

JURNAL

PENGARUH GAYA HIDUP, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PELEMCOFFEE AEK SONGSONGAN KABUPATEN ASAHAN

Fahira Indah Nurfajar¹, Tengku Syarifah²
Fakultas Ekonomi, Universitas Asahan
Email : Fahiranurfajar24@gmail.com

ABSTRAKSI

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan teknik analisis regresi linear berganda yang kemudian diperoleh persamaannya $Y = -5,074 + 0,316 X_1 + 0,523 X_2 + 0,556 X_3 + e$ dan uji hipotesis menggunakan uji F secara simultan, uji t secara parsial dan uji koefisien determinasi (R^2).

Hasil dari penelitian ini adalah variabel bebas Gaya Hidup (X_1), Harga (X_2) dan Kualitas Produk (X_3) secara simultan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat variabel Keputusan Pembelian dengan hasil $F_{hitung} 99,345 > F_{tabel} 2,70$. Variabel Gaya Hidup (X_1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) dengan nilai $t_{hitung} (4,015) > t_{tabel} (1,98609)$. Variabel Harga (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) dengan nilai $t_{hitung} (5,411) > t_{tabel} (1,98609)$. Variabel Kualitas Produk (X_3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) dengan nilai $t_{hitung} (7,523) > t_{tabel} (1,98609)$.

Koefisien determinasi dalam penelitian ini adalah Adjusted R Squere dengan nilai 0,836 atau sebesar 83,6%. Hal ini menunjukkan bahwa Variabel Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variabel Gaya Hidup, Harga dan Kualitas Produk 83,6% sedangkan sisanya sebesar 16,4% dijelaskan oleh faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : Gaya Hidup, Harga, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian

I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Keadaan dunia saat ini berbeda dengan keadaan terdahulu. Modernisasi telah banyak merubah kehidupan pada zaman ini. Pengaruh modernisasi membawa kemajuan pesat dalam berbagai bidang baik dalam hal teknologi maupun dalam hal kuliner. Pertumbuhan bisnis terjadi dimana-mana mulai dari plosok desa hingga dipusat perkotaan. Banyak tempat-tempat kekinian yang baru buka salah satunya usaha kedai kopi. Semakin banyak kedai kopi yang baru buka, maka terjadi persaingan yang ketat antar usaha sejenis. Ketatnya persaingan bisnis yang ada dengan jenis usaha yang sama setiap pelaku bisnis dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan mengeluarkan segala kemampuan yang mereka miliki agar dapat bersaing di pasar.

Kedai kopi merupakan salah satu tempat yang banyak dipilih saat ini, khususnya bagi anak muda. Kedai kopi atau yang modern disebut *Coffee Shop* merupakan sebuah tempat yang menyediakan makanan dan minuman, namun utamanya menjual

dan menyediakan banyak menu kopi. Umumnya masing-masing kedai kopi memiliki berbagai konsep dan tujuan tertentu, misalnya kedai kopi bergaya rumahan, bergaya klasik hingga modern. Makanan dan minuman yang ditawarkan pun beraneka ragam dengan berbagai macam olahan. Serta menawarkan fasilitas yang dapat memberikan kenyamanan bagi setiap pengunjungnya, seperti fasilitas wifi, tersedianya live music, hingga ruang ibadah, tidak heran bila para pengunjung kedai kopi bisa menghabiskan waktunya berjam-jam berada di sana.

Kepopuleran kopi membawa dampak perkembangan bisnis, karena saat ini merebaknya kedai kopi mulai jadi pemandangan sehari-hari. Salah satunya di Kecamatan Aek Songsongan, PelemCoffee merupakan usaha kedai kopi yang sudah berdiri sejak tahun 2017 yang dikelola oleh Bambang Hariono. Usaha yang berkonsep outdoor dengan nuansa taman ini memiliki lokasi yang strategis terletak di Jalan Lintas Sigura-gura, Desa Aek Songsongan, Kecamatan Aek Songsongan, Kabupaten Asahan. PelemCoffee merupakan usaha yang tidak hanya berfokus pada kopi saja tetapi

juga menyediakan beberapa minuman lain dan snack.

Gaya hidup seseorang menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya, bagaimana seseorang itu mengabdikan waktu dan uangnya sehari-hari untuk memenuhi kebutuhannya. Perubahan gaya hidup masyarakat di Aek Songsongan saat ini, menjadikan kegiatan menikmati secangkir kopi di kedai kopi langganan kini sedang menjadi *trend*, hal ini membuat kedai PelemCoffee ramai dikunjungi masyarakat. Mulai anak muda, pekerja bahkan orang tua yang ingin sekedar santai maupun untuk menyelesaikan tugas atau pekerjaan mereka. Dalam pengamatan yang peneliti lihat, keluhan konsumen yaitu sebagian pengunjung merasa sedikit terganggu dengan suara pengunjung lain yang berteriak sambil bermain game online.

