhan cepat sekali adalah industri otomotif seperti sepeda motor. Data badan pusat statistik menunjukkan jumlah sepeda motor pada tahun 2019 sebanyak 112.771.136 , tahun 2020 sebanyak 115.023.039 , dan tahun 2021 sebanyak 121.209.304. Berdasarkan data tersebut dapat kita ketahui bahwa pertumbuhan kendaraan sepeda motor mengalami peningkatan disetiap tahunnya.

Helm Cargloss adalah helm yang dipakai bagi melindungi kepala dari benturan dan kecelakaan tetapi dengan desain gaya retro sehingga kelihatan lebih modis dan mengikuti tren jaman sekarang. Dari anak muda sampai orang tua, perempuan maupun laki-laki, dari yang masih pelajar hingga yang telah bekerja sekalipun helm ini sangat cocok untuk semua kalangan.

Seiring dengan kesuksesan penjualan helm Cargloss yang lagi tren dikalangan anak muda saat ini helm Seiring dengan kesuksesan penjualan helm Cargloss yang lagi tren dikalangan anak muda saat ini helm

cargloss juga mendapat masalah karena banyak beredar helm carloss palsu yang beredar dipasaran. Helm cargloss palsu yang beredar dipasaran tidak sesuai SNI karena kualitasnya tidak bagus atau gampang rusak.

Menurut (Subawa, 2015) *lifestyle/gaya hidup* yaitu hal yang tidak dapat terpisahkan dengan hedonisme, perilaku yang secara langsung mengonsumsi demi kesenangan yang tidak dibatasi. Sebagian dampak yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yaitu gaya hidup mereka. Dalam gaya hidup seperti ini, penampilan sangat penting. Helm sekarang tidak hanya menjadi perlengkapan penting bagi pengendara, tetapi juga gaya hidup bagi pengendara sepeda motor. Selain itu, helm menawarkan berbagai desain dan gambar untuk menarik minat pelanggan

Pelanggan biasanya memikirkan kualitas produk sebelum membuat keputusan pembelian. Kualitas produk pada dasarnya merupakan bagian dampak terpenting dalam menentukan masa depan perusahaan dan tingkat kepuasan pelanggan. Agyekum, C. K., Haifeng, H., Agyeiwaa, A., Agyekum, C. K., Haifeng, H., & Agyeiwaa, (2015) mengatakan bahwa barang berkualitas tinggi tidak cuma bisa menjalankan fungsinya serta paling unggul dari barang saingan, tetapi juga memperhatikan warna, berat, serta ukuran kemasan yang sesuai.

Pelanggan akan memilih produk dari antara banyak pilihan yang tersedia di pasar. Schiffman dan Kanuk (2014) mengungkapkan bahwa keputusan pembelian dicirikan sebagai pilihan antara dua ataupun lebih alternatif pilihan. Ada lima tahap dalam pembelian konsumen: pemecahan masalah, pengumpulan laporan, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, serta perilaku pasca pembelian yang dimulai jauh sebelum pembelian aktual serta berdampak pada jangka panjang (Kotler dan Keller, 2012).

Berdasarkan riset gap dalam peneliti terdahulu yang dilaksanakan oleh Virya, (2018) menyatakan bahwa cara hidup dan kualitas barang pada tingkat tertentu pada dasarnya mempengaruhi pilihan pembelian. Menurut penelitian Anita Rachmawati, Any Agus Kana, dan Rachmawati, A., Kana, A. A., & Anggarini (2021) harga berpengaruh signifikan terhadap proses pembelian, kualitas produk tidak, dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap proses pembelian.

Dari penjelasan tersebut bisa diketahui bahwa dalam peneliti yang dilaksanakan Farisa Nadiya, F. H., & Wahyuningsih (2020) menjelaskan bahwa kualitas produk tidak berdampak signifikan atas proses keputusan pembelian.

