

PENGARUH GAYA HIDUP DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA SANTA CRUZ PADA TOKO SEPEDA BAROKAH BIKE MALANG

Hizqil Ashari Cahya Pradana-¹
Musthofa Hadi-²

^{1,2} Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang

¹ hizqil.ashari@gmail.com,

² musthofa.hadi@polinema.ac.id,

ABSTRAK

(Hizqil Ashari Cahya Pradana, 2021,91 Halaman)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda Santa Cruz pada toko sepeda Barokah Bike Malang.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan data primer dengan menyebarkan kuesioner pada 60 responden yang telah diambil dengan teknik purposive sampling. Responden merupakan *customer* toko sepeda Barokah Bike Malang yang pernah membeli sepeda dengan merek Santa Cruz. Analisa data penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Variabel bebas terdiri dari gaya hidup dan harga sedangkan variabel terikat yaitu keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini menunjukkan gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Gaya hidup dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda Santa Cruz pada toko sepeda Barokah Bike Malang. Besarnya pengaruh gaya hidup dan harga sebesar 50,4% dan 49,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas pada penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian ini, didapatkan kesimpulan bahwa Toko Sepeda Barokah Bike Malang mempertahankan harga, karena variabel harga mempunyai pengaruh dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian, sehingga dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli.

Kata kunci : Gaya Hidup; Harga; Keputusan Pembelian; Toko Sepeda Barokah Bike Malang.

ABSTRACT

(Hizqil Ashari Cahya Pradana, 2021, 91 pages)

This study aimed to determine the effect of lifestyle and price on the decision to purchase a Santa Cruz bicycle at the Barokah Bike Shop in Malang.

This was a quantitative research. This study used primary data by distributing questionnaires to 60 respondents who was been chosen with the purposive sampling technique. The respondents were the customers of the Bike Shop Barokah Bike Malang who used the Santa Cruz brand as their bicycles. The data were analyzed with the multiple regression analysis. The independent variables consisted of lifestyle and price, while the dependent variable was purchasing decisions.

The results showed that both lifestyle and prices affected purchasing decisions. Lifestyle and price had an effect on purchasing decisions for Santa Cruz Bikes at Barokah Bike Shop in Malang. The magnitude of the influence of lifestyle and price was 50.4% and the remaining 49.6% was influenced by other variables that were not discussed in this research.

Based on the results, it is suggested that Barokah Bike Shop Malang maintain the price, because the price variable has a dominant influence in affecting the purchasing decisions. So that it can influence consumers to buy.

Keywords: Lifestyle; Price; Buying decision; Bike Shop Barokah Bike Malang.

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Pada saat ini produk sepeda semakin beragam, baik jenis maupun mereknya. Santa Cruz merupakan merek sepeda luar negeri yang mengusung tema atau *genre* sepeda downhill dengan menghadirkan sepeda yang *trendy*, inovatif dan aman. Namun tetap konsisten dalam menjaga kualitas produk.

Gaya hidup pengguna Santa Cruz yang dituntut eksis dan memiliki pandangan tersendiri di mata masyarakat, dengan menggunakan produk *prestige* ini akan terlihat lebih menarik. Jika gaya hidup dari seseorang itu tinggi, maka tentunya juga akan menggunakan sepeda dengan harga yang cukup mahal. Gaya hidup dan harga mempengaruhi seseorang dalam melakukan

keputusan pembelian. Hal ini membuat peneliti melakukan penelitian lebih lanjut untuk membuktikan apakah kejadian tersebut terbukti yaitu pengaruh gaya hidup dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda Santa Cruz pada pelanggan Toko Sepeda Barokah Bike Malang.

1.2. Rumusan Masalah

Apakah gaya hidup dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda Santa Cruz pada Toko Sepeda Barokah Bike Malang?

