

PENGARUH GAYA HIDUP, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI CARVAS COFFEE HOUSE MEDAN JOHOR

Hastia Ningrum¹, Muttawaqil Billah Tumanggor²

^{1,2})Fakultas Ekonomi, Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah, Program Studi Manajemen
Email author: hastianingrum64@gmail.com

ABSTRACT

This research needs to be done before capturing the impact of Lifestyle, Product Quality and Price on Consumer Purchase Decisions at Carvas Coffee House Medan Johor. This research uses quantitative descriptive, operating in the community are customers of Carvas Coffee House Medan Johor October to December 2021, namely 9114 people. The inspection container is at Carvas Coffee House Jl. Karya Kasih No.54 Medan Johor Medan City, North Sumatra, from December 2021 to July 2022. The sampling technique used in this study was the Slovin Formula, so that the sample was set at 99 people. The results of this debate show that the multiple linear difficulty alignment tucked into the alignment of $Y = 4.220 + 0.423X_1 + 0.424X_2 + 0.409X_3$. The results of the study t tucked $t_{count} = 2.896 > t_{table} = 1.661$ and a significance of $0.005 < 0.05$, then H_a is accepted and H_o is rejected which means that the Lifestyle variable (X_1) partially has a significant influence on Purchase Decision (Y) at Carvas Coffee House Medan Johor. The value of $t_{count} = 3.024 > t_{table} = 1.661$ and a significance of $0.003 < 0.05$, then H_a is accepted and H_o is rejected, which means that the Product Quality variable (X_2) partially has a significant influence on Purchase Decision (Y) at Carvas Coffee House Medan Johor. While the value of $t_{count} = 3.699 > t_{table} = 1.661$ and a significance of $0.000 < 0.05$, then H_a is accepted and H_o is rejected, which means that the price variable (X_3) partially has a significant effect on Purchase Decision (Y) at Carvas Coffee House Medan Johor. The results of the F test obtained a positive value $F_{count} = 60,441 > F_{table} = 2.47$ and a significance of $0.000 < 0.05$, so it can be concluded that the pathoist of life, the quality of something and the definition simultaneously have a positive and significant impact on consumer purchasing decisions at Carvas Coffee House Medan Johor. The value of Adjusted R Square (R^2) is 0.656 or 65.6%, while the remaining 34.4% is explained by other reasons not examined in this examination. So this examination concluded that the pathoist of life, the quality of something and the definition of the rule of purchase (Y).

Keywords: Lifestyle, Product Quality, Price, Purchase Decision

ABSTRAK

Riset ini membahas Gaya Hidup, Kualitas Produk dan Harga dengan pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Carvas Coffee House Medan Johor. Penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif, yang beroperasi masyarakat adalah pelanggan Carvas Coffee House Medan Johor Oktober s/d Desember 2021 yaitu 9114 orang. Adapun wadah pemeriksaan adalah di Carvas Coffee House Jl. Karya Kasih No.54 Medan Johor Kota Medan, Sumatera Utara, mulai Desember 2021 s/d Juli 2022. Teknik pengambi sampel penelitian ini memakai Rumus Slovin, sehingga sampel ditetapkan 99 orang. Hasil debat ini menunjukkan penyejajaran kesulitan linear berganda terselip penyejajaran $Y = 4,220 + 0.423X_1 + 0.424X_2 + 0.409X_3$. Hasil penelitian t terselip $t_{hitung} = 2,896 > t_{tabel} = 1,661$ dan signifikansi $0,005 < 0,05$, maka H_a diterima dan H_o ditolak yang berarti bahwa variabel Gaya Hidup (X_1) secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Carvas Coffee House Medan Johor. Nilai $t_{hitung} = 3.024 > t_{tabel} = 1,661$ dan signifikansi $0,003 < 0,05$, maka H_a diterima dan H_o ditolak yang berarti bahwa variabel Kualitas Produk (X_2) secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Carvas Coffee House Medan Johor. Sedangkan Nilai $t_{hitung} = 3.699 > t_{tabel} = 1,661$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_a diterima dan H_o ditolak yang berarti bahwa variabel Harga (X_3) secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Carvas Coffee House Medan Johor. Hasil uji F diperoleh nilai positif $F_{hitung} = 60.441 > F_{tabel} = 2,47$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga bisa disimpulkan bahwa gaya hidup, kualitas produk dan harga secara bersamaan mempunyai pengaruh positif dan berarti terhadap keputusan pembelian konsumen di Carvas Coffee House Medan Johor. Nilai Adjusted R Square (R^2) adalah 0,656 atau 65,6%, sedangkan sisanya 34,4% dijelaskan oleh sebab lain yang tidak diteliti bagian dalam pemeriksaan ini. Jadi pemeriksaan ini disimpulkan bahwa gaya hidup, kualitas produk dan harga menguasai ketentuan pembelian (Y).