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Nurhisam (2017) mengemukakan bahwa pemasaran yaitu suatu usaha ataupun pelaksanaan untuk menyalurkan produk serta jasa dari produsen pada pelanggan. Menurut (Wirapraja, A., Sudarso, A., Mardia, M., Tojiri, M. Y., Simarmata, H. M. P., Sulasih, S., ... & Manullang, 2021) merencanakan, menetapkan harga, mempromosikan, dan menyebarkan barang untuk memenuhi keperluan pelanggan serta meraih tujuan perusahaan dan pasar adalah semua komponen pemasaran.

Bagian konsep yang digunakan dalam proses pemasaran untuk memaksimalkan keuntungan adalah konsep pemasaran. Memenuhi keperluan pelanggan, meningkatkan penjualan, dan mengungguli pesaing adalah kunci untuk memaksimalkan keuntungan. Bauran pemasaran atau marketing mix adalah kombinasi strategi harga, produk, promosi serta tempat yang diterapkan oleh perusahaan untuk mendukung posisi tertentu di pasar (AISYAH, 2021)

Menurut Koesendang (2019), gaya hidup seseorang dapat tercermin dari pakaian atau penampilannya melalui trend atau gaya hidup. Gaya hidup berasal dari setiap nilai dasar individu yang memandu perilaku konsumtif seseorang. (Subawa, 2015) mengungkapkan bahwa *lifestyle* yaitu hal yang tidak terpisahkan dengan hedonisme, perilaku yang secara langsung mengonsumsi demi kesenangan yang tidak dibatasi

Menurut Kotler, (2012) kualitas produk adalah kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya, termasuk daya tahan, keandalan, akurasi, kemudahan pengoperasian, dan kemudahan perbaikan, di antara karakteristik berharga lainnya.

Kotler (2001) mengungkapkan bahwa Keputusan pembelian adalah dimana pelanggan benar-benar melakukan pembelian. Menurut Swastha dan Irawan (2008), mengungkapkan bahwa “keputusan konsumen yaitu motif ataupun dorongan yang timbul dari sesuatu” (pembeli melaksanakan pembelian sebagai tanggapan atas keperluan serta kemauan).

Hipotesis pada penelitian ini diantaranya:

H1 : gaya hidup berdampak signifikan atas keputusan pembelian produk.

H2 : Kualitas produk berdampak signifikan atas keputusan pembelian produk

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian kuantitatif dipakai dalam penelitian ini. Penelitian ini bersifat kuantitatif, artinya meneliti populasi ataupun sampel tertentu. Sugiyono (2017) mengungkapkan bahwa populasi yaitu wilayah generalisasi yang terbagi melalui subjek ataupun objek dengan kualitas serta karakteristik tertentu yang dipilih peneliti supaya dikuasai serta selanjutnya ditarik kesimpulannya. Sampel yang diambil melalui populasi sedemikian rupa sehingga bisa dianggap mewakili semua anggota populasi, hanyalah sebagian dari keseluruhan populasi. Pada penelitian ini, metode purposive sampling dipakai bagi memilih sampel sesuai seperangkat kriteria tertentu. Pertimbangan disini dimaksud ialah ciri yang telah ditentukan peneliti sebagai sampel pengambilan data. Adapun ciri ataupun kriteria yang dipakai pada penelitian :

- 1) Berumur 19 – 25 tahun
- 2) Mahasiswa ataupun mahasiswi aktif fakultas ekonomi serta bisnis universitas wijaya kusuma angkatan 2019 - 2020.
- 3) Yang membeli dan memakai helm cargloss

Variable variable yang yang telah dipakai pada penelitian ini terbagi dari:

