

PENGARUH *HEALTHY LIFESTYLE*, *PERCEIVED QUALITY* DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA JENIS *ROADBIKE* MERK POLYGON
(Studi pada pengguna sepeda jenis *roadbike* Merk Polygon di Kabupaten Kebumen)

Farid Zain Lutfi

Manajemen S1, Universitas Putra Bangsa
Email : faridlutfi09@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *healthy lifestyle*, *perceived quality*, dan *perceived value* terhadap keputusan pembelian sepeda jenis *roadbike* di Kabupaten Kebumen. Data sampel yang diambil dalam penelitian ini yaitu pengguna sepeda jenis *roadbike* di Kabupaten Kebumen yang berjumlah 100 orang sebagai responden. Instrumen atau alat pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket/kuisisioner. Alat analisis dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis regresi linier berganda. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain analisis kualitatif dan analisis kuantitatif yang terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, uji t, uji f, uji regresi linier berganda (skala likert). Data dianalisis menggunakan SPSS 25 for windows. Dari hasil membuktikan hipotesis pertama bahwa *healthy lifestyle* secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari hasil hipotesis kedua membuktikan bahwa *perceived quality* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari hasil hipotesis kedua membuktikan bahwa *perceived value* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari hasil hipotesis keempat membuktikan bahwa *healthy lifestyle*, *perceived quality*, dan *perceived value* secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Healthy lifestyle*, *Perceived Quality*, *Perceived value*, keputusan pembelian, analisis regresi linier berganda.

Abstract

This study aims to determine the effect of healthy lifestyle, perceived quality, and perceived value on purchasing decisions for road bikes in Kebumen Regency. The sample data taken in this study were road bike users in Kebumen Regency, amounting to 100 people as respondents. The instrument or data collection tool in this study used a questionnaire/questionnaire. The analytical tool in this research is using multiple linear regression analysis. Data analysis techniques used in this study include qualitative analysis and quantitative analysis consisting of validity test, reliability test, t test, f test, multiple linear regression test (Likert scale). Data were analyzed using SPSS 25 for windows. The results prove the first hypothesis that partially healthy lifestyle has a significant influence on purchasing decisions. From the results of the second hypothesis proves that perceived quality has a significant effect on purchasing decisions. From the results of the second hypothesis proves that perceived value has a significant effect on purchasing decisions. The results of the fourth hypothesis prove that healthy lifestyle, perceived quality, and perceived value simultaneously or jointly have a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *Healthy lifestyle*, *Perceived Quality*, *Perceived value*, purchasing decisions, multiple linear regression analysis.

PENDAHULUAN

Pada era sekarang, sepeda tidak hanya sebagai alat transportasi saja tetapi juga sebagai media untuk berolahraga dan menyalurkan hobi. Dimasa pandemi seperti sekarang sepeda banyak diminat oleh masyarakat, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor salah satunya adalah demi meningkatkan imun. Pada masa pandemi ini masyarakat dianjurkan untuk berolahraga demi meningkatkan imun tubuh supaya tidak mudah terserang virus. Banyak masyarakat yang memilih sepeda sebagai alat untuk mereka berolahraga. Beberapa dari mereka memilih bersepeda dipagi dan sore hari, ada juga yang memilih bersepeda saat akhir pekan atau saat hari libur.

Selain untuk sarana berolahraga, sepeda juga digunakan sebagai alternatif menghilangkan rasa bosan dalam menjalani work from home (WFH) maupun learn from home (LFH). Jenis sepeda yang digunakan oleh masyarakat bermacam-macam, salah satunya adalah sepeda jenis *roadbike*.

Secara umum sepeda jenis *roadbike* adalah sepeda yang digunakan di jalanan beraspal, sepeda ini didesain untuk dapat melaju dengan kecepatan diatas sepeda jenis lain. Menurut riset yang dilakukan situs meta-search iPrice (<https://iprice.co.id/>), sepeda jenis *roadbike* mengalami peningkatan pencarian sebesar 300% per minggu pertama Juli 2020. Search interest pada Google Trends juga

PENGARUH *HEALTHY LIFESTYLE*, *PERCEIVED QUALITY* DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA JENIS *ROADBIKE* MERK POLYGON
(Studi pada pengguna sepeda jenis *roadbike* Merk Polygon di Kabupaten Kebumen)

menunjukkan peningkatan untuk pencarian dengan kata kunci *roadbike* sebesar 50% pada periode 17-23 Oktober 2021. Salah satu merk yang memproduksi sepeda jenis *roadbike* adalah Polygon, Polygon merupakan sebuah merk sepeda asal Indonesia yang diproduksi oleh PT Inera Sena yang terletak di Sidoarjo, Jawa Timur. PT Inera Sena sendiri berdiri tahun 1989 yang hingga saat ini produknya telah terdistribusi di 500 outlet yang tersebar diberbagai belahan dunia, dan terdistribusi sampai 33 negara (www.polygonbikes.com). Dari hal tersebut dapat dikatakan bahwa merk Polygon yang berada dibawah PT Inera Sena tersebut merupakan salah satu brand sepeda lokal terbaik yang pernah ada.

