

Wijayanto

Mahasiswa Program Studi S1 Manajemen, Universitas Putra Bangsa Kebumen E-mail:

wijayanto185503359@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen Gatsby *Styling* Pomade di Kebumen, persepsi harga terhadap keputusan pembelian konsumen Gatsby *Styling* Pomade di Kebumen, pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen Gatsby *Styling* Pomade di Kebumen, dan pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan gaya hidup secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Gatsby *Styling* Pomade di Kebumen. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 110 orang. Metode analisis data yang digunakan yaitu uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis, dan koefisien determinasi dengan menggunakan bantuan program SPSS 26 *for Windows*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen Gatsby *Styling* Pomade di Kebumen, persepsi harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen Gatsby *Styling* Pomade di Kebumen, gaya hidup berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen Gatsby *Styling* Pomade di Kebumen, dan kualitas produk, persepsi harga, dan gaya hidup secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Gatsby *Styling* Pomade di Kebumen.

Kata Kunci : *Kualitas produk, persepsi harga, gaya hidup, keputusan pembelian.*

Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Gatsby Styling Pomade Di Kebumen

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Penampilan merupakan kebutuhan yang penting bagi setiap manusia. Penampilan bukan hanya menjadi kebutuhan wanita saja, banyak pria jaman sekarang yang senang memperhatikan terkait dengan penampilan mulai dari pakaian, perawatan kulit hingga gayarambut. Gaya rambut terdiri dari gayarambut panjang dan pendek. Penampilan tidak selalu dilihat dari produk pakaian yang di gunakan seseorang, namun bisa juga dilihat dari gaya rambut seseorang. Pomade merupakan salah satu produk perawatan rambut pendek pria yang digunakan untuk menjaga tatanan gaya rambut supaya bisa bertahan lebih lama.

Dalam beberapa kelompok pekerjaan yang memiliki *standard grooming* penampilan, gaya rambut menjadi bagian dari penilaian penampilan secara keseluruhan. Kelompok pekerjaan memiliki *standard grooming* penampilan untuk karyawan seperti karyawan bank dan karyawan supermarket. Daya tarik seseorang tidak hanya diciptakan dalam lingkungan pekerjaan saja, namun juga dalam lingkungan soaial. Gaya rambut pendek pria dalam beberapa lingkungan pelajar atau mahasiswa dan karyawan swasta banyak digunakan, selain aturan dari sekolah dan perusahaan rambut pendek lebih mudah untuk di tata.

Gaya rambut yang menjadi menjadi *trend* bebrapa tahun terakhir adalah *pompadour* dan *undercut*. Gaya rambut *pompadour* dan *undercut* terlihat maksimal jika pada penerapannya menggunakan pruduk perawatan rambut yang sesuai. Produk perawatan rambut yang populer dikalangan kaum pria adalah minyak rambut pomade. Pomade terbuat dari bahan dasar besswax (lilin lebah). Berbeda dengan minyak rambut jenis gel dan wax, minyak rambut jenis pomade menggunakan bahan dasar besswax (lilin lebah) yang akan memberikan kesan tebal, rapi, licin, dan mengkilap sehingga menimbulkan kesan basah dan klimis bagi si pemakainya.

Pomade menjadi salah satu minyak rambut yang banyak disukai oleh kaum pria karena menampilkan kesan tebal, rapi, licin dan basah alami. Munculnya pomade dipicu oleh budaya *rockabilly* yang menjadi *trend* pada akhir tahun 1970-an dan awal 1980-an. Budaya *Rockabilly* memiliki ciri khusus dengan penataan rambut klimis disisir ke belakang dan membuat volume di bagian depan rambut yang diberi pomade. Sempat redup gaya rambut *pompadour* dan *undercute* menjadi trend kembali pada tahun 2010-an dan membuat permintaan produk pomade terus meningkat.

Gatsby Styling Pomade adalah salah satu produk penata rambut yang di produksi oleh PT Mandom Indonesia Tbk.