1. Variable bebas.
Variabel yang mempengaruhi atau mengubah keberadaan variabel dependen (terikat) dikenal sebagai variabel independen. Biasanya variabel bebas diberi tanda X. Pada penelitian ini variabel bebasnya yaitu: kualitas produk (X2) serta gaya hidup (X1).
2. Variable terikat
Variabel yang dipengaruhi oleh keberadaan variabel independen disebut sebagai variabel dependen ataupun terikat. Keputusan pembelian (Y) merupakan variabel dependen pada penelitian ini. Biasanya, variabel tersebut dilambangkan dengan Y. Dalam melakukan penelitian ini cara yang dipakai dalam mengumpulkan data yaitu diantaranya:
 - a. Kuisisioner
Survei terdiri dari pertanyaan tertulis. Tujuan pembuatan kuisisioner ini adalah untuk mendapatkan tanggapan responden terhadap variabel penelitian
 - b. wawancara
Metode analisis yang dipakai pada penelitian ini yaitu analisis kuantitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Validitas menunjukkan seberapa tepat suatu instrumen mengukur suatu konsep esensial. Sejauh mana alat ukur mengukur apa yang mau diukur juga disebut sebagai validitas. Konsistensi internal (internal konsistensi), khususnya metode korelasi, dapat digunakan untuk mengukur validitas. Butir soal dikatakan valid, yang menunjukkan memiliki validitas konstruk, apabila hasil korelasi diantara setiap soal dengan skor total menentukan hasil yang signifikan (signifikansi kurang dari 0,05 serta korelasi lebih dari 0,4).

Tabel 1
Hasil Pengujian Validitas Gaya Hidup (X1)

Pertanyaan (X1)	Koef. Korelasi	Validitas Minimal	Keterangan
1	0,781	0,4	Valid
2	0,788	0,4	Valid
3	0,791	0,4	Valid
4	0,750	0,4	Valid

Sumber : Olahdata menggunakan SPSS 20.0

Sesuai tabel diatas bisa dilihat bahwa semua pernyataan valid.

Tabel 2
Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X2)

Pertanyaan (X2)	Koef. Korelasi	Validitas Minimal	Keterangan
1	0,643	0,4	Valid
2	0,761	0,4	Valid
3	0,679	0,4	Valid
4	0,717	0,4	Valid
5	0,738	0,4	Valid
6	0,638	0,4	Valid
7	0,684	0,4	Valid
8	0,596	0,4	Valid

Sumber : Olahdata menggunakan SPSS 20.0

Sesuai tabel diatas bisa dilihat bahwa semua pernyataan valid.

Tabel 3
Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Pertanyaan (Y)	Koef. Korelasi	Validitas Minimal	Keterangan
1	0,700	0,4	Valid
2	0,728	0,4	Valid
3	0,857	0,4	Valid
4	0,682	0,4	Valid
5	0,679	0,4	Valid

Sumber : Olahdata menggunakan SPSS 20.0

Sesuai tabel diatas bisa dilihat bahwa nilai koefisien korelasi dari setiap pernyataan dalam variable keputusan Pembelian (y) > dari 0,4. Sehingga dapat dipastikan bahwa semua pernyataan untuk variable Keputusan Pembelian (y) yaitu valid.

Uji Realiabilitas

Uji realiabilitas digunakan agar mengetahui apakah instrument yang dipakai pada sebuah penelitian memenuhi syarat reliable ataupun konsisten. Untuk pengambilan keputusan reliabilitas suatu instrument dibilang reliable apabila nilai Cronbach alpha > dari 0,6. Maka untuk uji kedua instrument pada uji realiabilitas bisa diketahui pada tabel berikut ini:

Tabel 4
Uji Reabilitas

Keterangan	Nilai Cronbach Alpha
Gaya Hidup (X1)	0,780
Kualitas Produk (X2)	0,834
Keputusan Pembelia (Y)	0,779

Sumber : Hasil Olahdata

Variable gaya hidup, kualitas produk, serta keputusan pembelian mempuai nilai cronbach alpa > dari 0,6. Dengan demikian artinya bahwa item pernyataan bagi seluruh variable itu dipastikan reliable.

Uji Model

Variabel independen gaya hidup (X1) dan kualitas produk (X2) digunakan dalam analisis regresi linier berganda agar mengetahui pengaruhnya atas keputusan pembelian (Y). Tabel berikut menampilkan hasil analisis linier berganda:

Regresi Linear Berganda

Hasil pengujian regresi linear berganda agar mengetahui ada atau tidaknya dampak antara variable bebas yang terbagi dari dampak gaya hidup (X), kualitas produk (X2), keputusan pembelian (Y) helm Cargloss.