Berdasarkan situs PolygonBikes (www.polygonbikes.com), 2021 sepeda jenis *roadbike* merk Polygon sendiri memiliki harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan sepeda merk Polygon jenis lainnya yang memiliki spesifikasi hampir sama. Sepeda jenis *roadbike* merk Polygon dengan spesifikasi percepatan gear 8 kecepatan dan frame aluminium dibandrol dengan harga lima sampai enam juta, sementara untuk sepeda jenis mountain bike (MTB) dengan spesifikasi percepatan gear 8 kecepatan dan frame aluminium dibandrol dengan harga tiga sampai empat juta. Perbandingan harga tersebut tentunya cukup menonjol untuk sepeda dengan spesifikasi yang mirip.

Fenomena meningkatnya minat bersepeda khususnya pengguna sepeda jenis *roadbike* juga terjadi di Kabupaten Kebumen. Hal ini dapat dilihat dari munculnya komunitas/klub pengguna sepeda jenis *roadbike* disekitar wilayah Kabupaten Kebumen. Dari interview yang dilakukan kepada ketua Ikatan Sepeda Sport Indonesia (ISSI) Kabupaten Kebumen, beberapa komunitas/klub pengguna sepeda jenis *roadbike* yang ada di Kabupaten Kebumen antara lain Segi Penggel Cycling Community (SPCC), Bumen Roadbike Community (BRC), Happy Speed Riders (HSR), dan Squad Roadbike Sruweng. Salah satu merk sepeda jenis *roadbike* yang banyak digunakan di Kabupaten Kebumen adalah Polygon, hal ini juga tentunya juga berpengaruh pada jumlah penjualan sepeda jenis *roadbike* di Kabupaten Kebumen yang dapat dilihat dalam tabel penjualan sepeda jenis *roadbike* dibawah ini :

Tabel 1. Data Penjualan Sepeda Jenis Roadbike merk Polygon Di Kabupaten Kebumen Periode 2021

Outlet/Toko/Dealer	Jumlah Terjual (Unit)
Cahaya Cycle Gombong	46
Cahaya Cycle Pejagoan	39
Waroeng Pit	19
Solaris	17

Sumber : Data Primer Diolah 2022

Dari tabel 1 dapat dikatakan bahwa peminat/pengguna sepeda jenis *roadbike* merk Polygon di Kabupaten Kebumen cukup banyak. Hal tersebut dapat dilihat dari

angka penjualan sepeda jenis *roadbike* pada toko Cahaya Cycle Gombong 46 unit, toko Cahaya Cycle Pejagoan 39 unit, Waroeng Pit 19 unit, dan Solaris 17 unit.

Dalam menentukan variabel penelitian ini, penulis sebelumnya telah melakukan observasi terlebih dahulu terhadap 32 responden pengguna sepeda jenis *roadbike* di Kabupaten Kebumen. Berikut adalah hasil observasi yang dilakukan :

Tabel 2. Hasil Observasi Penentuan Variabel Penelitian

No	Faktor yang mempengaruhi	Jumlah responden	Presentase
1	Olahraga dan Kesehatan	21	66%
2	Persepsi Kualitas	9	28%
3	Persepsi Nilai	2	6%
Total		32	100%

Sumber : Data Primer Diolah 2022

Dari hasil observasi diatas alasan kenapa mereka memutuskan untuk memilih sepeda jenis *roadbike* adalah olahraga dan kesehatan, selain itu mereka juga memiliki persepsi akan kualitas serta nilai manfaat yang didapat dari sepeda jenis *roadbike* dalam memilih. Berdasarkan hal tersebut maka penulis menentukan variabel *Healthy Lifestyle*, *Perceived Quality*, dan *Perceived Value* untuk penelitian ini.

Kotler & Amstrong (2015) menjelaskan bahwa keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk yang sudah dikenal oleh masyarakat. Sebelum konsumen memutuskan untuk membeli, biasanya konsumen melalui beberapa tahap terlebih dahulu yaitu : (1) Pengenalan masalah (2) Pencarian informasi (3) Evaluasi alternatif (4) Keputusan membeli atau tidak (5) Perilaku pasca pembelian. Dalam penelitian ini faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian sepeda jenis *roadbike* merk Polygon adalah *healthy lifestyle*, *perceived quality*, dan *perceived value*.