1.3. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui gaya hidup dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda Santa Cruz pada Toko Sepeda Barokah Bike Malang.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Kajian Empiris

Hasil penelitian Putri(2018) menunjukkan bahwa gaya hidup dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *Moslem Fashion* Di Elzatta Hijab Kawi Malang. Hasil penelitian Solichah(2019) menunjukkan bahwa gaya hidup dan harga berpengaruh secara simultan akan tetapi harga tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian Aresty(2019) menunjukkan bahwa gaya hidup dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian Nichlah(2019) menunjukkan bahwa gaya hidup dan harga secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara parsial variabel gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan variabel harga berpengaruh

2.2 Kajian Teori

2.2.1 Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller dalam Limakrisna dan Purba (2017:4) Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang dibutuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan mempertukarkan produk yang bernilai kepada pihak lain.

2.2.2 Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Priansa (2017:4) Manajemen Pemasaran merupakan suatu proses untuk memberikan nilai kepada konsumen dan membangun hubungan erat dengan konsumen dengan cara yang menguntungkan.

2.2.3 Bauran Pemasaran

Menurut Kotler dan Armstrong (2012) dalam Widyastuti (2017:92) bauran pemasaran (*marketing mix*) yaitu merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan perusahaannya di pasar sasaran.

2.2.4 Perilaku Konsumen

Menurut Schiffman dan Kanuk dalam Sumarwan (2011:4) Istilah perilaku konsumen diartikan sebagai perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka.

2.2.5 Gaya Hidup

Menurut Kotler dan Keller (2016), Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya.

2.2.6 Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2012) Dalam arti yang sempit harga (*price*) adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, lebih luas lagi harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

2.2.7 Indikator Harga

Menurut Tjiptono (2015:156) indikator harga terdiri dari sebagai berikut dan indikator harga tersebut yang bisa digunakan dalam penelitian ini yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat.

2.2.8 Keputusan Pembelian

Menurut Alma (2011:96) suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence*, *people* dan *process*, sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa response yang muncul produk apa yang akan dibeli.

2.2.9 Proses Keputusan pembelian

Menurut Kotler & Keller (2016:235) terdapat lima proses keputusan pembelian yang dilalui oleh setiap individu dalam melakukan pembelian, yaitu: pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan tingkah laku pasca pembelian.

3. Metodologi

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif.

3.2. Populasi

Populasi dalam penelitian ini tidak dapat diketahui, dikarenakan dari data toko tidak spesifikasi dalam penggolongan pembelian sepeda merek Santa Cruz.

3.3. Sampel

Sampel yang ditemukan berjumlah 5 x 12 (indikator) = 60 responden.

3.4. Teknik Sampling

Menggunakan metode sampling *Nonprobability Sampling* dengan teknik *purposive sampling*.

3.5. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel pada penelitian ini terdiri dari tiga variabel, yaitu: Gaya Hidup (X1), Harga (X2), dan Keputusan Pembelian (Y).

3.6. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data penelitian ini yaitu Kuesioner, observasi, dan dokumentasi.

3.7. Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda.

3.8. Uji

3.8.1. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2013:52) uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner.

3.8.2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2016:47) uji reliabilitas sebenarnya adalah untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel yang konstruk (konsep yang memiliki acuan).

3.8.3. Uji t

Menurut Ghozali (2018: 98) Uji statistik t pada dasarnya “menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/*independen* secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen”.

3.8.4. Uji F

Menurut Sunyoto (2013:137) “Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara variabel *independent* terhadap variabel *dependen* secara bersama-sama yaitu menggunakan F hitung”.

3.8.5. Uji Asumsi Klasik

3.8.5.1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2013:160) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.

3.8.5.2. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali (2016:103) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*).

3.8.5.3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2013:139) uji heteroskedastisitas untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain.

4. Hasil Penelitian dan Bahasan

4.1. Uji Validitas

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa keseluruhan item dinyatakan *valid*.

4.2. Uji Reliabilitas.

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa keseluruhan item uang digunakan sebagai alat ukur variabel dinyatakan *reliable*.