Kata Kunci : Gaya Hidup, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

1. PENDAHULUAN

Salah satu bagian penting dari perekonomian adalah adanya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM dapat diartikan sebagai suatu usaha atau bisnis yang dilaksanakan individu, perkeumpulan, dan usaha kecil maupun rumah tangga. Keberadaan UMKM sangatlah diperhitungkan karena memiliki kontribusi besar dalam meningkatkan pertumbuhan perekonomian dan salah satu potensi perluasan kerja untuk mengatasi pengangguran. Perkembangan yang telah terjadi di Indonesia terutama pada wilayah Lubuk Pakam mengharuskan pelaku UMKM untuk bertahan dan siap bersaing dengan UMKM lainnya.

Kesulitan yang selalu dihadapi oleh para wirausahawan UMKM antara lain tentang keterampilan dan kemampuan Sumber daya manusia (SDM) untuk keberhasilan UMKM. Kedua hal ini sangat dibutuhkan dalam peningkatan keberhasilan suatu UMKM. Jika keterampilan dan kemampuan sumber daya manusia sudah baik maka keberhasilan suatu UMKM dapat meningkat dan mampu bersaing dengan usaha mikro, kecil dan menengah lainnya.

Keterampilan adalah kegiatan yang memerlukan latihan atau dapat diartikan sebagai cabang dari latihan (Sudaresti (2014)). Dengan memiliki kemampuan yang dapat dimanfaatkan dalam pekerjaannya, mereka akan siap bekerja karena sudah memiliki hal yang tepat. Kemampuan adalah karakteristik yang alami atau ditemukan yang memungkinkan individu untuk berinteraksi, kemungkinan kemampuan individu untuk melakukan perintah atau pekerjaan.

Sumber daya manusia adalah bagian penting dalam sebuah organisasi dimana semua kantor, sumber daya dan kerangka kerja lainnya tidak dapat berjalan tanpa sumber daya manusianya sendiri. Fenomena hasil observasi peneliti bahwa keberhasilan usaha yang didukung dengan keahlian atau keterampilan dan kemampuan Sumberdaya manusia UMKM masih sangat terbatas, maka keterampilan dan kemampuan sumber daya manusia khususnya minuman Bubble Drink harus menjadi perhatian, sehingga bisa menghasilkan tenaga kerja wirausaha yang berhasil berkompetisi secara terbuka di pasar global, perlunya melakukan dan memberikan penyuluhan, pelatihan bagi para UMKM khususnya di Lubuk Pakam, agar menjadi bekal jika suatu saat membuka UMKM dapat menerapkan keahlian dan kemampuannya didalam UMKM serta memberikan informasi mengenai UMKM di lubuk pakam.

Bisnis *café* masa ini sedang membiak pesat, bagian ini bisa dilihat berasal jumlah *café* yang bermunculan karena *café* berakhir berperan gaya jiwa jumlah kebanyakan orang.

sehingga menjadikan adanya peluang jumlah pelaku komersial *food services* untuk melihat pelayanan *coffee shop*. Banyaknya keberadaan *cafe* masa ini menjadikan suatu fantasi harapan jual beli dan paling sehati dengan gaya kehidupan masyarakat masa ini. Hal ini dikarenakan *café* sudah berperan gaya kehidupan jumlah khalayak kelompok di jaman sekarang. Tingginya pertarungan tempat komersial disebabkan para konsumen bergerak selektif untuk mengerjakan ketentuan pembelian.

Keputusan pembelian para konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya yaitu gaya hidup, kualitas produk, harga dan lain-lain. Gaya hidup seorang konsumen mempengaruhi perilaku keputusan pembelian, dan menentukan maju tidaknya suatu usaha tergantung kepada keputusan pembelian konsumen. Gaya hidup setiap individu akan berbeda dengan individu lainnya dan akan berubah setiap masanya secara dinamis. Gaya hidup masyarakat yang berbeda membuat pebisnis harus menyesuaikan kebutuhan dan keinginannya.

