

PENGARUH GAYA HIDUP DAN PENDAPATAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HELM KBC

Dhimas Dwi Laksono^{1*}, Donant Alananto Iskandar²

^{1,2}Manajemen, Fakultas Bisnis Institute Teknologi dan Bisnis Kalbis, Jakarta, Indonesia

*Email-Korespondensi : dhimasdwilaksono@gmail.com

Informasi Artikel

Draft awal: 27 Mei 2018
Revisi: 12 Juni 2018
Diterima : 25 Juni 2018
Available online: 30 Juni 2018

Keywords: *Lifestyle, income, purchase decision, helmet product*

Tipe Artikel : Research paper



Diterbitkan oleh Fakultas
Ekonomi Universitas Islam
Attahiriyah

ABSTRACT

The study aims to determine whether there is influence between lifestyle and income on purchasing decision of KBC helmet. This study uses a quantitative approach through a survey to 109 users of KBC helmet. Sampling method is non probability sampling. The results of the hypothesis (t test) showed that lifestyle variables significantly influence purchasing decisions. This is indicated by t arithmetic of 13.198 which is greater than t table. However, the income variable has no significant effect on purchase decision with t -0.508 which is smaller than t table. The conclusion from this study that lifestyle variables are most dominant on purchasing decisions. This can be interpreted that, increasing purchasing decisions can be supported by the lifestyle of people who always want to look trend and always keep up with the times.

Penelitian bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antar gaya hidup dan pendapatan terhadap keputusan pembelian helm KBC. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui survei kepada 109 pengguna helm KBC. Metode pengambilan sampel adalah non probability sampling. Hasil hipotesis (uji t) menunjukkan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Ini ditunjukkan dengan t hitung sebesar 13,198 yang lebih besar dari t tabel. Tetapi, variabel pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan t hitung - 0,508 yang lebih kecil dari t tabel. Kesimpulan dari penelitian ini bahwa variabel gaya hidup paling paling dominan atas keputusan pembelian. Hal ini dapat diartikan bahwa, meningkatnya keputusan pembelian dapat ditunjang dengan gaya hidup masyarakat yang selalu ingin terlihat trend dan selalu mengikuti perkembangan zaman.

Pedoman Sitasi : Dhimas Dwi Laksono & Donant Alananto Iskandar (2018). Pengaruh Gaya Hidup Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian Helm KBC. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(2), 155 - 164

1. Pendahuluan

Masyarakat Indonesia mulai tumbuh beriringan dengan globalisasi ekonomi yang ditandai dengan menjamurnya berbagai jenis alat keselamatan dalam berkendara seperti helm. Helm digunakan untuk melindungi kepala bila terjadi kecelakaan lalu lintas pada para pengguna sepeda motor. Pasal 106 ayat (8) UU No. 22/2009 menyatakan, "Setiap orang yang mengemudikan Sepeda Motor dan Penumpang Sepeda Motor wajib mengenakan helm yang memenuhi standar nasional Indonesia". Lalu, berdasarkan pasal 291 UU No. 22/2009, pengemudi yang melanggarnya diancam hukuman kurungan maksimal 1 bulan atau denda maksimal Rp 250.000, karena sudah merupakan kewajiban seseorang untuk selalu menggunakan alat keselamatan dalam berkendara, tetapi pelanggaran masih kerap terjadi. Helm dasarnya berfungsi untuk melindungi kepala dari luka yang fatal sehingga helm menjadi aksesoris yang tidak bisa dipisahkan dari para pengguna sepeda motor.

Seiring berjalannya waktu, para produsen helm menawarkan banyak pilihan model, motif dan warna, hingga berbagai macam bentuk, sehingga helm dapat dikelompokkan dalam beberapa jenis yaitu separuh kepala (*half face*), tiga perempat (*open face / modular*), dan penuh (*full face*). Helm yang baik adalah helm yang aman dan nyaman ketika digunakan. Biasanya helm semacam ini lulus persyaratan DOT (*Department Of Transportation*) atau standar eropa seperti *ECE 22.0* atau *SNELL*, bahkan Indonesia sendiri SNI (Standar Nasional Indonesia). Oleh karena itu, helm yang aman mestinya berbanding lurus dengan tingkat kenyamanan meskipun hampir tidak ada helm yang benar-benar nyaman.