Menurut Kusmaedi dalam Agustina (2020) gaya hidup sehat adalah tindakan atau penampilan seseorang dengan cara atau metode yang diatur oleh standar kesehatan tertentu. Standar kesehatan tersebut meliputi makan dan minum, kerja (termasuk belajar) dan istirahat, olahraga atau latihan, hubungan sosial, keseimbangan emosi atau mental, spiritual, okupasional dan sesuai dengan norma-norma sosial budaya daerah atau nasional.

Menurut Aaker dalam Barrigusti (2020) persepsi kualitas (*perceived quality*) adalah suatu persepsi pelanggan terhadap kualitas keseluruhan dan keunggulan suatu produk atau jasa dan hubungan dengan alternatifnya.

PENGARUH *HEALTHY LIFESTYLE*, *PERCEIVED QUALITY* DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA JENIS *ROADBIKE* MERK POLYGON
(Studi pada pengguna sepeda jenis *roadbike* Merk Polygon di Kabupaten Kebumen)

Biasanya untuk konsumen yang kurang pengetahuan akan sebuah produk yang akan dibelinya, mereka mempersepsikan kualitas produk tersebut dari aspek reputasi merk, reputasi perusahaan, harga ataupun country of origin. Jadi *perceived quality* (persepsi kualitas) merupakan pandangan konsumen tentang baik atau buruknya citra atau reputasi terhadap suatu produk.

Menurut McDougall dan Levesque dalam Nihlah dkk (2018) nilai yang dirasakan (*perceived value*) merupakan suatu akibat atau keuntungan yang didapatkan pelanggan yang berkaitan dengan total biaya, yakni perbedaan antara manfaat yang diterima dengan biaya yang dikeluarkan.

Dari latar belakang diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah *healthy lifestyle*, *perceived quality*, dan *perceived value* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian terhadap sepeda jenis *roadbike* merk Polygon di Kabupaten Kebumen.

Dari tujuan tersebut maka hipotesis penelitian ini adalah :

H₁ : *Healthy lifestyle* berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda jenis *roadbike* di Kabupaten Kebumen.

H₂ : *Perceived quality* berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda jenis *roadbike* di Kabupaten Kebumen.

H₃ : *Perceived value* berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda jenis *roadbike* di Kabupaten Kebumen.

H₄ : *Healthy lifestyle*, *perceived quality*, dan *perceived value* secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda jenis *roadbike* di Kabupaten Kebumen.

METODE

Penelitian ini dilakukan terhadap pengguna sepeda jenis *roadbike* merk Polygon di Kabupaten Kebumen dengan cara menyebar kuisioner.

Populasi dan Sampel

Menurut Arikunto (2013) populasi adalah keseluruhan dari subjek penelitian. Jadi yang dimaksud dengan populasi individu yang memiliki sifat yang sama walaupun prosentase kesamaan itu sedikit, atau dengan kata lain seluruh individu yang akan dijadikan objek penelitian. Sedangkan Sugiyono (2013) populasi adalah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna sepeda jenis *roadbike* di Kabupaten Kebumen.

Arikunto (2013) berpendapat bahwa sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Sedangkan menurut sugiyono (2010) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel diambil dikarenakan dalam banyak penelitian tidak memungkinkan seorang peneliti untuk meneliti semua anggota populasi. Sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan metode purposive sampling yang merupakan

metode penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu oleh peneliti (Sugiyono, 2015). Kriteria responden yang dijadikan sebagai sampel adalah pengguna sepeda jenis *roadbike* di Kabupaten Kebumen yang berusia minimal 17 tahun.

Oleh karena jumlah populasi tidak diketahui, maka penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut (Sujarweni & Utami, 2019) :

$$n = \left(\frac{Z_{\alpha/2}}{e} \right)^2$$

Keterangan :

N : Jumlah sampel

Z_{α/2}: Nilai standar daftar luar normal standar bagaimana tingkat kepercayaan (α) 95%

E : Tingkat ketetapan yang digunakan dengan mengemukakan besarnya error maksimum secara 10%

Berdasarkan rumus tersebut, maka jumlah sampel dapat diperoleh dalam hitungan sebagai berikut :

$$n = (Z_{\alpha/2})^2$$

$$n = (1,96/0,10)^2$$

$$n = 96$$

Berdasarkan perhitungan diatas dapat diketahui pengambilan jumlah sampel minimal adalah 96 orang. Pada prinsipnya tidak ada aturan yang pasti dalam menentukan presentase yang dianggap tetap dalam menentukan jumlah sampel (Purba, 1996). Pada penelitian ini peneliti memutuskan untuk mengambil sampel sebanyak 100 orang agar dapat memenuhi syarat pengambilan sampel.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan data dengan menggunakan teknik Observasi yaitu melakukan pengamatan terhadap objek penelitian baik secara langsung maupun melalui internet. Kuisioner yaitu membuat sejumlah pertanyaan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti dan diajukan kepada responden. Studi pustaka yaitu mengambil teori-teori pada literatur yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Untuk teknik analisis data peneliti menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dengan menggunakan aplikasi SPSS 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Karakteristik Responden

Analisis data ini menggunakan analisis persentase yang digunakan untuk mengetahui persentase responden berdasarkan karakteristik yang ditentukan oleh peneliti.