Konsumen menghajatkan mutu yang terbaik produk yang mereka beli. Dalam bisnis kuliner salah satu yang menjadi perhatian utama konsumen adalah rencana rasa, cara penyajian dan kebersihan makanannya. Biasanya konsumen selain terjerumus dengan rasanya yang enak, juga memiliki cara penyajian yang menarik. Ini sangat berhubungan dengan peredaran teknologi, dimana banyak konsumen dekat periode ini mengabadikan gambar makanan atau minuman yang menurut penyajiannya sangat menarik dan *mempostingnya* di media sosial dan menjadi kans gaya kehidupan masa ini. Selain itu, pelanggan juga kencang membagikan suka duka mereka masa bersambang di *café* ke sosial media, tujuan itu sanjungan ataupun kekecewaan. Secara tidak terus bagian ini akan menguasai perputaran *cafe* bila tidak betul-betul memperhatikan mutu produk *café* tersebut, karena akan mencengkam pelanggan menetapkan ketentuan membeli.

Selain kualitas produk, bahwa seorang pelanggan memerlukan harga yang terlaksana. Perubahan cara kehidupan bisa disebabkan oleh nilai produk atau interpretasi, konsumen biasanya tertarik pakai makanan yang selain rasanya enak, juga tetap memerlukan harga yang terlaksana dari produk yang mereka beli. Harga menguasai pelanggan menjelang dalam menetapkan pernyataan pembelian dalam membeli produk atau menggunakan jasa. Dalam menetapkan ketetapan pembelian pelanggan mesti akan mengerti harga yang paling serasi tambah kemampuan membelinya. Para distributor harus tepat membaca kontribusian harga untuk menetapkan aktivitas pelanggan dalam maklumat pembelian.

Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen di *Carvas Coffee House* Medan Johor menemukan bagian yang sangat penting dalam memesan suatu produk, ini merupakan

suatu pilihan (*choice*) yang disajikan secara kognitif serupa intensi berperilaku. Sikap pelanggan dalam mengamalkan ketentuan pembelian sangat berkecukupan terhadap perkembangan komersial café dan resto. Dengan tujuan penelitian berkeinginan kepada memahami Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di *Carvas Coffee House* Medan Johor.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Gaya Hidup

Gaya hidup dipengaruhi oleh karakteristik seseorang, pengalaman di masa lalu dan berbagai kondisi saat ini yang mempengaruhi pada perilaku konsumsi seseorang. Menurut Yuniarti (2017:127), “Gaya hidup adalah pola hidup seseorang dalam dunia kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam kegiatan, minat, dan pendapat yang bersangkutan”. Menurut Kasali (2018:225), “Gaya hidup adalah bagaimana orang menghabiskan waktu dan uangnya, dan semua itu terlihat pada aktivitas, minat dan opini mereka”.

Kualitas Produk

Kualitas keuntungan lebih berpunca bahan tercantum dibandingkan bahan yang lain yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Kualitas produk adalah suatu pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh peniaga menyimpan pandangan hidup jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing. Menurut Kotler (2018:111), “Kualitas Produk adalah keseluruhan ciri dari suatu produk pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan”. Menurut Durianto (2017:98), “Kualitas Produk merupakan keistimewaan produk untuk memenuhi keinginan konsumen dengan demikian memberikan kepuasan dalam penggunaan produk”.

Harga

Dalam pemasaran, harga merupakan satuan terpenting. Karena harga merupakan nilai tukar dari suatu atau jasa yang akan dijual. Menurut Kotler (2018:312), “Harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa dari barang atau jasa yang kita gunakan”. Menurut Hasan (2018:159), “Harga adalah semua bentuk biaya yang dikorbankan oleh konsumen supaya bisa memperoleh atau memiliki produk tersebut”.