Saat ini pengguna sepeda motor di Indonesia mulai tumbuh dan berkembang sehingga saat berkendara mereka juga sangat memperhatikan penampilan mereka dengan menggunakan helm yang tersedia dalam berbagai jenis. Sekarang banyak perusahaan helm baik dalam negeri maupun luar negeri yang menawarkan berbagai macam modernisasi dari helm itu sendiri seperti KYT, NHK, CARGLOSS, ARAI, SHOEI, AGV, NOLAN, HJC, KBC. Dari setiap masing-masing merek helm tersebut, mereka berusaha untuk membuat produk yang terbaik, sehingga helm tersebut memiliki keunggulan masing-masing dan akan sulit bagi konsumen untuk memutuskan helm yang cocok untuk mereka. Sekarang helm sudah berkembang sebagai *fashion* bagi para pemotor. Produk dengan corak unik, langka serta kualitas atau spesifikasi tinggi menjadi buruan bagi para penghobi kendaraan sepeda motor (*bikers*), sehingga banyak sekali pengendara motor di Indonesia yang memakai helm *import*, terutama bagi pengendara motor besar (*moge*) karena berkualitas dan tahan lama.

Dalam gaya hidup, penampilan adalah segalanya. Saat ini helm bukan sekadar perangkat penting dalam berkendara. Lebih dari itu, helm sudah menjadi gaya hidup dikalangan pengendara sepeda motor. Helm juga menawarkan berbagai motif atau grafis agar bisa menarik perhatian konsumen. Dapat dilihat dari kondisi pasar industri otomotif terutama helm mulai berkembang pesat karena banyaknya pengguna sepeda motor berusia muda menginginkan helm yang terlihat trendi dan tidak ketinggalan model. Kondisi pasar ini seperti mereka yang mengunjungi distro-distro dan outlet jual beli baju untuk mempertahankan ciri khas mereka. Karena helm saat ini mengarah ke gaya hidup. Fashion yang mengidentikkan jiwa berkendara sehingga saat ini memiliki *tagline* "When Helmet Meet Fashion".

Novia (2010:45) mengungkapkan bahwa dalam kehidupan sehari-hari kita dapat menerapkan gagasan gaya hidup tanpa harus menjelaskan apa yang kita maksud, dan mungkin sulit untuk menemukan gambaran mengenai hal-hal yang merujuk pada gaya hidup. Oleh karena itu, gaya hidup dapat membantu dan memahami apa yang orang lain lakukan, dan mengapa mereka melakukannya. Gaya hidup memiliki keterkaitan dengan membentuk *image* di mata orang lain, berkaitan dengan status sosial yang disandanginya. Untuk membentuk *image* dibutuhkan simbol-simbol tertentu yang sangat berperan dalam mempengaruhi perilaku konsumsinya. Simbol yang dimaksud adalah jenis benda yang dimilikinya dan yang lebih penting lagi adalah mereknya.

Selain gaya hidup, faktor pendapatan juga sangat mempengaruhi keputusan pembelian seseorang untuk membeli helm tersebut. Karena pendapatan menentukan daya beli seseorang. Orang yang berpenghasilan tinggi akan mengkonsumsi barang-barang dengan *brand* terkenal, sedangkan orang yang berpenghasilan pas-pasan akan mengkonsumsi barang sesuai dengan kebutuhan dasarnya. Persaingan akan produk helm semakin banyak. Oleh karena itu, perusahaan helm lebih gencar lagi dalam memproduksi berbagai model helm ditengah persaingan yang sangat ketat saat ini, karena banyak sekali helm import yang menawarkan harga yang tidak sesuai dengan pendapatan konsumen yang berpenghasilan cukup atau bagi yang belum berpendapatan (masih meminta dari orang tua) sehingga mereka berpaling ke produk atau merek lain sebagai pilihan *alternative* para pengguna sepeda motor yang ingin tampil *trendy* walaupun memiliki pendapatan yang pas-pasan, karena Indonesia merupakan Negara berkembang dan masih memiliki tingkat penghasilan yang belum besar. Salah satunya produk helm KBC yang saat ini sudah menjadi model yang sangat diminati oleh kalangan *bikers* karena KBC merupakan Helm pertama yang menerapkan fitur yang berbeda dari helm lain seperti sudah *flat visor* atau *Pinlock Ready*. *flat visor* sedang menjadi *trend* model helm saat ini, dikarenakan *flat visor* pada helm memiliki bentuk yang aerodinamis dan lebih terlihat keren dibandingkan *visor* cembung. Helm nampaknya sudah menjadi tuntutan bagi para pengendara sepeda motor dikarenakan *brand* KBC ini memiliki ciri khas pada desain dan fitur yang dimiliki sudah berstandar internasional, seperti *visor* yang sudah *pinlock ready* dan tali pengaman *DD ring*, sehingga helm KBC sudah mengaplikasikan fitur tersebut persis pada helm standar balap internasional seperti MotoGP dan WSBK (*World Superbike Championship*). Dengan harga kisaran Rp. 600 ribu hingga 1 juta rupiah dibandingkan dengan helm *import* lainnya yang seharga > 3 juta rupiah. Sehingga KBC menjadi pilihan alternatif bagi para pengendara sepeda motor yang berpendapatan cukup, tetapi ingin tetap tampil bergaya dan terlihat keren saat berkendara. Sehingga helm KBC dapat menambah nilai gaya hidup dan sebagai dasar untuk memahami perubahan nilai konsumen, bagaimana pengaruhnya dengan gaya hidup dan pendapatan seseorang dalam mengambil suatu keputusan dalam membeli suatu barang. Oleh karena itu banyak pemasar menggunakan konsep gaya hidup pendapatan sebagai dasar untuk memahami perubahan nilai konsumen dan bagaimana pengaruh terhadap keputusan pembelian seseorang.