**PENGARUH *HEALTHY LIFESTYLE*, *PERCEIVED QUALITY* DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA JENIS *ROADBIKE* MERK POLYGON
(Studi pada pengguna sepeda jenis *roadbike* Merk Polygon di Kabupaten Kebumen)**

Tabel 3. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Responden	Presentase
1	Laki-laki	89	89%
2	Perempuan	11	11%
	Jumlah	100	100

Sumber : Data primer diolah 2022

Berdasarkan tabel 3 diatas keseluruhan responden dalam penelitian ini adalah laki-laki 89 orang (89%) dan perempuan 11 orang (11%).

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Responden	Presentasi
1	17-25 tahun	26	26%
2	26-30 tahun	18	18%
3	31-35 tahun	29	29%
4	36-40 tahun	16	16%
5	>40 tahun	11	11%
	Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer diolah 2022

Berdasarkan tabel 4 menunjukkan bahwa responden dominan berada di usia 31-35 tahun yang berjumlah 29 orang (29%), 17-25 tahun sebanyak 26 orang (26%) 26-30 tahun sebanyak 18 orang (18%), 36-40 tahun sebanyak 16 orang (16%), dan >40 tahun sebanyak 11 orang (11%).

Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat

No	Alamat	Responden	Presentase
1	Kec. Adimulyo	2	2%
2	Kec. Alian	1	1%
3	Kec. Ambal	2	2%
4	Kec. Ayah	1	1%
5	Kec. Buayan	2	2%
6	Kec. Gombang	16	16%
7	Kec. Karanganyar	13	13%
8	Kec. Karangsembung	2	2%
9	Kec. Kebumen	21	21%
10	Kec. Klirong	4	4%
11	Kec. Kutowinangun	3	3%
12	Kec. Kuwarasan	6	6%
13	Kec. Pejagoan	2	2%
14	Kec. Petanahan	4	4%
15	Kec. Prembun	2	2%
16	Kec. Puring	1	1%
17	Kec. Rowokele	1	1%
18	Kec. Sadang	1	1%
19	Kec. Sempor	3	3%
20	Kec. Sruweng	13	13%
	Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer diolah 2022

Berdasarkan tabel 5 didapat informasi bahwa responden seluruhnya berasal dari daerah Kabupaten Kebumen yang terbagi dari beberapa kecamatan antara lain Kecamatan Adimulyo 2 orang (2%), Kecamatan Alian 1 orang (1%), Kecamatan Ambal 2 orang (2%), Kecamatan Ayah 1 orang (1%), Kecamatan Buayan 2 orang (2%), Kecamatan

Gombang 16 orang (16%), Kecamatan Karanganyar 13 orang (13%), Kecamatan Karangsembung 2 orang (2%), Kecamatan Kebumen 21 orang (21%), Kecamatan Klirong 4 orang (4%), Kecamatan Kutowinangun 3 orang (3%), Kecamatan Kuwarasan 6 orang (6%), Kecamatan Pejagoan 2 orang (2%), Kecamatan Petanahan 4 orang (4%), Kecamatan Prembun 2 orang (2%), Kecamatan Puring 1 orang (1%), Kecamatan Rowokele 1 orang (1%), Kecamatan Sadang 1 orang (1%), Kecamatan Sempor 3 orang (3%), dan Kecamatan Sruweng 13 orang (13%).

Tabel 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Responden	Presentase
1	Wiraswasta	35	35%
2	PNS	8	8%
3	Pelajar/Mahasiswa	12	12%
4	Karyawan Swasta	34	34%
5	Lainya	11	11%
	Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer diolah 2022

Berdasarkan Tabel IV-4 sebagian besar responden memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta sebanyak 35 orang (35%), karyawan swasta 34 orang (34%), pelajar/mahasiswa 12 orang (12%), lainnya 11 orang (11%), dan PNS 8 orang (8%).

Tabel 7. Karakteristik Responden Pengguna Sepeda Jenis Roadbike Merk Polygon

No	Pengguna sepeda roadbike merk Polygon	Responden	Presentase
1	Ya	100	100%
2	Tidak	0	0%
	Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer diolah 2022

Berdasarkan Tabel 7 diperoleh informasi yang diperoleh dari 100 responden, yang merupakan pengguna sepeda jenis roadbike merk Polygon sebanyak 100 orang (100%) dan yang bukan pengguna sepeda jenis roadbike merk Polygon sebanyak 0 orang (0%).