4.3. Uji t

Hasil penelitian menunjukkan Gaya Hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian dikarenakan Variabel Gaya Hidup (X1) memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,162 > 1,67203$

Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian dikarenakan variabel Harga (X2) memiliki $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $5.822 > 1,67203$

4.4. Uji F

Berdasarkan hasil uji F dapat disimpulkan bahwa variabel Gaya Hidup (X1) dan Harga (X2) berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).

4.5. Uji Asumsi Klasik

4.5.1. Uji Normalitas

Model regresi menunjukkan bahwa penyebaran data (titik) berada di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

4.5.2. Uji Heteroskedastisitas

Model regresi menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi homokedastisitas.

4.5.3. Uji Multikolinieritas

Gaya Hidup dan Harga memiliki nilai *tolerance* yang memenuhi persyaratan ambang batas *tolerance* dan VIF variabel bebas berada pada nilai *tolerance* $0,804 > 0,10$ atau sama dengan nilai VIF $1,244 < 10$ sehingga pada analisis ini tidak terjadi multikolinieritas atau

variabel bebas yang menjelaskan pengaruh yang sama terhadap variabel terikat.

4.6. Bahasan

Berdasarkan analisis data, dan pembahasan mengenai pengaruh Gaya Hidup dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Santa Cruz Pada Toko Sepeda Barokah Bike Malang diperoleh hasil pengujian hipotesis simultan (Uji F) menunjukkan bahwa diketahui nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} dan nilai signifikan kurang dari 0,05, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel Keputusan Pembelian (Y) atau dengan kata lain variabel independen Gaya Hidup (X1) dan Harga (X2) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian (Y).

5. Simpulan dan Saran

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa gaya hidup dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda Santa Cruz pada Toko Sepeda Barokah Bike Malang.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil analisa yang telah disajikan, maka saran yang dapat diberikan yaitu diharapkan Toko Sepeda Barokah Bike dapat mempertahankan harga, karena variabel Harga mempunyai pengaruh dominan dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian.

6. Daftar Rujukan

- Alma,Buchari. 2011, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Cetakan Kesembelian, Alfabeth, Bandung.
- Ghozali,Imam. 2016, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS 19* Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali,Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS*. Edisi 7. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Kotler dan Amstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 2, Edisi 13. Jakarta: Erlangga
- Kotler dan Keller. 2012. *Marketing Management Fourteenth Edition*. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler dan Keller.2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2, Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Limakrisna,N dan Togi Parolian Purba. 2017. *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Dalam Bisnis* Edisi 2, Jakarta :Mitra Wacana Media
- Priansa. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Sunyoto,Danang,2012. *Teori, Kuesioner,dan Analisi Data Sumber Daya Manusia(Praktik Penelitian)*, Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service)
- Sunyoto, Danang “Teori Kuisisioner dan Analisis Data” untuk pmasaran dan perilaku konsumen. 2013: Graha Ilmu
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2012. *Pemasaran Strategi*, Yogyakarta: CV Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana 2016. *Pemasaran, Esensi dan Aplikasi* Yogyakarta: CV Andi Offset
- Widyastuti, Sri. 2017. *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jakarta Selatan: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pancasila
- Aresty, Nila. 2019. *Pengaruh Gaya Hidup dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Iphone Di Kalangan Mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang*. Skripsi D4 Manajemen Pemasaran. Politeknik Negeri Malang
- Niclah, Fazatun. 2019. *Pengaruh Gaya Hidup dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Lipstick Merek Wardah*. Skripsi D4 Manajemen Pemasaran. Politeknik Negeri Malang
- Solichah,Hanum Mazroatus. 2019. *Pengaruh Gaya Hidup dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Butik Ria Miranda Malang*. Skripsi D4 Manajemen Pemasaran. Politeknik Negeri Malang
- Putri,Alfi Zumaroh. 2018. *Pengaruh Gaya Hidup dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Moslem Fashion Di ElZatta Hijab Kawi Malang*. Skripsi D4 Manajemen Pemasaran. Politeknik Negeri Malang