Berdasarkan uraian diatas, dapat dilihat bahwa helm KBC memiliki tingkat gaya hidup yang baik dimata para pengguna sepeda motor. karena saat ini banyak sekali para pengendara motor berusia muda yang ingin tampil bergaya saat berkendara, namun pendapatan juga memiliki tingkat dampak sebelum mengambil suatu keputusan, karena pendapatan mempengaruhi daya beli seseorang dalam membeli suatu barang yang diinginkan. Oleh karena itu, peneliti ingin membahas dan mengetahui seberapa besar pengaruh gaya hidup dan pendapatan terhadap keputusan pembelian helm KBC

2. Kajian Pustaka

Hubungan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian

Gaya Hidup merupakan perilaku yang mencerminkan masalah apa yang sebenarnya ada di dalam alam pikir seseorang yang cenderung berbaur dengan berbagai hal terkait dengan masalah emosi dan psikologis. Gaya hidup berperan penting dalam melakukan suatu pembelian. Menurut Kotler (2011: 189) mengungkapkan bahwa gaya hidup seseorang merupakan pola hidup seseorang dalam dunia kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapat (opini) yang bersangkutan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Yohana & Nindira (2014) dengan judul "*Analisis Perbedaan Gaya Hidup Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Adidas Di Surabaya*" diperoleh kesimpulan bahwa ada pengaruh gaya hidup terhadap keputusan

pembelian. Dikatakan bahwa variabel harga memiliki peranan penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Dengan demikian dapat disusun hipotesis pertama yaitu:

H1: Variabel gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Hubungan Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian

Menurut Sukirno (2009:84) mengungkapkan bahwa pendapatan adalah jumlah penghasilan yang diterima oleh penduduk atas prestasi kerjanya selama satu periode tertentu, baik harian, mingguan, bulanan maupun tahunan. Dalam Penelitian yang dilakukan oleh Anissa *et al* (2015) yang berjudul "Pengaruh Harga, Pendapatan, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Di D'Kranji Residence Tahap II Bekasi Barat" diperoleh kesimpulan bahwa hasil analisis menunjukkan bahwa variabel pendapatan mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian. Sehingga dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

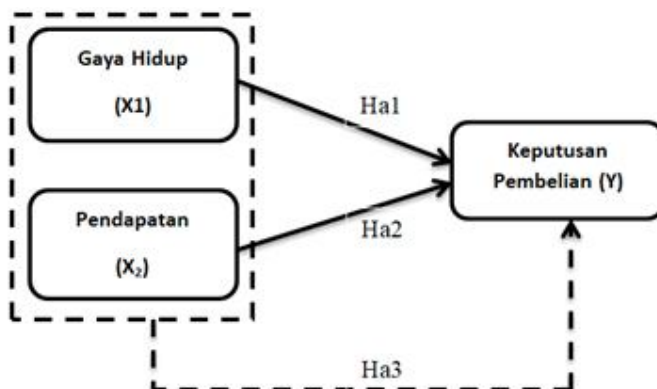
H2 : Variabel pendapatan berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Hubungan Gaya Hidup Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian

Perkembangan gaya hidup dan tingkat pendapatan seseorang sangat mempengaruhi keputusan seseorang sebelum membeli barang yang diinginkan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Fautngiljanan *et al* (2014) yang berjudul "Gaya Hidup dan Tingkat Pendapatan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Asuransi Prudential Di Kota Manado" diperoleh kesimpulan bahwa hasil analisis menunjukkan bahwa variabel gaya hidup dan pendapatan terhadap keputusan pembelian. Sehingga dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3: Variabel gaya hidup dan pendapatan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian

Model penelitian ini digambarkan dari variabel-variabel yang sudah dijabarkan di atas. Model penelitian yang digunakan dapat dilihat pada gambar dibawah ini :



Gambar 1. Model Penelitian

3. Metode Penelitian

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat kuantitatif, yaitu metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan. Dengan rumusan permasalahan kuantitatif asosiatif yaitu suatu

rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan pengaruh antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini, variabel yang akan diuji adalah gaya hidup dan pendapatan sebagai variabel independen dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Dalam Penelitian ini, penulis menggunakan data kuantitatif dari hasil penyebaran kuesioner secara langsung kepada responden maupun melalui *google form* dengan memberikan sejumlah pertanyaan yang dapat diisi oleh responden.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah komunitas *KBC Helmet Lovers* dengan jumlah member sebanyak 150 orang, dengan jumlah sampel yang didapat sebesar 109 sampel. Metode penghitungan menggunakan penghitungan sampel *Lemshow* dengan nilai $\alpha = 10\%$, dengan kriteria sampel adalah member *KBC Helmet Lovers* yang memiliki atau bahkan menggunakan Helm KBC. Teknik pengumpulan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode *Nonprobability Sampling* dengan metode *Quota Sampling*. Menurut Sugiyono, (2017 : 62) mengungkapkan bahwa kuran sampel minimum dapat diperoleh dengan menggunakan metode Lemeshow sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 p (1 - p)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel minimum yang diperlukan

d = perkiraan tingkat kesalahan (ditetapkan 0,1 dengan tingkat kepercayaan 0,9)

p = maximal estimasi (0,5)

Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel menjelaskan mengenai variabel yang diteliti, konsep, dimensi serta indikator yang akan dipahami dalam operasionalisasi variabel penelitian.

1. Gaya Hidup

Menurut Kotler & Armstrong (2008 : 170) menjelaskan bahwa gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam keadaan psikografisnya, karena gaya hidup menampilkan seluruh profil seluruh tindakan dan interaksi seseorang. Oleh karena itu, konsep gaya hidup dapat membantu pemasar memahami nilai konsumen yang berubah dan bagaimana gaya hidup mempengaruhi perilaku pembelian.

2. Pendapatan

Menurut Sukirno (2009 : 84) mengungkapkan bahwa pendapatan adalah jumlah penghasilan yang diterima oleh penduduk atas prestasi kerjanya selama satu periode tertentu, baik harian, mingguan, bulanan maupun tahunan. Kegiatan usaha pada akhirnya akan memperoleh pendapatan berupa nilai uang yang diterima dari penjualan produk yang dikurangi biaya yang telah dikeluarkan.

3. Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Keller (2009 : 188) mengungkapkan bahwa keputusan pembelian merupakan suatu tindakan konsumen untuk membeli suatu merek dari beberapa merek yang terencana, berdasarkan beberapa faktor diantaranya waktu pembelian, kualitas produk, penyalur, dan distributor, serta banyak yang lain.

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Analisis Uji Normalitas

Dalam penelitian ini, peneliti untuk menguji data tersebut normal atau tidaknya menggunakan metode *Residual One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Didapatkan hasil signifikansi hitung lebih besar daripada nilai α yaitu sebesar 0,05, sehingga dinyatakan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini terdistribusi normal.

Tabel 1. Hasil uji normalitas

One-Sample-Kolmogorov-Smirnov

Test

Unstandardized Residual	
N	30
Asymp. Sig.	.200 ^{c,d}

Sumber : Output IBM SPSS Statistics 24,2018 (yang diolah kembali oleh peneliti)

Tabel 2 Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF
Gaya Hidup	0,918	1,089
Pendapatan	0,918	1,089

Sumber : Output IBM SPSS Statistics 24,2018 (yang diolah kembali oleh peneliti)

Didapatkan nilai VIF lebih kecil dari 10 dan nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen dalam penelitian ini tidak mengalami permasalahan multikolinieritas.