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dilakukan semua instrumen variabel penelitian yaitu variabel bebas (independen) Healthy Lifestyle, Perceived Quality, Perceived Value dan variabel terikat (dependen) Keputusan Pembelian. Kuesioner dinyatakan valid apabila korelasi (r hitung) > (r tabel) dengan tingkat signifikan < 0,05 maka diperoleh (r tabel) 0,195 dari 100 responden.

Sujarweni (2019) mengatakan bahwa suatu kelompok item-item pertanyaan dinyatakan reliabel bilamana angka koefisien alpha > 0,60.

Tabel 8. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian

Item	rhitung	rtabel	Keterangan
------	---------	--------	------------

**PENGARUH *HEALTHY LIFESTYLE*, *PERCEIVED QUALITY* DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA JENIS *ROADBIKE* MERK POLYGON**
(Studi pada pengguna sepeda jenis *roadbike* Merk Polygon di Kabupaten Kebumen)

Y.1	0,703	0,195	Valid
Y.2	0,397	0,195	Valid
Y.3	0,694	0,195	Valid
Y.4	0,771	0,195	Valid
Y.5	0,579	0,195	Valid

Sumber : Data primer diolah 2022

Berdasarkan Tabel 8 diatas dapat dijelaskan bahwa rhitung>rtabel hal ini menjelaskan jika seluruh pertanyaan yang digunakan dalam variabel keputusan pembelian dinyatakan valid.

Tabel 9. Hasil Uji Validitas *Healthy lifestyle*

Item	rhitung	rtabel	Keterangan
X1.1	0,754	0,195	Valid
X1.2	0,769	0,195	Valid
X1.3	0,725	0,195	Valid

Sumber : Data primer diolah 2022

Berdasarkan tabel 9 diatas dapat dijelaskan bahwa rhitung>rtabel hal ini menjelaskan jika seluruh pertanyaan yang digunakan dalam variabel healthy lifestyle dinyatakan valid.

Tabel 10. Hasil Uji Validitas *Perceived Quality*

Item	rhitung	rtabel	Keterangan
X2.1	0,755	0,195	Valid
X2.2	0,344	0,195	Valid
X2.3	0,338	0,195	Valid
X2.4	0,763	0,195	Valid
X2.5	0,751	0,195	Valid
X2.6	0,430	0,195	Valid
X2.7	0,584	0,195	Valid

Sumber : Data primer diolah 2022

Berdasarkan Tabel 10 diatas dapat dijelaskan bahwa rhitung>rtabel hal ini menjelaskan jika seluruh pertanyaan yang digunakan dalam variabel perceived quality dinyatakan valid.

Tabel 11. Hasil Uji Validitas Variabel *Perceived Value*

Item	rhitung	rtabel	Keterangan
X3.1	0,584	0,195	Valid
X3.2	0,789	0,195	Valid
X3.3	0,666	0,195	Valid
X3.4	0,759	0,195	Valid

Sumber : Data primer diolah 2022

Berdasarkan Tabel 11 diatas dapat dijelaskan bahwa rhitung>rtabel hal ini menjelaskan jika seluruh pertanyaan yang digunakan dalam variabel perceived value dinyatakan valid.

Tabel 12. Hasil Uji Reliabilitas variabel penelitian

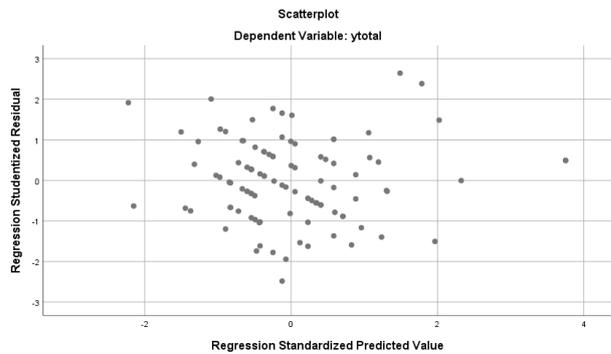
No	Variabel	Koefisien Reliabilitas	Batas Penerimaan	Keterangan
1	Keputusan Pembelian	0,614	0,60	Reliabel
2	<i>Healthy Lifestyle</i>	0,606	0,60	Reliabel

3	<i>Perceived Quality</i>	0,673	0,60	Reliabel
4	<i>Perceived Value</i>	0,657	0,60	Reliabel

Berdasarkan Tabel 11 diatas hasil analisis dapat dijelaskan bahwa seluruh pertanyaan yang digunakan dalam variabel dinyatakan reliabel, hal ini dapat dilihat dari nilai cronbach's alpha yang nilainya > 0,60.