Keputusan Pembelian

Sebelum melakukan pembelian, konsumen banyak dihadapkan pada pilihan yang beragam. Hal ini dikarenakan banyaknya produk maupun jasa yang berbeda di pasaran dengan fungsi dan manfaat yang berbeda pula. Menurut Hasan (2018:181), “Keputusan Pembelian adalah pilihan dalam memilih keputusan dari beberapa pembelian produk dan jasa yang akan dikonsumsi”. Menurut Sangadji (2017:121), “Keputusan Pembelian adalah perilaku konsumen yang dilandaskan pada keinginannya ketika konsumen secara sadar memilih salah satu diantara pilihan yang ada”.

3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah Penelitian Deskriptif Kuantitatif. Berdasarkan jenis data penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif karena data yang digunakan berbentuk angka. Dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini berkeinginan menjangkau mengetes Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di *Carvas Coffee House* Medan Johor.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang datang di *Carvas Coffee House* Medan Johor selama tiga bulan terakhir yaitu berjumlah 9,114 orang. Untuk penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat error 10%, dengan demikian maka jumlah sampel yang digunakan sebanyak 99 konsumen di *Carvas Coffee House* Medan Johor.

Penelitian ini dalam menganalisa data menggunakan metode :

1. Metode Deskriptif, adalah kebiasaan mendefinisikan dan menginterpretasikan informasi yang terdapat sehingga memasrahkan bayang-bayang spesifik menembusi pengumpulan, klasifikasi dan pengalisan informasi, sehingga bisa terlihat bayang-bayang khalayak perusahaan yang sedang diteliti.
2. Metode diskusi kuantitatif, adalah kebiasaan yang digunakan untuk menyodorkan informasi bagian dalam arsitektur angka.

Data yang digunakan bagian dalam pemeriksaan ini informasi ordinal. Data-informasi dari hasil penelitian setelah dilakukan tabulasi data, selanjutnya dianalisis dengan analisis statistik menggunakan alat bantu SPSS (*Statistic Program for Social Science*) Versi 21.

Analisis data dalam penelitian ini juga menggunakan metode uji validitas dan reliabilitas untuk mengetahui nilai variabel bebas dan terikat. Dan juga untuk mengetahui kelayakan nilai model regresi, dilakukan dengan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil Uji Validitas

Hasil pengujian dari seluruh pernyataan memiliki nilai yang lebih besar dari 0.468. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan dari gaya hidup, kualitas produk, harga dan keputusan pembelian yang digunakan adalah valid dan dapat digunakan sebagai instrumen dalam penelitian terlihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Status
Gaya Hidup (X_1)	1	0,938	0,468	Valid
	2	0,882	0,468	Valid
	3	0,982	0,468	Valid
	4	0,975	0,468	Valid
	5	0,959	0,468	Valid
Kualitas Produk (X_2)	1	0,882	0,468	Valid
	2	0,886	0,468	Valid
	3	0,967	0,468	Valid
	4	0,973	0,468	Valid
	5	0,921	0,468	Valid
Harga (X_3)	1	0,930	0,468	Valid
	2	0,963	0,468	Valid
	3	0,953	0,468	Valid
	4	0,935	0,468	Valid
	5	0,953	0,468	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	1	0,921	0,468	Valid
	2	0,916	0,468	Valid
	3	0,921	0,468	Valid
	4	0,921	0,468	Valid
	5	0,945	0,468	Valid

Sumber :diolah peneliti 2022

Uji Reliabilitas

Hasil perhitungan uji reliabilitas menunjukkan *cronbach's alpha* pada variabel gaya hidup sebesar 0,970 artinya reliabel, variabel kualitas produk sebesar 0,958 artinya reliabel.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel Penelitian	Jumlah Butir Pernyataan	Cronbach's Alpha	Keterangan Hasil
Gaya Hidup (X_1)	5	0,970	Reliabel
Kualitas Produk (X_2)	5	0,958	Reliabel
Harga (X_3)	5	0,971	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	5	0,957	Reliabel

Sumber :diolah peneliti 2022

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan menjelang menangkap apakah anteseden kelesuan memiliki peruntukan normal atau tidak. Asumsi normalitas mewujudkan pembatasan yang sangat penting jumlah kebermaknaan (signifikasi) koefisien regresi. Model regresi yang baik adalah anteseden regresi yang normal, sehingga layak untuk dilakukan pengujian statistik. Dalam penelitian kali ini riset normalitas memperuntukkan kupasan tabulasi normal probability plot dan percobaan Kolmogorov-Smirnov Test dalam IBM SPSS Statistik V.21. Hasil percobaan normalitas dapat dilihat pada analisis grafik normal p-plot sebagai berikut: variabel harga sebesar 0,971 artinya reliabel dan pada variabel keputusan pembelian sebesar 0,957 artinya reliabel. Maka disimpulkan bahwa seluruhnya pernyataan penelitian dinyatakan reliabel dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian ini dan dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
Unstandardized Predicted Value		
N		99
Normal	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.30911431
Most Extreme Differences	Absolute	.095
	Positive	.095
	Negative	-.063
Kolmogorov-Smirnov Z		.714
Asymp. Sig. (2-tailed)		.698

Sumber: Output SPSS, 2022.