Berdasarkan hasil kunjungan dan wawancara kepada pemilik usaha PelemCoffee, yang mengatakan rata-rata konsumen di PelemCoffee perharinya berkisaran antara 30 orang – 50 orang perharinya, lain lagi jika hari-hari tertentu seperti akhir pekan, konsumen bisa mencapai 100 – 130 orang. Pemilik usaha juga mengatakan konsumen PelemCoffee semakin meningkat terutama pada sore dan malam hari. Keberadaan PelemCoffee tidak terlepas dari persaingan usaha. Jumlah usaha kedai kopi Di Kecamatan Aek Songsongan terus bertambah seiring dengan perubahan gaya hidup dan perkembangan waktu yang membuat persaingan semakin ketat. Berikut ini beberapa pesaing PelemCoffee di Kecamatan Aek Songsongan :

Tabel 1.1 Daftar Nama Kedai Kopi Di Kecamatan Aek Songsongan

No	Nama Kedai Kopi	Alamat
1	KedanCoffee	Desa Aek Songsongan, Jl. Lintas Sigura-gura
2	PORTOS.idn	Desa Aek Songsongan, Jl. Lintas Sigura-gura
4	1113 Kopi	Desa Marjanji Aceh, Jl. Lintas Sigura-gura
5	Q-TA Coffe	Desa Marjanji Aceh, Jl. Lintas Sigura-gura
6	Starfish Coffee	Desa Dolok Maraja, Jl. Lintas Sigura-gura

Sumber : Kedai Kopi Di Kecamatan Aek Songsongan

Dengan semakin meningkatnya persaingan yang ada, PelemCoffee terus melakukan pembenahan sarana dan prasarana, kualitas produk, serta sumber daya manusianya. Hal ini bertujuan agar PelemCoffee mampu bersaing dengan kedai kopi lainnya.

Dalam memasarkan suatu produk setiap perusahaan harus menetapkan harga secara tepat, karena ini menentukan keuntungan dan

kelangsungan hidup perusahaan, serta akan menjadi bahan pertimbangan konsumen dalam keputusan pembelian produk. Harga merupakan sejumlah uang yang harus dikeluarkan konsumen untuk mendapatkan sebuah produk yang ingin dibelinya. Harga yang ditawarkan pada kedai kopi ini sangat bersahabat dan bersaing dengan kedai kopi lainnya. Untuk menu kopi dimulai dengan harga Rp. 12.000 sampai dengan Rp.18.000 sedangkan untuk menu minuman lain dimulai dengan harga Rp. 5.000 sampai dengan Rp. 15.000.

Strategi ini dilakukan PelemCoffee agar produknya dapat dinikmati oleh semua kalangan, mengingat gaya hidup masyarakat sekarang ini yg hobi nongkrong. Dengan harga yang ditawarkan PelemCoffee tidak mahal membuat konsumen kembali lagi berkunjung. Permasalahan yang terjadi mengenai harga yaitu terkadang pada saat ramai pengunjung, harga jumlah pembayaran tidak sesuai dengan daftar menu, kemungkinan hal ini terjadi akibat adanya salah hitung karena PelemCoffee sendiri masih menggunakan hitung manual dan belum adanya kasir tetap.

Kualitas produk merupakan bagaimana menggambarkan kemampuan suatu produk dalam memberikan sesuatu yang dapat memuaskan konsumen. Kualitas produk merupakan hal yang penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin produknya dapat bersaing di pasar. Hal yang dilakukan PelemCoffee dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat ini yaitu dengan meningkatkan kualitas produknya. PelemCoffee terus meningkatkan kualitas produknya dengan menawarkan berbagai macam menu minuman dengan rasa dan tampilan yang baik dari setiap produk yang disajikan, sesuai dengan harga yang ditawarkan kepada konsumen. Dalam hal ini PelemCoffee melakukan upgrade mesin yang lebih baik lagi dari mesin sebelumnya, karena sebuah mesin kopi yang baik dapat menentukan standar kualitas dan rasa pada minuman kopi yang disajikan.