Uji Heterokedastisitas

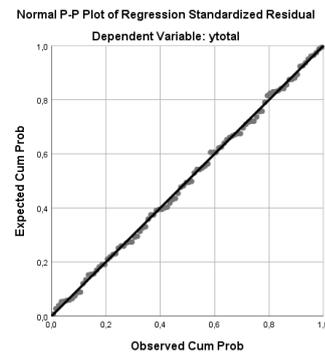
Gambar 1. Hasil Uji Heterokedastisitas Dependep Keputusan Pembelian (Y)



Berdasarkan gambar grafik uji heterokedastisitas diatas menunjukkan bahwa tidak ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk suatu pola yang teratur dan tidak ada pola yang jelas. Maka dapat disimpulkan model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

Uji Normalitas

Gambar 2. Hasil Uji Normalitas Dependent Keputusan Pembelian (Y)



Berdasarkan gambar grafik uji normalitas diatas dapat dilihat bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Maka data dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

Uji Regresi Linier Berganda

**PENGARUH *HEALTHY LIFESTYLE*, *PERCEIVED QUALITY* DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA JENIS *ROADBIKE* MERK POLYGON
(Studi pada pengguna sepeda jenis *roadbike* Merk Polygon di Kabupaten Kebumen)**

Tabel 13. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

		Coefficients^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance VIF
1	(Constant)	-,431	2,228		-,193	,847	
	x1total	,379	,186	,182	2,039	,044	,703 1,423
	x2total	,275	,074	,350	3,696	,000	,623 1,604
	x3total	,468	,133	,306	3,521	,001	,741 1,350

Sumber : Data Primer Diolah 2022

Berdasarkan hasil perhitungan dengan bantuan SPSS maka diketahui hasil uji regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = -0,431 + 0,379X_1 + 0,275X_2 + 0,468X_3 + e$$

Uji Hipotesis

Pengujian ini merupakan suatu pengujian secara individu variabel independent (X) terhadap variabel dependent (Y). Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 5% (α = 0,05). Kriteria uji hipotesis parsial menggunakan perbandingan thitung dengan ttabel ditentukan dengan rumus $df = n - k$ (Sujarweni, 2019).

Keterangan :

df = degree of freedom (derajat kebebasan)

n = sampel

k = jumlah variabel

$df = n - k = 100 - 4 = 96$, berdasarkan perhitungan tersebut maka dapat diperoleh ttabel sebesar 1,984.

Kriteria uji t adalah sebagai berikut (Ghozali, 2005) :

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Dengan signifikansi dibawah 0,05.

Berdasarkan analisis untuk variabel healthy lifestyle mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian, hal ini dikarenakan nilai thitung 2,039 > ttabel 1,984 dan tingkat signifikan 0,044 lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti semakin baik healthy lifestyle maka akan semakin tinggi keputusan pembelian konsumen, artinya peran healthy lifestyle berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Untuk variabel perceived quality mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian, hal ini dikarenakan nilai thitung 3,696 > ttabel 1,984 dan tingkat signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti semakin baik perceived quality maka akan semakin tinggi keputusan pembelian konsumen, artinya peran perceived quality berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan analisis untuk variabel perceived value mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian, hal ini dikarenakan nilai thitung 3,521 > ttabel 1,984 dan tingkat signifikan 0,001 lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti semakin baik perceived value maka akan semakin tinggi keputusan pembelian konsumen, artinya peran perceived value berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Uji Simultan

Uji f dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independent (X) terhadap variabel dependent (Y) secara bersama-sama atau simultan. Penentuan nilai ftabel dengan rumus :

$$df_1 = k - 1$$

$$df_2 = n - k$$

dimana k adalah jumlah variabel (bebas=terikat) dan n adalah jumlah sampel.

$$df_1 = 4 - 1 = 3$$

$$df_2 = 100 - 4 = 96, \text{ maka diperoleh nilai ftabel } 2,70.$$

Tabel 14. Hasil Uji f

		ANOVA^a			
		Sum of Squares	df	Mean Square	F Sig.
Model					
1	Regressi	239,858	3	79,953	27,6 ,000 ^b
	on				16
	Residual	277,932	96	2,895	
	Total	517,790	99		

Sumber : Data Primer Diolah 2022

Berdasarkan hasil diatas diperoleh nilai Fhitung 27,616 > Ftabel 2,70 dan tingkat signifikan 0,000 dimana lebih kecil dari 0,05, maka dapat dikatakan bahwa healthy lifestyle (X1), perceived quality (X2) dan perceived value (X3) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

Pembahasan

Berdasarkan analisis untuk variabel healthy lifestyle memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai thitung 2,039 > ttabel sebesar 1,984. Besarnya pengaruh healthy lifestyle terhadap keputusan pembelian sebesar 0,379 atau 37,9%. Hal ini berarti semakin baik healthy lifestyle seseorang maka semakin tinggi pula keputusan pembeliannya terhadap sepeda jenis roadbike merk Polygon. Hal ini dapat dikatakan jika seseorang memiliki gaya hidup sehat yang baik maka memungkinkan orang tersebut untuk membeli sepeda jenis roadbike merk Polygon.