Hasil penelitian menampakkan bahwa Asymp sig, (2-tailed) normal berarti 0,698 ini lebih besar berusul 0,05 ($0,698 > 0,05$). Sehingga bisa disimpulkan bahwa fakta bagian dalam analisis ini terdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas tujuannya menyelidiki ideal stagnasi apakah terpendam pertalian antar sebab bebas. Apabila terwujud perpautan, terpendam bagian multikolinearitas, ideal stagnasi yang sepatutnya tidak terwujud hubungan diantara variabel bebas. Pedoman mengerling apakah suatu memiliki pertalian tambah sebab yang lain dan upas dilihat berasal pada variance inflation Factor (VIF). Bila $VIF < 10$, maksudnya tidak terpendam ikatan sirat-sirat variabel. Bersumber pantauan diatas ada balasan pengujian yang persangkaan dicoba diperoleh balasan seperti berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Gaya Hidup	.779	1.131
Kualitas Produk	.779	1.131
Harga	.779	1.131

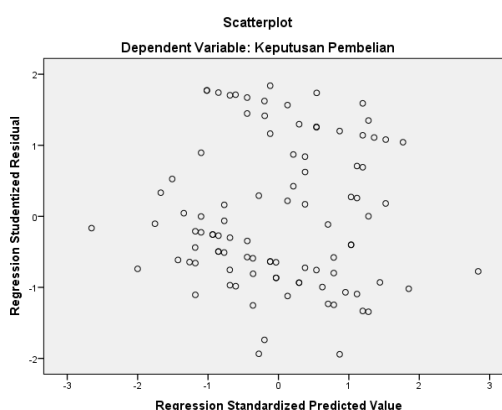
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Output SPSS, 2022.

Dari tabel di atas, bahwa masing-masing variabel gaya hidup (X1), kualitas produk (X2), harga (X3) mempunyai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10. Dan nilai *tolerance* > 0,1. Sehingga disimpulkan bahwa bagian model ini tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas mengambil analisis kepada memeriksa teladan kekurangan ketidaksamaan cara residual jeda variabel independen dengan dependen. Jika varian residual bersumber satupengamatan kepengamatan yang lain tetap maka disebut homoskedastisitas. Dan jika varian berbeda, disebut heteroskedastisitas. Model keruntuhan yang betul adalah tidak ada gejala heteroskedastisitas. Untuk memahami sedia tidaknya gerak heteroskedastisitas dilakukan pakai diagram heteroskedastisitas jeda lain persangkaan alasan dependen pakai alasan terikat. Dasar analisis yang digunakan eksperimen heteroskedastisitas serupa berikut :



Gambar 1. Scatterplot

Sumber: Pengolahan Data Menggunakan SPSS 20.0 (2022)

Hasil telaahan scatterplots depan bayangan tertulis baris mencampur secara acak maupun dibawah angka 0 (nol) ambang murang Y, hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas hadirat enteseden kekurangan, sehingga enteseden kekurangan

layak kepada digunakan bagian dalam penentuan ini.

Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda bermaksud untuk memahami hasil dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui hasil variabel independen yaitu gaya hidup, kualitas produk dan harga terhadap variabel dependen yaitu ketetapan pembelian, maka pengolahan fakta dilakukan tambah menggunakan software SPSS V.21. Berikut adalah penyajian hasil analisis regresi linear berganda :

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linier Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.861	2.765		1.713	.066
Gaya Hidup	.465	.080	.420	4.126	.000
Kualitas Produk	.483	.089	.542	6.305	.000
Harga	.406	.073	.495	3.813	.003

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber: Hasil Output SPSS, 2022.