PelemCoffee juga melakukan pembenahan pada desain kemasan cup kopi, yang sebelumnya kemasan cup kopi hanya polos sekarang ditambah dengan menggunakan logo serta bacaan yang kekinian di kemasan cup kopi tersebut. Hal ini dilakukan agar menarik minat konsumen untuk membeli produk tersebut. Di satu sisi juga terdapat keluhan konsumen terhadap kualitas produk yaitu mengenai konsistensi rasa pada minuman kopi yang terkadang terlalu pahit, terlalu panas atau terlalu dingin. Kemungkinan hal ini terjadi pada saat ramai pengunjung, sehingga membuat barista terburu-buru dalam menyajikan kopi atau bahkan pramusaji yang lama mengantar sehingga membuat rasa dari kopi tersebut terkadang tidak optimal. Pada tahun 2021 Yuyun Eka Wahyuningtyas melakukan penelitian dengan

judul “Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Harga dan Gaya Hidup (*Life Style*) Terhadap Keputusan Pembelian Kedai Hitz”. Hasil melalui uji simultan, kualitas produk, promosi, harga dan gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk, harga dan gaya hidup yang menjadi persamaan dengan penelitian yang dilakukan dengan penulis. Sedangkan perbedaannya terletak pada tempat dan tahun pelaksanaan penelitian

Keputusan pembelian merupakan sebuah tindakan yang dilakukan konsumen untuk membeli suatu produk. Pengunjung yang melakukan keputusan pembelian sebagian besar merupakan pengunjung yang menjadikan PelemCoffee sebagai tempat kumpul mereka. Oleh karena itu gaya hidup, harga dan kualitas produk diduga dapat mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan dalam membeli. Jika sesuai dengan keinginan dan kebutuhan masyarakat maka akan banyak orang yang membuat keputusan membeli produk tersebut, akan tetapi jika tidak sesuai maka akan membuat konsumen bafikir ulang dalam memutuskan melakukan pembelian.

Melihat kondisi yang telah dijelaskan di atas, maka peneliti bermaksud untuk mengadakan sebuah penelitian dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PelemCoffee Aek Songsongan Kabupaten Asahan”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

1. Apakah gaya hidup, harga dan kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada PelemCoffee Aek Songsongan Kabupaten Asahan?
2. Apakah gaya hidup, harga dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada PelemCoffee Aek Songsongan Kabupaten Asahan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara parsial pengaruh gaya hidup, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada PelemCoffee Aek Songsongan Kabupaten Asahan.
2. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara simultan pengaruh gaya hidup, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada PelemCoffee Aek Songsongan Kabupaten Asahan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

1. Christania A.S. Wowor, et.al (2021) Pengaruh Citra Merek, Harga dan Gaya Hidup Terhadap

Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa Di Kota Manado.

2. Hendri Sobari dan Gungun Gunawan (2021) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi Belrum Kecamatan Panumbangan Kabupaten Ciamis.
3. Agunawan Andis, et.al (2022) Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Samsung Pada Toko Centro Palopo.
4. Muhammad Zakaria Ramadhan dan Heru Suprihhadi (2019) Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Cafe Dalem Kopi Surabaya.
5. Yuyun Eka Wahyuningtyas (2022) Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Harga dan Gaya Hidup (*Life Style*) Terhadap Keputusan Pembelian Kedai Hitz.

2.2. Landasan Teori

A. Gaya Hidup

Menurut Setiadi gaya hidup didefinisikan sebagai cara yang diidentifikasi oleh bagaimana seseorang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia di sekitarnya (pendapat).

B. Harga

Menurut Stanton harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya. Dalam proses jual beli harga menjadi salah satu bagian yang terpenting, karena harga merupakan alat tukar dalam suatu transaksi

C. Kualitas Produk

Menurut Mowen kualitas produk adalah proses evaluasi secara keseluruhan kepada pelanggan atas perbaikan kinerja suatu barang atau jasa. Sedangkan Menurut Kotler dan Amstrong dalam Muhammad Zakaria kualitas produk adalah karakteristik suatu produk atau jasa yang tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan

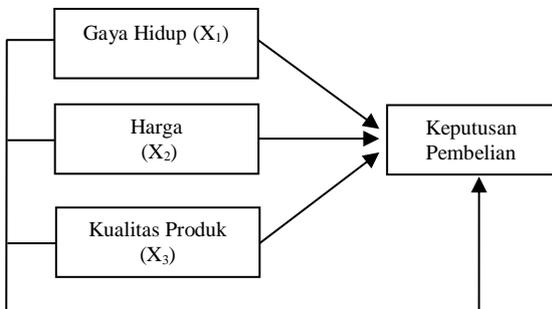
D. Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Amstrong mendefinisikan keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka

2.3. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual berisi gambaran pola hubungan antar variabel independen dan variabel dependen. Berdasarkan teori-teori yang digunakan, maka peneliti membuat suatu kerangka konseptual

yang menghubungkan dari variabel independen yaitu Gaya Hidup (X_1), Harga (X_2) dan Kualitas Produk (X_3) terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y) yang dilakukan konsumen PelemCoffee Kecamatan Aek Songsongan.