PENGARUH *HEALTHY LIFESTYLE*, *PERCEIVED QUALITY* DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA JENIS *ROADBIKE* MERK POLYGON
(Studi pada pengguna sepeda jenis *roadbike* Merk Polygon di Kabupaten Kebumen)

Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh penelitian yang dilakukan oleh A Triyono & DN Susanti (2021) dengan judul Pengaruh Word of Mouth, Healthy Lifestyle, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Merek Polygon di Kabupaten Kebumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa healthy lifestyle memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan analisis untuk variabel *perceived quality* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai $t_{hitung} 3,696 > t_{tabel}$ sebesar 1,984. Besarnya pengaruh *perceived quality* terhadap keputusan pembelian sebesar 0,275 atau 27,5%. Hal ini berarti semakin baik *perceived quality* seseorang maka semakin tinggi pula keputusan pembeliannya terhadap sepeda jenis *roadbike* merk Polygon. Hal ini dapat dikatakan jika seseorang memiliki persepsi kualitas yang baik maka memungkinkan orang tersebut untuk membeli sepeda jenis *roadbike* merk Polygon.

Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Niche Barrigusti (2020) yang berjudul Pengaruh *Perceived Quality* Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Pada Pt. Capella Dinamik Nusantara Bangkinang Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam dengan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived quality* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan analisis untuk variabel *perceived value* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai $t_{hitung} 3,521 > t_{tabel}$ sebesar 1,984. Besarnya pengaruh *perceived value* terhadap keputusan pembelian sebesar 0,468 atau 46,8%. Hal ini berarti semakin baik *perceived value* seseorang maka semakin tinggi pula keputusan pembeliannya terhadap sepeda jenis *roadbike* merk Polygon. Hal ini dapat dikatakan jika seseorang memiliki persepsi nilai yang baik maka memungkinkan orang tersebut untuk membeli sepeda jenis *roadbike* merk Polygon.

Hasil penelitian ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh SH Prasetyo & YD Suseno (2015) yang berjudul Pengaruh *Perceived Value* Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Android Dengan Word Of Mouth Positif Sebagai Variabel Moderasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *perceived value* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan analisis untuk perhitungan secara simultan diperoleh F_{hitung} sebesar 27,616 $> F_{tabel}$ sebesar 2,70 dengan tingkat signifikansi 0,000, karena nilai probabilitas 0,000 jauh lebih kecil dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa variabel *healthy lifestyle*, *perceived quality* dan *perceived value* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda jenis *roadbike* merk Polygon di Kabupaten Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian sepeda jenis *roadbike* merk Polygon di Kabupaten Kebumen didorong oleh ketiga faktor secara bersama-sama (simultan), ketiga faktor tersebut adalah *healthy lifestyle*, *perceived quality* dan *perceived value*.

PENUTUP

Simpulan

Penelitian ini menguji pengaruh *healthy lifestyle*, *perceived quality* dan *perceived value* terhadap keputusan pembelian. Adapun subjek dari penelitian ini adalah pengguna sepeda jenis *roadbike* merk Polygon di Kabupaten Kebumen. Berdasarkan hasil analisis dengan alat analisis regresi linier berganda dan pembahasan hasil penelitian yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. *Healthy lifestyle* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian terhadap sepeda jenis *roadbike* merk Polygon di Kabupaten Kebumen, hal ini berarti peran *healthy lifestyle* dalam penelitian ini sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada sepeda jenis *roadbike* merk Polygon di Kabupaten Kebumen, dengan dibuktikannya hasil diatas bahwa jika seseorang memiliki gaya hidup sehat akan berdampak pada keputusan pembelian sepeda jenis *roadbike* merk Polygon di Kabupaten Kebumen, begitu juga sebaliknya jika seseorang tidak memiliki gaya hidup sehat maka kecil kemungkinannya untuk membeli sepeda jenis *roadbike* merk Polygon.
2. *Perceived quality* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian terhadap sepeda jenis *roadbike* merk Polygon di Kabupaten Kebumen, hal ini berarti peran *perceived quality* dalam penelitian ini sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada sepeda jenis *roadbike* merk Polygon di Kabupaten Kebumen, dengan dibuktikannya hasil diatas bahwa jika seseorang memiliki persepsi kualitas yang baik akan berdampak pada keputusan pembelian sepeda jenis *roadbike* merk Polygon di Kabupaten Kebumen, begitu juga sebaliknya jika seseorang memiliki persepsi kualitas yang kurang baik maka kecil kemungkinannya untuk membeli sepeda jenis *roadbike* merk Polygon.
3. *Perceived value* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian terhadap sepeda jenis *roadbike* merk Polygon di Kabupaten Kebumen, hal ini berarti peran *perceived value* dalam penelitian ini sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada sepeda jenis *roadbike* merk Polygon di Kabupaten Kebumen, dengan dibuktikannya hasil diatas bahwa jika seseorang memiliki persepsi nilai yang baik akan berdampak pada keputusan pembelian sepeda jenis *roadbike* merk Polygon di Kabupaten Kebumen, begitu juga sebaliknya jika seseorang memiliki persepsi nilai yang kurang baik maka kecil kemungkinannya untuk membeli sepeda jenis *roadbike* merk Polygon.
4. *Healthy lifestyle*, *perceived quality*, dan *perceived value* secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda jenis *roadbike* merk Polygon di Kabupaten Kebumen. Artinya peran