Tabel 3 Hasil Uji Heterokedastisitas

Variabel	Signifikansi Hitung
Gaya Hidup	0,680
Pendapatan	0,853

Sumber : Output IBM SPSS Statistics 24,2018 (yang diolah kembali oleh peneliti)

Uji menggunakan metode *Rank Spearman* masing-masing memiliki nilai signifikansi variabel lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,680 untuk variabel gaya hidup (X_1) dan 0,853 untuk variabel Pendapatan (X_2). Sehingga dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

Uji Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini terdapat persamaan sebagai berikut:

Tabel 4 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

	B	T	Sig.
1 (Constant)	4,497	1,989	,049
GH	,467	13,198	,000
P	-,054	-,508	,613

Sumber : Output IBM SPSS Statistics 24,2018 (yang diolah kembali oleh peneliti)

$$Y \text{ (Keputusan Pembelian)} = 4,497 + 0,467X_1 \text{ (Gaya Hidup)} + -0,054X_2 \text{ (Pendapatan)}$$

Berdasarkan tabel 4 maka persamaan regresi linear berganda dapat disimpulkan sebagai berikut:

Sesuai dengan persamaan regresi linear berganda diatas maka hasil yang diperoleh dari regresi linear adalah:

1. Nilai Konstanta yang didapat adalah sebesar 4,497, artinya jika Gaya Hidup (X1) dan Pendapatan (X2) nilainya 0, maka Keputusan Pembelian (Y) memiliki nilai sebesar 4,497.
2. Koefesien regresi variabel Gaya Hidup (X1) sebesar 0,467, artinya jika variabel independen lainnya bernilai tetap dan Gaya Hidup (X1) mengalami kenaikan 1 tingkat, maka Keputusan Pembelian (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,467 atau 46,7 %.
3. Koefesien regresi variabel Pendapatan (X2) sebesar -0,54, artinya jika variabel independen lainnya bernilai tetap dan Pendapatan (X2) mengalami kenaikan 1 tingkat maka Keputusan Pembelian (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0,54 atau 5,4 %.

Analisis Uji Korelasi Parsial

Tabel 5. Hasil Uji Korelasi Parsial

		Keputusan Pembelian
Gaya Hidup	<i>Correlation</i>	0,159
Pendapatan	<i>Correlation</i>	0,159

Sumber : Output IBM SPSS Statistics 24,2018 (yang diolah kembali oleh peneliti)

Uji korelasi parsial digunakan untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh dari variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Variabel Gaya Hidup (X1) memiliki nilai koefesien sebesar 0,159 terhadap Keputusan Pembelian (Y), sehingga variabel Gaya Hidup (X1) memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y). Variabel Pendapatan (X2) memiliki nilai koefesien sebesar 0,159 terhadap Keputusan Pembelian (Y), sehingga variabel Pendapatan (X2) memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Tabel 6. Hasil Uji Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,792	0,628	0,621	3,21419

a) Predictors: (Constant), Pendapatan, Gaya Hidup

Sumber : Output IBM SPSS Statistics 24,2018 (yang diolah kembali oleh peneliti)

Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa nilai pada kolom *Adjusted R Square* 0,621 atau 62,1%. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya persentase variabel independen yaitu gaya hidup (X_1) dan pendapatan (X_2) adalah sebesar 62,1% dan sisanya sebesar 37,9% disebabkan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Tabel 7 Hasil Uji T

Coefficients ^a		
Model	T	Sig.
1 (Constant)	1,989	,049
Gaya Hidup	13,198	,000
Pendapatan	-,508	,613

a. Dependent Variable: KP

Sumber : Output IBM SPSS Statistics 24,2018 (yang diolah kembali oleh peneliti)

Berdasarkan hasil uji hipotesis atau uji t pada tabel 11 menunjukkan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel gaya hidup (X_1) memiliki t hitung sebesar 13,198, sedangkan nilai r tabel sebesar 1,982 dan nilai signifikan (*P value*) adalah sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa $13,198 > 1,982$ dan $0,000 < 0,05$. Artinya, secara parsial variabel Gaya Hidup (X_1) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Sehingga H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima
2. Variabel Pendapatan (X_2) memiliki t hitung sebesar 13,198, sedangkan nilai r tabel sebesar 1,982 dan nilai signifikan (*P value*) adalah sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa $-0,508 < 1,982$ dan $0,613 > 0,05$. Artinya, secara parsial variabel Pendapatan (X_2) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Sehingga H_{02} diterima dan H_{a2} ditolak.