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

2.3. Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan atau dugaan atau jawaban sementara yang harus dibuktikan kebenarannya untuk menjawab sebuah permasalahan. Berdasarkan kerangka konseptual diatas maka, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini antara lain :

H_1 : Terdapat pengaruh antara gaya hidup, harga dan kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian pada PelemCoffee Aek Songsongan Kabupaten Asahan.

H_2 : Terdapat pengaruh antara gaya hidup, harga dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian pada PelemCoffee Aek Songsongan Kabupaten Asahan.

III. METODE PENELITIAN

3.1. Jenis dan Sifat Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme atau berdasarkan gejala/fenomena, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan

3.1.2 Sifat Penelitian

Sifat penelitian ini menggunakan Penelitian deskriptif bertujuan menggambarkan secara tepat suatu individu keadaan, gejala, atau kelompok tertentu, atau menentukan frekuensi. dari penelitian deskriptif ialah membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan sistematis faktual mengenai fakta-fakta, sifat serta hubungan atau fenomena yang di tentukan

3.2. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian dilakukan pada PelemCoffee yang beralamat di Jl. Lintas Sigurgura, Dusun VII, Desa Aek Songsongan, Kecamatan Aek Songsongan, Kabupaten Asahan.

3.3. Populasi dan sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.¹ Dengan demikian yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung pada PelemCoffee Aek Songsongan Kabupaten Asahan. Yang tidak diketahui dengan pasti jumlahnya

3.1.2 Sampel

Menurut Sugiyono sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili) Dalam menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus Lemeshow. Rumus Lemeshow digunakan karena jumlah populasi yang tidak diketahui atau tidak terhingga. Adapun rumus Lemeshow yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{Za^2 \times P \times Q}{L^2}$$

Keterangan :

- n = Jumlah sampel
- Za = Nilai standar dari distribusi nilai
- $a = 5\% = 1,96$
- P = Prevalensi *outcome*, karena data belum didapat, maka dipakai 50%
- Q = $1 - P$
- L = Tingkat ketelitian 10%

Jumlah sampel yang akan digunakan yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{(1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}{(0,1)^2} = 96,04$$

Jumlah sampel yang diperoleh adalah sebesar 96,04 yang kemudian dibulatkan menjadi 96 konsumen yang berkunjung dan membeli pada PelemCoffee Aek Song-songan, dengan kriteria sebagai berikut:

1. Usia responden sudah cukup 17 tahun.
2. Konsumen yang pernah berkunjung dan pernah melakukan pembelian pada PelemCoffee Aek Songsongan Kabupaten Asahan.

3.4. Skala Pengukuran Variabel

Skala pengukuran variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono skala

¹*Ibid*, hal. 130

likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kriteria pengukurannya adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2. Instrumen Skala Likert

No	Pertanyaan	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Kurang Setuju	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

3.6. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan dalam kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Menurut Ghazali mengukur validitas dapat dilakukan dengan cara melakukan korelasi antar skor butir pernyataan dengan total skor konstruk atau variabel. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan r hitung dengan r tabel. Dasar pengambilan keputusan :

1. Jika r hitung $>$ r tabel, maka pernyataan tersebut dinyatakan valid
2. Jika r hitung $<$ r tabel, maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

3.7. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Uji reliabilitas dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukuran dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* (α). Menurut Ghazali suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $>$ 0,60

3.8. Uji Asumsi Klasik

A. Uji Normalitas

Menurut Ghazali uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak . Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat dilakukan dua cara yaitu :

1. Uji grafik
 - a. Histogram
 - 1) Jika data menggambarkan pola distribusi yang tidak menceng ke kiri dan ke kanan, namun tepat di tengah seperti bentuk lonceng, maka data berdistribusi normal.
 - 2) Jika data menggambarkan pola distribusi yang menceng ke kiri dan ke kanan atau tidak

beraturan, maka data tidak berdistribusi normal.

b. P-P Plot

1. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik P-P Plot menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau P-P Plot tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Uji statistik yang dilakukan untuk menguji normalitas residual yaitu uji statistik *Kolmogorov-Smirnov Test*. Data residual berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi $>$ 0,05 dan data residual tidak berdistribusi normal jika nilai signifikansi $<$ 0,05.

B. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghazali uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Cara untuk menguji atau mendeteksi terhadap adanya multikolinearitas dalam model regresi yaitu sebagai berikut :

1. Dengan melihat besarnya VIF (*variance inflation factor*), suatu model regresi yang bebas multikolinearitas yaitu apabila nilai $VIF <$ 10.
2. Dengan melihat besarnya nilai TOL (*tolerance*), suatu model regresi yang bebas multikolinearitas yaitu apabila nilai $tolerance >$ 0,1

C. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mengetahui terjadinya atau tidak heteroskedastisitas dalam suatu model regresi linier berganda dapat dilihat dari grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residual SRESID, dengan dasar analisis :

1. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.12. Model Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan untuk menganalisis hipotesis dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linier Berganda. Menurut

Santoso dalam Christiana Analisis Regresi Linier Berganda digunakan untuk memprediksi besar variabel terikat (variabel dependent) menggunakan data dari dua atau lebih variabel bebas (independent) yang sudah diketahui besarnya

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana :

- Y = Keputusan Pembelian
- a = Konstanta
- b₁ = Koefisien Regresi Gaya hidup
- b₂ = Koefisien Regresi Harga
- b₃ = Koefisien Regresi Kualitas Produk
- X₁ = Gaya Hidup
- X₂ = Harga
- X₃ = Kualitas Produk
- e = Error of term

pengaruh variabel *independent* dan variabel *dependent* diuji dengan tingkat kepercayaan (*Confidence interval*) 95% atau $\alpha = 5\%$.

3.13. Pengujian Hipotesis

1. Uji Simultan (Uji-F)

Uji F bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas secara serempak terhadap variabel terikatnya. Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

1. $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan nilai signifikansi $> 0,05$. H_0 diterima, artinya variabel independen secara serentak atau simultan tidak mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.
2. $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikansi $< 0,05$. H_a diterima, artinya variabel independen secara serentak atau simultan bersama-sama mempengaruhi variabel dependen secara signifikan

2. Uji Parsial (Uji-t)

Uji t bertujuan untuk melihat pengaruh variabel bebas yaitu pengaruh variabel bebas yaitu gaya hidup (X_1), harga (X_2) dan kualitas produk (X_3) secara individu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian.. Kriteria pengujiannya adalah

1. $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $> 0,05$. H_0 diterima, artinya variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen secara signifikan.
2. $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< 0,05$. H_a diterima, artinya variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan

3. Uji Determinasi (R^2)

Uji determinasi (R^2) bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen, dengan melihat nilai *adjusted* R^2 . Nilai koefisien determinasi (R^2) yaitu antara nol dan satu. Dapat dilihat dari R^2 dimana $0 < R^2 < 1$. Hal ini menunjukkan jika R^2 semakin dekat pada nilai 1

maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat semakin kuat. Namun sebaliknya, jika R^2 semakin dekat pada nilai 0 maka pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat semakin lemah.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Uji Reliabilitas

Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas

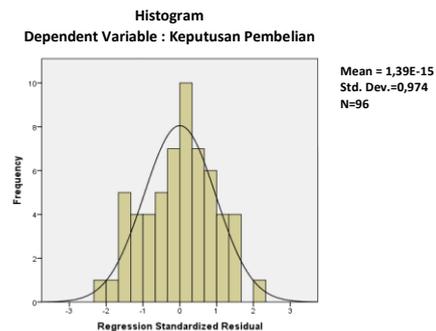
Variabel	Cronbach's Alpha	N Of Items	Keterangan
Gaya Hidup	0,893	4	Reliabel
Harga	0,779	3	Reliabel
Kualitas Produk	0,706	4	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,852	4	Reliabel

Berdasarkan tabel di atas, masing-masing instrumen variabel penelitian memiliki nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa keseluruhan instrumen variabel yang digunakan telah reliabel.

4.3. Uji Asumsi Klasik

A. Uji Normalitas

a. Hasil Grafik Histogram

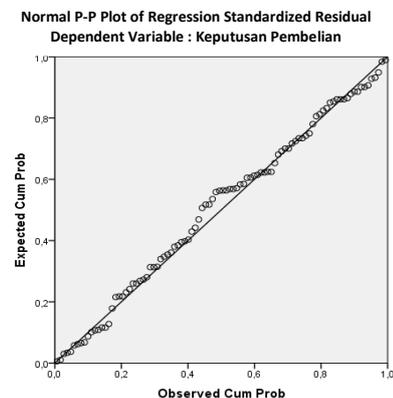


Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Histogram

Sumber : Penelitian, 2022 (data diolah)

Berdasarkan gambar 4.1 grafik histogram di atas model regresi cenderung membentuk kurva normal serta tidak miring ke kiri atau ke kanan dan dengan angka standar deviasi mendekati satu yaitu sebesar 0,974. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa model regresi penelitian ini berdistribusi normal.

b. Hasil Uji PP-Plot



Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas PP-Plot

Sumber : Penelitian, 2022 (data diolah)

Berdasarkan gambar 4.2 dapat dilihat bahwa Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa titik-titik berada tidak jauh dari garis diagonal. Hal ini berarti bahwa model regresi penelitian ini sudah berdistribusi normal.