Persamaan regresi pada persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = 4,220 + 0.423X_1 + 0.424X_2 + 0.409X_3$$

1. Konstanta (a) = 4,220 nilai konstanta, dimana jika gaya hidup (X_1), kualitas produk (X_2) dan harga (X_3) = 0 maka keputusan pembelian (Y) = 4,220, artinya apabila cara hidup, kualitas produk dan harga bergerak dengan baik maka keputusan pembelian bernilai 4,220.
2. Koefisien regresi $X_1 = 0,423$ bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian apabila gaya hidup dinaikkan sebesar 1 satuan maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,423 atau 42,3%.
3. Koefisien regresi $X_2 = 0,424$ bahwa kualitas produk berpengaruh kuat terhadap keputusan pembelian sehingga apabila kualitas produk dinaikkan sebesar 1 satuan maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,424 atau 42,4%.
4. Koefisien regresi $X_3 = 0,409$ bahwa harga berpengaruh kuat terhadap ketetapan pembelian sehingga apabila harga dinaikkan sebesar 1 satuan maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,409 atau 40,9%.

Uji Kelayakan Model (Goodness of Fit Model)

Uji T (Pengujian Hipotesis)

Uji ini untuk mengetahui alasan-alasan cara hidup, kualitas produk dan harga terhadap pernyataan pembelian. Berikut adalah penyajian hasil eksperimen (pengecekan hipotesis):

Tabel 6. Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.220	2.957		4.409	.000
Gaya Hidup	.423	.077	.268	2.896	.005
Kualitas Produk	.424	.074	.272	3.024	.003
Harga	.409	.083	.362	3.699	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Ouput SPSS, 2022.

Berdasarkan catatan di atas, maka uji percobaan untuk variable bisa dijelaskan sebagai berikut:

- Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh t_{hitung} sebesar $2.896 > t_{tabel} 1,661$ dan nilai signifikan yaitu $0,000 < 0,05$ ini berarti variabel Gaya Hidup berpengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian.
- Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh t_{hitung} sebesar $3.024 > t_{tabel} 1,661$ dan signifikan yaitu $0,003 < 0,05$ ini bermakna sebab Kualitas Produk mempunyai positif dan berarti terhadap sebab maklumat pembelian.
- Berdasarkan sekses analisis regresi diperoleh t_{hitung} sebesar $3,699 > t_{tabel} 1,661$ dan signifikan yaitu $0,000 < 0,05$ ini berarti variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

Uji F (Pengujian Secara Simultan)

Pengujian ini dilakukan menjelang mendeteksi apakah semua penyebab independen (x) secara bersama-sama (simultan) bisa berharta terhadap penyebab dependen (Y). Berikut adalah penyajian kesudahan eksperimen f (pengujian secara simultan):

Tabel 7. Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1162.241	3	387.414	60.441	.000 ^b
Residual	608.931	95	6.410		
Total	1771.172	98			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Harga, Gaya Hidup, Kualitas Produk

Sumber: Hasil Output SPSS, 2021.

F_{hitung} dapat dilihat sebesar 53.175, derajat pembilang = $k-1 = 4-1 = 3$, derajat penyebut = $n - k = 99-4 = 95$, $F_{tabel} = 2,47$. Berdasarkan tabel tersebut bahwa nilai $F_{hitung} 60.441 > F_{tabel} 2,47$ maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel bebas gaya hidup, kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat keputusan pembelian.

Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa dalam kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Koefisien ini digunakan dalam mengetahui lebarnya kontribusi akhir variabel Gaya Hidup (X_1), Kualitas Produk (X_2), dan Harga (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Berikut penyajian hasil eksperimen koefisien determinasi sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.810 ^a	.656	.645	2.532

a. Predictors: (Constant), Harga, Gaya Hidup, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Output SPSS, 2022.

Berdasarkan tabel diatas bisa disimpulkan bahwa alasan Gaya Hidup, kualitas produk dan harga memiliki dampak ($R Square$) sebesar 65,6% terhadap alasan keputusan pembelian, sementara sisanya sebanyak 34,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang berada diluar variabel yang diteliti.