Analisis Uji F

Tabel 8 Hasil Uji F

Model	ANOVA ^a	
	F	Sig.
1 Regression	89,337	,000 ^b
Residual		
Total		

a. Dependent Variable: KP

b. Predictors: (Constant), P, GH

Sumber : Output IBM SPSS Statistics 24, 2018 (yang diolah kembali oleh peneliti)

Hasil F hitung dari variabel gaya hidup (X_1) dan pendapatan (X_2) adalah sebesar 89,337 dan memiliki nilai signifikansi (*p value*) sebesar 0,000. Melihat dari perbandingannya, F hitung yang dimiliki X_1 dan X_2 yaitu sebesar $89,337 > 3,08$ dan *P value* sebesar $0,000 < 0,05$. Dapat diartikan bahwa variabel gaya hidup (X_1) dan pendapatan (X_2) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), maka pengambilan keputusannya adalah H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima

5. Keterbatasan dan Agenda Penelitian Mendatang

Penelitian ini memiliki keterbatasan dari sisi sampel penelitian, yaitu hanya mengambil salah satu jenis helm, sehingga hasil penelitian kemungkinan tidak bisa digeneralisasi untuk pembeli produk yang lain. Riset mendatang disarankan menggunakan berbagai objek kajian (sampel pada produk helm merek lainnya) sehingga temuan penelitian lebih dapat digeneralisasi.

6. Kesimpulan

Berdasarkan dari penelitian dan analisis sebelumnya dapat diperoleh hasil penelitian sebagai berikut: pertama, Gaya Hidup (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) yaitu sebesar 13,198. Sehingga semakin baik gaya hidup akan mendorong terjadinya keputusan pembelian. Kedua, pendapatan (X2) tidak memiliki pengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) yaitu sebesar -0,508. Sehingga pendapatan tidak mendorong terjadinya keputusan pembelian. Ketiga, Gaya Hidup (X1) dan Pendapatan (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) yaitu sebesar 0,000. Sehingga semakin baik gaya hidup dan pendapatan secara simultan akan mendorong terjadinya keputusan pembelian.

Daftar Pustaka

- Anissa Budi Utami *et al.* (2015). "Pengaruh Harga, Pendapatan, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah D'Kranji Residence Tahap II Bekasi Barat". *Epigram*. Vol. 12.No. 2.hal. 91-97
- Fautngiljan, V. V *et al.*(2014). "Gaya Hidup dan Tingkat Pendapatan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Asuransi Prudential Di Kota Manado". *Jurnal Emba*. Vol. 2.No. 3.hal 1192-1202
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane.(2009). *Manajemen Pemasaran*. 13th Edition, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane.(2011). *Manajemen Pemasaran*.14th Edition. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip. & Armstrong G. (2008).*Prinsip-prinsip Pemasaran*, 12th Edition, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Noor, Juliansyah. (2011). *Metodologi Penelitian*.Jakarta: Prenanda Media Group
- Novia Diana Prastiwi. (2010). "Pengaruh Brand Image Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian". Vol. 5, No. 3, hal. 6.
- Otogen."Helm Sebagai Pelindung dan Gaya Hidup".Diakses tanggal 02 Agustus 2018 dari www.beritagar.id.
- Pusat Data. "Undang-undang No. 22 Tahun 2009, Tentang Lalu Lintas Dan Angkutan Jalan".Diakses 05 Agustus 2018 dari www.hukumonline.com.
- Sadono, Sukirno. (2009). *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Sugiyono.(2017). *Statistika Untuk Penelitian*.Bandung Alfabeta,

Sunyoto, Danang. (2011). *Metode Penelitian Ekonomi: Alat Statistik & Analisis Output Komputer*. Yogyakarta: Caps Publishing.

Yohanna Puspita & Nindira Untarini.(2014). "Analisis Perbedaan Gaya Hidup Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Adidas Di Surabaya". *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol. 2.No. 4.hal 1503-151