B. Uji Statistik

Tabel 4.3
1 Sampel (K-S) Kolmogorov-Smirnov

	Unstandardized Residual
N	96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean 0E-7
	Std. Deviation ,96078039
Most Extreme Differences Absolute	,064
	Positive ,063
	Negative -,064
Kolmogorov-Smirnov Z	,495
Asymp. Sig. (2-tailed)	,967

Sumber : Penelitian, 2022 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.3 di atas terlihat bahwa Uji statistik *Kolmogorov-Smirnov* memiliki nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* sebesar $0,967 > 0,05$, ini berarti nilainya diatas nilai signifikansi 5% (0,05). Dengan kata lain variabel pada penelitian ini berdistribusi normal dan layak untuk digunakan

B. Uji Multikolinearitas

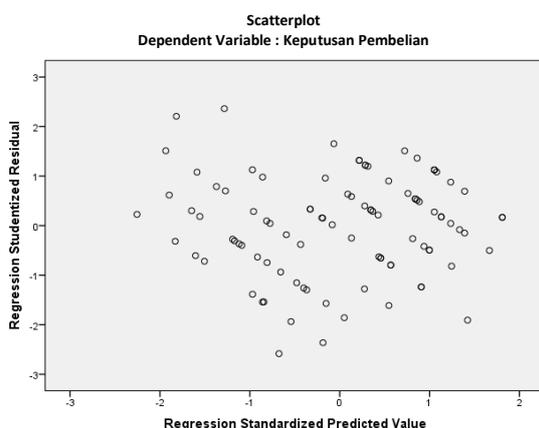
Tabel 4.4
Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 Gaya Hidup	,729	1,371
Harga	,696	1,438
Kualitas Produk	,961	1,693

Sumber : Penelitian, 2022 (data diolah)

Pada tabel di atas dapat dilihat semua nilai *Tolerance* $> 0,1$ dan *VIF* < 10 . Hal ini berarti tidak terjadi multikolinieritas.

C. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Penelitian, 2022 (data diolah)

Pada gambar 4.3 dapat dilihat hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami gangguan

heteroskedastisitas. Hal ini dapat terlihat di mana titik-titik tersebar tanpa membentuk suatu pola tertentu dan tersebar baik di bawah atau di atas angka 0 pada sumbu Y.

4.4. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4.5 Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	-5,074	1,275	
1 Gaya Hidup	,316	,079	,250
Harga	,523	,097	,345
Kualitas Produk	,556	,074	,521

Sumber : Penelitian 2022 (Data diolah)

$$Y = -5,074 + 0,316 X_1 + 0,523 X_2 + 0,556 X_3 + e$$

- Konstanta senilai -5,074 menunjukkan bahwa apabila tidak terjadi perubahan pada Variabel Gaya Hidup (X_1), Harga (X_2) dan Kualitas Produk (X_3) atau variabel memiliki nilai nol maka nilai variabel Keputusan Pembelian (Y) tetap/konstan sama dengan -5,074.
- Variabel Gaya Hidup (X_1) mempunyai pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan koefisien 0,316, hal ini menunjukkan apabila terjadi peningkatan Gaya Hidup (X_1) sebesar satu-satuan maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian sebesar 0,316 satuan.
- Variabel Harga (X_2) mempunyai pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan koefisien 0,523, hal ini menunjukkan apabila terjadi peningkatan Harga (X_2) sebesar satu-satuan maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian sebesar 0,523 satuan.
- Variabel Kualitas Produk (X_3) mempunyai pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan koefisien 0,556, hal ini menunjukkan apabila terjadi peningkatan Kualitas Produk (X_3) sebesar satu-satuan maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian sebesar 0,556 satuan.

4.5. Pengujian Hipotesis

A. Uji Simultan (Uji-F)

Tabel 4.6
Hasil Uji-F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	290,121	3	96,707	99,345	,000 ^b
1 Residual	53,540	92	,973		
Total	343,661	95			

Sumber : Penelitian, 2022 (data diolah)

hasil Anova, diperoleh F_{hitung} sebesar 99,345 dengan nilai signifikan 0,000. Sedangkan F_{tabel}

sebesar 2,70 dengan α 0,05. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa secara simultan Variabel Gaya Hidup, Harga, Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($99,345 > 2,70$) signifikan penelitian ($0,000 < 0,05$). Hal ini mengindikasikan bahwa hasil penelitian H_a diterima dan H_0 ditolak.