PENGARUH *HEALTHY LIFESTYLE*, *PERCEIVED QUALITY* DAN *PERCEIVED VALUE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA JENIS *ROADBIKE* MERK POLYGON
(Studi pada pengguna sepeda jenis *roadbike* Merk Polygon di Kabupaten Kebumen)

ketiga variabel tersebut didalam penelitian ini sangat penting untuk meningkatkan keputusan pembelian terhadap sepeda jenis *roadbike* merk Polygon di Kabupaten Kebumen.

Saran

1. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, *healthy lifestyle* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda jenis *roadbike* merk Polygon di Kabupaten Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa jika seseorang memiliki gaya hidup sehat maka akan tinggi kemungkinan seseorang tersebut melakukan keputusan pembelian terhadap sepeda jenis *roadbike* merk Polygon. Dealer resmi Polygon atau toko-toko sepeda yang menjual sepeda *roadbike* merk Polygon sebaiknya melakukan sosialisasi atau gencar mensuarakan gaya hidup sehat dengan melakukan olahraga bersepeda.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, *perceived quality* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda jenis *roadbike* merk Polygon di Kabupaten Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa jika seseorang memiliki persepsi kualitas yang baik, maka akan tinggi kemungkinan seseorang tersebut melakukan keputusan pembelian terhadap sepeda jenis *roadbike* merk Polygon. Dealer resmi Polygon atau toko-toko sepeda yang menjual sepeda *roadbike* merk Polygon sebaiknya mempromosikan atau mengiklankan bahwa brand Polygon terutama pada sepeda jenis *roadbike* adalah sepeda memiliki kualitas yang baik serta memiliki jaminan garansi resmi.
3. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, *perceived value* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda jenis *roadbike* merk Polygon di Kabupaten Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa jika seseorang memiliki persepsi nilai yang baik, maka akan tinggi kemungkinan seseorang tersebut melakukan keputusan pembelian terhadap sepeda jenis *roadbike* merk Polygon. Dealer resmi Polygon atau toko-toko sepeda yang menjual sepeda *roadbike* merk Polygon sebaiknya mengiklankan dan atau menjual sepeda jenis *roadbike* merk Polygon dengan harga yang setara dengan kualitas atau spesifikasi yang ada pada sepeda tersebut, selain itu hal yang dirasa perlu dilakukan adalah menunjukkan bahwa brand Polygon merupakan salah satu merk lokal terbaik sehingga dapat menimbulkan nilai kepercayaan untuk membeli.

Arikunto, S. (2013). Cara Dahsyat Membuat Skripsi. Jawa Timur: Jaya Star Nine.

Arikunto, S. (2013). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis. Jakarta: Rineka Cipta.

BARRIGUSTI, N. (2020). PENGARUH *PERCEIVED QUALITY* DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA BEAT PADA PT. CAPELLA DINAMIK NUSANTARA BANGKINANG DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU).

Kotler, P. & Keller, K.L., (2009). Manajemen Pemasaran.

Nihlah, Z., Latuihamallo, D. W., Susanty, A., & Purwaningsih, R. (2018). Analisis Pengaruh *Perceived Value*, Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Dengan *Word of Mouth* Sebagai Variabel Moderasi. In Seminar Nasional IENACO, 2337â (Vol. 4349).

Sugiyono, D. (2008). Metode penelitian bisnis. Bandung: Pusat Bahasa Depdiknas.

Sugiyono, D. (2010). Metode penelitian kuantitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kombinasi (*Mixed Methods*). (Sutopo, Ed.). Bandung: ALFABETA, cv.

Sujarweni, V. W., & Utami, L. R. (2019). The master book of SPSS. Anak Hebat Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Agustina, S. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Sehat dan Social Media Marketing Terhadap Niat Beli (Studi pada followers@ *herbalifeindonesiaofficial*). Jurnal Ilmu Manajemen (JIM), 8(1).