Tabel 5
Uji Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a			T	Sig.	Correlations	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta			Zero-order	Partial
		B	Std. Error					
1	(Constant)	5.457	2.148		2.540	.013		
	Gaya Hidup	.591	.135	.481	4.365	.000	.619	.448
	Kualitas Produk	.158	.077	.227	2.057	.043	.519	.230

Sumber : Olahdata menggunakan SPSS 20.0

$$Y = 5,457 + 0,591X_1 + 0,158X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut, maka dapat dijabarkan:

- Nilai konstanta
Nilai konstanta 5,457 menunjukkan bahwa Y adalah 5,457 satuan jika variabel X1, X2, dan kondisi konstan atau konstan.
- Nilai 1 sama dengan 0,591
Nilai 1 sama dengan 0,591 dan bertanda positif pada koefisien regresi. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh searah antara variabel X1 dan Y. Artinya jika X1 meningkat sebesar satu satuan, maka Y juga akan meningkat sebesar 0,591 satuan, begitu pula sebaliknya. dengan asumsi kondisi variabel X2 konstan atau tetap.
- Nilai 2 adalah 0,158
Nilai 2 memiliki tanda koefisien regresi positif, yang menunjukkan adanya pengaruh searah antara variabel X2 dan Y. Artinya, jika nilai X2 naik satu satuan, maka nilai Y akan naik sebesar 0,158 satuan, dan sebaliknya. dengan asumsi kondisi variabel X1 adalah konstan atau tetap.

Pengujian Hipotesis

Tabel 6
Hasil Uji t

Model		Coefficients ^a			T	Sig.	Correlations	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients ts			Zero-order	Partial
		B	Std. Error					
1	(Constant)	5.457	2.148		2.540	.013		
	Gaya Hidup	.591	.135	.481	4.365	.000	.619	.448
	Kualitas Produk	.158	.077	.227	2.057	.043	.519	.230

Sumber : Olahdata menggunakan SPSS 20.0

Menghitung T_{tabel} yaitu :

$$\alpha = \frac{5\%}{2} = 0,025$$

$$\begin{aligned} Df &= n - k - 1 \\ &= 79 - 2 - 1 \\ &= 76 \end{aligned}$$

Sehingga didapatkan nilai t_{tabel} sebesar = 1,991

1. T_{tabel} gaya hidup sebesar 1,991 dan T_{hitung} sebesar 4.365 sehingga T_{hitung} lebih besar dari pada T_{tabel} dan tingkat signifikansinya sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 dan dapat disimpulkan variable gaya hidup signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. T_{tabel} kualitas produk sebesar 1,991 dan T_{hitung} sebesar 2.057 sehingga T_{hitung} lebih besar dari pada T_{tabel} dan tingkat signifikansinya sebesar 0,043 yang lebih kecil dari 0,05 dan dapat disimpulkan variable kualitas produk signifikan terhadap keputusan pembelian.

Tabel 7
Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Model Summary			Change Statistics		
			Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	F Change	df1	df2
1	.645 ^a	.416	.400	1.98538	.416	27.023	2	76

Sumber : Olahdata menggunakan SPSS 20.0

41,6% Y dipengaruhi oleh X_1 dan X_2 (sisanya sebesar 58,4% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti).

Pembahasan

Hipotesis pertama, yang menyatakan bahwa gaya hidup seseorang berdampak signifikan terhadap keputusan mereka untuk membeli produk helm Cargloss, memperkuat temuan penelitian ini. Fakta bahwa t hitung memiliki nilai lebih tinggi dari t tabel menunjukkan hal ini. Selain itu, fakta bahwa nilai tingkat signifikansi lebih rendah dari nilai probabilitas signifikansi menunjukkan bahwa faktor gaya hidup secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian.