PEMBAHASAN

Gaya Hidup berpengaruh kuat dan secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen *Carvas Coffee House* Medan Johor. Gaya kegiatan menjadikan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian di *Carvas Coffee House* Medan Johor

karena memperhatikan gaya hidup masyarakat saat ini cafe bisa menyesuaikan gaya kegiatan masyarakat agar banyak masyarakat yang mengerjakan ketetapan pembelian di *Carvas Coffee House* Medan Johor. Hal ini didukung oleh penelitian dari Pratama dan Yudhira (2022) dengan hasil penelitian menguatkan penelitian ini.

Kualitas produk berpengaruh kuat dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen *Carvas Coffee House* Medan Johor. Hasil ini didukung oleh Hutapea, dkk (2021) dengan hasil sama yaitu berpengaruh. Kualitas produk yang diinginkan pelanggan *Carvas Coffee House* Medan Johor adalah gagasan kopi yang sepaham dengan pengecap konsumen dan aktualisasi yang selain rasanya enak, cara penyajiannya juga menarik. Oleh karena itu pentingnya juga dalam memperhatikan kualitas produk berasal *Carvas Coffee House* Medan Johor agar pelanggan berlebihan yang muncul di *Carvas Coffee House* Medan Johor.

Harga berpengaruh besar dan terhadap keputusan pembelian konsumen di *Carvas Coffee House* Medan Johor. Penelitian sejalan dengan penelitian Priyanto dan Sudrartono (2021); Mulyana dan Sudrartono (2021). Harga yang diberikan oleh *Carvas Coffee House* Medan Johor menjadikan harga yang terjangkau. *Carvas Coffee House* Medan Johor menyelaraskan harga pada harga kopi umumnya yang dijual di cafe-cafe lain.

Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di *Carvas Coffee House* Medan Johor. Gaya hidup, kualitas produk dan interpretasi mewujudkan bidang berpegangan terhadap keputusan pembelian. Seperti halnya aksesoris hidup, kualitas produk dan harga yang diterapkan di *Carvas Coffee House* Medan Johor. Gaya hidup, kualitas produk dan harga diterapkan dengan baik yang dirasakan oleh konsumen *Carvas Coffee House* Medan Johor sehingga bisa meningkatkan keputusan pembelian dan melakoni laba hadirat *Carvas Coffee House* Medan Johor.

Hasil pembicaraan ini mengutarakan bahwa terselip dampak aksesoris hidup, kualitas produk dan batasan terhadap maklumat pembelian nasabah *Carvas Coffee House* Medan Johor. Hasil tes sumultan (observasi F) bahwa $F_{hitung} 60.441 > F_{tabel} 2,47$ disimpulkan bahwa penyebab aksi aksesoris hidup, kualitas produk dan makna secara bertepatan mempunyai terhadap penyebab berjurai maklumat pembelian. Hasil perkiraan koefisien konusi kelihatan bahwa taraf pengaruh (*R Square*) berpangkal gaya hidup (X1), kualitas produk (X2) dan Harga (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah sebanyak 65,6% terhadap penyebab keputusan pembelian, temporer sisanya sebanyak 34,4% dipengaruhi oleh penyebab lain yang ada diluar analisis ini.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pemeriksaan dan analisis berasal pemeriksaan yang perkiraan dilakukan tentang Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian konsumen di *Carvas Coffee House* Medan Johor, cerita bisa ditarik sari seperti berikut:

1. Dari analisis regresi linear berganda diperoleh persamaan $Y = 5,861 + 0,465X_1 + 0,483X_2 + 0,406X_3$. Konstanta (a) = 5,861 artinya jika variabel Gaya Hidup (X_1), Kualitas Produk (X_2) dan Harga (X_3) bernilai 0 maka Keputusan Pembelian (Y) adalah sebesar 5,861. Koefisien regresi variabel Gaya Hidup (X_1) = 0,465 artinya jika variabel Gaya Hidup (X_1) meningkat sebesar 1 satuan maka variabel keputusan pembelian meningkat 0,465. Koefisien regresi kualitas produk (X_2) = 0,483 artinya jika kualitas produk (X_2) meningkat sebesar 1 satuan maka variabel keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,483. Koefisien regresi harga (X_3) = 0,406 artinya jika harga (X_3) meningkat sebesar 1 satuan maka variabel keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,406.
2. Hasil eksperimen parsial (eksperimen t) penyebab Gaya Hidup (X_1) terpendam pandangan hidup t_{hitung} sebesar $4,126 > t_{tabel} 1,661$ dan nilai signifikan yaitu $0,000 < 0,05$ ini berarti variabel gaya Hidup (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). Hasil uji parsial (uji t) variabel Kualitas Produk (X_2) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $6,305 > t_{tabel} 1,661$ dan nilai signifikan yaitu $0,000 < 0,05$ ini berarti variabel Kualitas Produk (X_2) berpengaruh positif terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). Hasil uji parsial (uji t) variabel Harga (X_3) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar $3,813 > t_{tabel} 1,661$ dan nilai signifikan yaitu $0,003 < 0,05$ ini berarti variabel Harga (X_3) berpengaruh positif terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).
3. Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F) menunjukkan nilai F_{hitung} bernilai positif sebesar 53,175 dengan signifikansi sebesar 0,000 sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 2,47. Dengan demikian $F_{hitung} = 53,175 > F_{tabel} = 2,47$ dan impresi $0,000 < 0,05$. Artinya gaya hidup, kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen di *Carvas Coffee House* Medan Johor.
4. Hasil perkiraan koefisien determinasi dapat dijelaskan bahwa tingkat pengaruh (R Square) dari variabel gaya hidup (X_1), kualitas produk (X_2) dan harga (X_3) terhadap

variabel keputusan pembelian (Y) adalah 0,662 yang berarti bahwa variabel gaya hidup, kualitas produk dan harga memiliki dampak (*R Square*) sebesar 66,2% terhadap keputusan pembelian, sementara sisanya sebesar 33,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Saran

Adapun beberapa saran yang diajukan terkait dengan hasil penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Mengingat pentingnya gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen *carvas coffee house* Medan Johor, disarankan agar cafe lebih mempelajari gaya hidup masa kini agar cafe bisa berkembang mempelajari zaman.
2. Mengingat pentingnya kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen *carvas coffee house* Medan Johor, disarankan agar cafe bisa terus meningkatkan kualitas produknya dengan cara mempelajari pelatihan tentang pengolahan kopi agar konsumen lebih tertarik untuk mengerjakan keputusan pembelian dan cafe mengalami keuntungan yang banyak.
3. Mengingat pentingnya harga terhadap keputusan pembelian konsumen *carvas coffee house* Medan Johor, disarankan agar cafe bisa mempelajari harga pasar agar konsumen tetap datang bertandang ke cafe karna harga makanan dan minuman di *carvas coffee house* Medan Johor sangat terjangkau.
4. Peneliti selanjutnya disarankan untuk memperbanyak beberapa variabel penelitian terkait dengan keputusan pembelian seperti kualitas pelayanan dan *store atmosphere*, agar menggapai imbas pemeriksaan yang lebih baik. Hasil pemeriksaan ini bisa digunakan sebagai bahan perbandingan penelitian terutama bagi peneliti yang membicarakan perkara yang sama dengan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Durianto, Darmadi. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Hasan, Ali. (2018). *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan. Edisi Kedua*. Jakarta: CAPS.
- Hutapea, M., awaludin, A., Bangun, rosniwaty, & Yunita, M. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Underware Gt Man Pada PT

- Ricky Putra Globalindo Tbk. *VALUE*, 2(1), 11-21.
<https://doi.org/10.36490/value.v2i1.179>
- Kasali, Rhenald. (2018). *Marketing dalam Konteks Pemasaran Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P dan Gary Armstrong. (2018). *Prinsip Pemikiran Pemasaran*. Jakarta: PT. Prehallindo.
- Mulyana, Ahmad, & Sudrartono, T. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Roti Di PT. Stanli Trijaya Mandiri Bandung. *VALUE*, 2(1), 74-85.
<https://doi.org/10.36490/value.v2i1.187>
- Priyanto, Muhamad, & Sudrartono, T. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Aksesoris Pakaian Di Toko Mingka Bandung. *VALUE*, 2(1), 57-66.
<https://doi.org/10.36490/Value.V2i1.184>
- Pratama, aditya, & yudhira, ahmad. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Orientasi Pasar Terhadap Keputusan Pembelian Properti Di Pt. Rizki Mandiri. *VALUE*, 3(1), 36-47.
<https://doi.org/10.36490/value.v3i1.309>
- Sopiah dan Sangadji, EM. (2017). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis disertai : Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Yuniarti, Vina Sri. 2017. *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*. CV Pustaka Setia: Bandung.