B. Pengujian Parsial (Uji-t)

Tabel 4.7
Uji Parsial (Uji-t)
Coefficients^a

Model	T	Sig.
(Constant)	-3,978	,000
1 Gaya Hidup	4,015	,000
Harga	5,411	,000
Kualitas Produk	7,523	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Penelitian, 2022 (data diolah)

1. Nilai signifikan Variabel Gaya Hidup sebesar $0,000 < 0,05$, hal ini menunjukkan bahwa Variabel Gaya Hidup (X_1) berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian (Y) dan dibuktikan pula dengan nilai t_{hitung} ($4,015$) $>$ t_{tabel} ($1,98609$) dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.
2. Nilai signifikan Harga sebesar $0,000 < 0,05$, hal ini menunjukkan bahwa Variabel Harga (X_2) berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian (Y) dan dibuktikan pula nilai t_{hitung} ($5,411$) $>$ t_{tabel} ($1,98609$) dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.
3. Nilai signifikan Variabel Kualitas Produk sebesar $0,00 < 0,05$, hal ini menunjukkan bahwa Variabel Kualitas Produk (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) dan dibuktikan pula nilai t_{hitung} ($7,523$) $>$ t_{tabel} ($1,98609$) dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

C. Uji Determinasi (R^2)

Tabel 4.8
Pengujian Determinasi (Uji- R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,919 ^a	,884	,836	,98664

Sumber : Penelitian 2022 (Data diolah)

menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi yang disesuaikan (*Adjusted R Square*) sebesar 0,836 atau sebesar 83,6%. Hal ini menunjukkan bahwa Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variabel Gaya Hidup, Harga,

Kualitas Produk sebesar 83,6% sedangkan sisanya sebesar 16,4% dijelaskan oleh faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.2. Pembahasan

Sebagai hasil penelitian setelah dilakukan analisa data maka dapat dideskripsikan hasil penelitian tersebut sebagai berikut:

A. Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Dari hasil pengolahan data diketahui bahwa secara simultan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($99,345 > 2,70$), dan *sig.* α ($0,000^b$) lebih kecil dari alpha 5% ($0,05$). Hal ini mengindikasikan bahwa hasil penelitian H_a diterima dan H_0 ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara simultan Variabel Gaya Hidup, Harga, Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Pada PelemCoffee Aek Songsongan Kabupaten Asahan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Agunawan Andis, et.al yang menyatakan bahwa kualitas produk dan harga mempunyai pengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian..

B. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian

Dari hasil pengolahan data diketahui bahwa variabel Gaya Hidup (X_1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,015 > 1,98609$). Berdasarkan hasil yang diperoleh untuk variabel Gaya Hidup maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal ini dikarenakan pembeli memiliki gaya hidup yang modern sesuai dengan gaya dan nuansa yang ada di PelemCoffee, sehingga pembeli tetap mempertahankan keputusan pembelian Pada PelemCoffee Aek Songsongan Kabupaten Asahan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuyun Eka Wahyuningtyas yang menyatakan bahwa Gaya Hidup mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian

C. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Dari hasil pengolahan data diketahui bahwa variabel Harga (X_2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,411 > 1,98609$), Berdasarkan hasil yang diperoleh untuk variabel Harga maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal ini dikarenakan harga yang ditawarkan kepada pembeli cukup bervariasi dan sesuai dengan harga yang ada di pasaran, sehingga pembeli tetap mempertahankan keputusan pembelian Pada PelemCoffee Aek Songsongan Kabupaten Asahan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Christania A.S. Wowor, et.al yang menyatakan bahwa harga secara

simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Terhadap keputusan pembelian

D. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Dari hasil pengolahan data diketahui bahwa variabel Kualitas Produk (X_3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,523 > 1,98609$), Berdasarkan hasil yang diperoleh untuk variabel Kualitas Produk maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal ini dikarenakan kualitas produk yang ditawarkan kepada pembeli cukup bervariasi dan sesuai dengan kualitas produk yang diberikan, sehingga pembeli tetap mempertahankan keputusan pembelian Pada PelemCoffee Aek Songsongan Kabupaten Asahan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hendri Sobari dan Gungun Gunawan yang menyatakan bahwa kualitas produk secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Terhadap keputusan pembelian

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Gaya Hidup (X_1), Harga (X_2) dan Kualitas Produk (X_3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) hal ini dibuktikan dengan hasil uji F yaitu $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($99,345 > 2,70$) dengan signifikan $0,00 < 0,05$.
2. Variabel Gaya Hidup (X_1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,015 > 1,98609$) dengan signifikan $0,000 < 0,05$.
3. Variabel Harga (X_2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,411 > 1,98609$) dengan signifikan $0,000 > 0,05$.
4. Variabel Kualitas Produk (X_3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,523 > 1,98609$) dengan signifikan $0,000 > 0,05$.
5. Hasil penelitian koefisien determinasi menunjukkan angka sebesar 0,836 yang berarti bahwa variabel Gaya Hidup, Harga, Kualitas Produk mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Pembelian sebesar 83,6% sedangkan sisanya sebesar 16,4% dijelaskan oleh faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2. Saran