Konsumen membuat keputusan pembelian penting berdasarkan gaya hidup mereka. Suatu produk akan dibeli oleh pelanggan yang mempertahankan atau mengejar gaya hidup tertentu. Gaya hidup seseorang adalah pola konsumsi yang mencerminkan bagaimana dia memilih untuk menghabiskan waktu dan uang. Pakaian yang Anda kenakan, aktivitas yang Anda lakukan, dan sebagainya adalah bagian dari gaya hidup Anda. Gaya hidup dapat menjadi cerminan dari tindakan individu dalam lingkungannya. Mayoritas pelanggan melakukan pembelian berdasarkan cara hidup mereka. Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Khrisna Adhi Virya (2018) yang menemukan bahwa faktor gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hipotesis kedua yang menyatakan bahwa kualitas produk helm Cargloss berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen memperkuat temuan penelitian ini. Fakta bahwa t hitung memiliki nilai lebih tinggi dari t tabel menunjukkan hal ini. Selain itu, variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena nilai probabilitas signifikansinya lebih rendah dari nilai tingkat signifikansinya.

Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen akan lebih cenderung mengambil keputusan pembelian berdasarkan kualitas produk. Menurut Kotler dan Armstrong (2003), teori tersebut didukung oleh temuan penelitian. Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya. Pelanggan sangat peduli dengan kualitas produk karena mereka menginginkan kualitas terbaik untuk produk yang mereka beli.

Menurut penelitian Farisa Hasna Nadia dan Susanti Wahyuningsih (2020), keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel kualitas produk. Temuan penelitian ini konsisten dengan temuan ini.

SIMPULAN

Dari rumusan masalah penelitian yang diajukan, analisis data yang dilakukan, dan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya, dapat ditarik beberapa kesimpulan, antara lain:

1. Dapat diketahui bahwa variabel gaya hidup (X_1) berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Hal ini menunjukkan bahwa semakin mengikuti gaya hidup perkembangan zaman yang ada maka konsumen akan melakukan keputusan pembelian produk agar bisa menyesuaikan diri untuk berinteraksi dengan orang dengan memakai produk produk terkini.
2. Dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk (X_2) berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Hal ini menunjukkan bahwa jika kualitas produk yang ditawarkan lebih bagus dibandingkan produk produk lain maka konsumen akan lebih memilih untuk melakukan keputusan pembelian produk tersebut yang memiliki kualitas yang bagus.

DAFTAR PUSTAKA

- Agyekum, C. K., Haifeng, H., Agyeiwaa, A., Agyekum, C. K., Haifeng, H., & Agyeiwaa, A. (2015) 'Consumer perception of product quality. *Microeconomics and Macroeconomics*, 3(2), 25-29.'
- AISYAH, C.L. (2021) 'Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Industri Kerupuk UD. Adam Jaya (Doctoral dissertation, UPN" VETERAN'JAWA TIMUR).'
- Koesendang, A. (2019) 'Pengaruh Lingkungan Sosial Dan Gaya Hidup Mahasiswa Terhadap Prestasi Belajar Pada Mata Kuliah Kewirausahaan (Doctoral dissertation, UNIMED).'
- Kotler (2001) *Manajemen Pemasaran*.
- Kotler, P. dan A.G. (2012) *Principles of Marketing. New Jersey: Prentice Hall*.
- Nadiya, F. H., & Wahyuningsih, S. (2020) 'Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). In *Prosiding Seminar Nasional Unimus (Vol. 3)*.'
- Nurhisam, L. (2017) 'Etika marketing syariah. *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 4(2), 171-193.'
- Rachmawati, A., Kana, A. A., & Anggarini, Y. (2021) 'Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Gaya Hidup terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Hijab di Nadiraa Hijab Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(2).'
- Sugiyono, P.D. (2017) 'Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung, 225.'
- Virya, K.A. (2018) 'Pengaruh Gaya Hidup dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Chimon. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 3(5), 654-663.'
- Wirapraja, A., Sudarso, A., Mardia, M., Tojiri, M. Y., Simarmata, H. M. P., Sulasih, S., ... & Manullang, S.O. (2021) 'Manajemen Pemasaran Perusahaan. Yayasan Kita Menulis.'