Setelah Dari penelitian dan pembahasan yang dilakukan sebelumnya, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Setelah melakukan penelitian, Gaya Hidup, Harga, Kualitas Produk adalah bagian penting yang dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian pada PelemCoffee Aek Songsongan Kabupaten Asahan. Berkaitan dengan hal tersebut variabel Kualitas Produk yang lebih dominan mempengaruhi Keputusan Pembelian. PelemCoffee Aek Songsongan Kabupaten Asahan sebaiknya memperhatikan Kualitas Produk dengan baik, agar pembeli merasa puas sehingga datang kembali ke PelemCoffee Aek Songsongan Kabupaten Asahan.
2. Walaupun Kualitas Produk lebih dominan mempengaruhi Keputusan Pembelian PelemCoffee Aek Songsongan Kabupaten Asahan juga harus memperhatikan faktor-faktor lain seperti Gaya Hidup memiliki pengaruh yang paling rendah maka harus ditingkatkan dan menjadi fokus perhatian.
3. Kepada pihak PelemCoffee agar tetap mempertahankan harga yang diberikan kepada pembeli, karena dirasa sudah cukup baik, agar pembeli merasa senang dengan harga yang diberikan sehingga ada keinginan untuk datang kembali PelemCoffee Aek Songsongan Kabupaten Asahan,
4. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan referensi serta acuan untuk melakukan penelitian kedepan dengan menambahkan lebih banyak variabel lain agar penelitian yang dilakukan lebih sempurna.

DAFTAR PUSTAKA

a. Buku

- Akdon dan Riduwan, *Rumus dan Data dalam Analisis Statistika Cetakan Kedua*, Alfabeta, Bandung, 2010
- Arianty Nel, et.al, *Manajemen Pemasaran*, Perdana Publishing, Medan, 2015
- Assauri, Sofjan, *Manajemen Pemasaran*, Rajawali Pers, Jakarta, 2010
- Firmansyah Farid dan Haryanto Rudy, *Manajemen Kualitas Jasa*, Duta Media Publishing, Surabaya, 2019
- Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*, Universitas Diponegoro, Semarang, 2013
- Indrasari, Meithina, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, Unitomo Press, Surabaya, 2019

Kotler Philip dan Armstrong Gary, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 1, Erlangga, Jakarta, 2016

Priansa Donni Juni, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, Alfabeta, Bandung, 2017

Setiadi J. Nugroho, *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan Dan Keinginan Konsumen*, Prenada Media Group, Jakarta, 2019

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Alfabeta, Bandung, 2019

Sumarwan Ujang, et.al, *Pemasaran Strategik : Perspektif Perilaku Konsumen dan Marketing Plan*, IPB, Bogor, 2015

Tjiptono, Fandy dan Chandra Gregorius, *Pemasaran Strategik*, Andi, Yogyakarta, 2016

b. Penerbitan Berkala :

Andis Agunawan, et.al, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Samsung Pada Toko Centro Palopo”, *Jurnal Manajemen*, Vol.5 No.1 Tahun 2019

Ramadhan Muhammad Zakaria dan Supriyadi Heru, “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Cafe Dalem Kopi Surabaya”, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol.10 No.2, Tahun 2021

Sobari Hendri dan Gunawan Gungun, “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi Belrum Kecamatan Panumbangan Kabupaten Ciamis”, *Jurnal E-Bis*, Vol.5 No.2, Tahun 2021

Wahyuningtyas Yuyun Eka, , “Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Harga dan Gaya Hidup (*Life Style*) Terhadap Keputusan Pembelian Kedai Hitz”, *Jurnal Ilmu dan Riset Pemasaran*, Vol.2 No.6, Tahun 2021

Wowor, Christania A.S, et.al, “Pengaruh Citra Merek, Harga dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di Kota Manado”, *Jurnal EMBA*, Vol.9 No.3, Tahun 2021

c. Karya Ilmiah :

Ningsih Magfirola Setia, “Pengaruh Gaya Hidup Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Berlebel Halal Wardah (Studi Kasus Masyarakat Kampung Tualang Kecamatan Tualang Kabupaten Siak)”, *Skripsi*, Program Studi Manajemen, UIN Suska, Pekanbaru, 2020

d. Web Site :

<http://www.pinhome.id/kamus-istilah-properti>, akses tanggal 02 Maret 2021