Gatsby Styling Pomade dibuat dari bahan berminyak dan lilin yang digunakan sebagai bahan perawatan rambut. Penggunaan bahan berminyak dan lilin pada Gatsby Styling Pomade mampu membuat rambut terkesan lebih licin mengkilap, rapi, lebat dan tampak basah alami. PT Mandom Indonesia Tbk memproduksi produk perawatan rambut sejak tahun 197.

Keputusan pembelian menurut Kotler dan Keler dalam Yulistia (2018) adalah suatu tindakan konsumen untuk membeli satu merek dari beberapa merek yang terencana, berdasarkan beberapa faktor diantaranya waktu pembelian, kualitas produk, penyalur, dan distributor serta banyak yang lain. Penelitian Yulistia (2018) tentang kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian minyak rambut Gatsby Styling Pomade. Penelitian Yulistia dengan produk yang sama menjadi acuan mengenai apa saja yang berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Gatsby Styling Pomade di Kebumen.

Kualitas produk dapat menjadi salah satu tolak ukur konsumen dalam menentukan keputusan pembelian suatu produk. Menurut Goetsch dan Davis (2002) kualitas produk merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan barang, manusia, jasa, produk, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Hasil penelitian yang dilakukam Yulistia (2018) memperoleh hasil bahwa kualitas produk berpengaruh segnifikan positif terhadap keputusan pembelian.

Pengertian persepsi harga sendiri menurut Schiffman dan Kanuk pada Sari, P.M (2021) persepsi harga adalah pandangan atau persepsi mengenai harga bagaimana pelanggan memandang harga tertentu (tinggi, rendah, wajar) mempengaruhi pengaruh yang kuat terhadap maksud membeli dan kepuasan membeli. Peneleitian yang dilakukan Fatmawati (2017) dengan hasil persepsi harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Setiadi dalam Doaska (2020) mengatakan bahwa gaya hidup didefinisikan secara luas sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (activity), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (interest), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia di sekitarnya (opinion). Penelitian yang di lakukan Sahir *et al* (2016) dengan hasil Gaya Hidup secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Kosmetik Wardah. Penelitian yang di lakukan Somantri *et. all* (2020) dengan hasil Gaya Hidup secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk i-Phone. Beberapa penelitian tersebut membuktikan bahwa Gaya Hidup dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Gatsby Styling Pomade Di Kebumen

Berdasarkan fenomena yang terjadi tersebut, maka peneliti tertarik untuk mengangkat permasalahan tersebut kedalam suatu penelitian

Rumusan Masalah

1. Apakah pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Gatsby *Syling* Pomade di Kebumen?
2. Apakah pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Gatsby *Syling* Pomade di Kebumen?
3. Apakah pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Gatsby *Syling* Pomade di Kebumen?

Batasan Masalah

1. Penelitian dilakukan pada konsumen yang pernah membeli dan menggunakan Gatsby *Syling* Pomade di Kebumen.
2. Penelitian ini dilakukan pada konsumen atau pengguna dengan minimal umur 17 tahun.
3. Penelitian dilakukan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Gatsby *Syling* Pomade di Kebumen
4. Permasalahan yang diteliti meliputi Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Gatsby *Syling* Pomade di Kebumen.

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Gatsby *Syling* Pomade di Kebumen.
2. Untuk mengetahui pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Gatsby *Syling* Pomade di Kebumen.
3. Untuk mengetahui pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Gatsby *Syling* Pomade di Kebumen.
4. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Gatsby *Syling* Pomade di Kebumen.

Manfaat Penelitian

Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan sebagai bekal dalam menerapkan ilmu yang telah diperoleh dalam materi perkuliahan dan menjadi referensi bagi para peneliti yang melakukan penelitian sejenis mengenai pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian secara lebih mendalam.

Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dalam memberi kontribusi kepada PT. Mandom Indonesia Tbk dalam melakukan pemasaran Gatsby *Styling* Pomade.

KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Keputusan Pembelian

Menurut Pakpahan (2016:142) keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen benar-benar membeli. Menurut Kotler dan Amstrong (2007:222) terdapat empat indikator pada keputusan pembelian yaitu:

1. Kemantapan dalam sebuah produk artinya kualitas produk yang sangat baik akan membangun kepercayaan konsumen sehingga merupakan penunjang kepuasan konsumen.
2. Kebiasaan dalam membeli produk artinya pengulangan sesuatu yang secara terus-menerus dalam melakukan pembelian produk yang sama.
3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain artinya menyampaikan informasi kepada orang lain agar tertarik melakukan pembelian.
4. Melakukan pembelian ulang artinya individu melakukan pembelian produk atau jasa dan menentukan untuk membeli lagi, maka pembelian kedua dan selanjutnya disebut pembelian ulang.

Kualitas Produk

Menurut Goetsch dan Davis (2002) kualitas produk merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan barang, manusia, jasa, produk, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Indikator kualitas produk menurut Tjiptono (2010:25) adalah kinerja (*Performance*), kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to Specifications*) dan daya tahan (*Durability*)

Persepsi Harga

Pengertian persepsi harga sendiri menurut Schiffman dan Kanuk pada Sari, P.M (2021) persepsi harga adalah pandangan atau persepsi mengenai harga bagaimana pelanggan memandang harga tertentu (tinggi, rendah, wajar) mempengaruhi pengaruh yang kuat terhadap maksud membeli dan kepuasan membeli. Menurut Kotler dan Amstrong (2008) indikator persepsi harga yaitu, keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat

Gaya Hidup

Menurut Kotler dan Keller (2016: 224) gaya hidup (*Lifestyle*) adalah pola hidup seseorang di dunia yang terungkap pada aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya. Menurut Sunarto dalam Silvy (2009:93) indikator gaya hidup meliputi, *Aktivites* (kegiatan), *Interest* (minat), *Opinion* (opini)

Penelitian Terdahulu

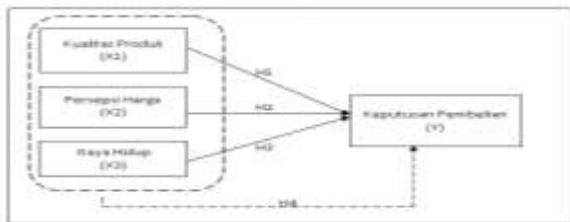
1. Imam Fitri (2019), tentang Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Tenorio

Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Gatsby Styling Pomade Di Kebumen

Pomade Di Kota Sumenep menyatakan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Agnes Adelia Radha Poespa et.,all, (2020), tentang Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *Lotion Marina* menyatakan bahwa persepsi harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Syafrida Hafni Sahir et, all (2016) tentang Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan menyatakan bahwa gaya hidup secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kerangka Teoritis



Gambar 1. Kerangka Teoritis

Hipotesis

- H1 : Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen Gatsby Styling Pomade di Kebumen.
- H2 : Persepsi Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen Gatsby Styling Pomade di Kebumen.
- H3 : Gaya Hidup berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen Gatsby Styling Pomade di Kebumen.
- H4 : Kualitas Produk, Persepsi Harga, Gaya Hidup berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen Gatsby Styling Pomade di Kebumen.

METODE

Subjek dan Objek Penelitian

Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen Gatsby Styling Pomade di Kebumen yang sudah pernah melakukan minimal satu kali pembelian dan menggunakan Gatsby Styling Pomade.

Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah variabel kualitas produk, persepsi harga, dan gaya hidup sebagai variabel independent dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen.

Instrument Pengumpul Data

Instrumen atau alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui kuisisioner. Teknik ini merupakan tehnik pengumpulan data melalui sejumlah pertanyaan yang disusun sedemikian rupa sehingga mudah dijawab. Skala

yang digunakan adalah berdasarkan pada model skala Likert yang telah dimodifikasi dengan jawaban alternatif: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS).

Teknik Pengumpulan Data

Data

Menurut Sugiyono (2017:139) data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Alat yang digunakan untuk mencari data primer adalah dengan mengamati objek langsung dan menyebarkan kuesioner kepada responden.

Data sekunder menurut Sugiyono (2017:139) merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

Teknik Pengumpulan Data

Kuesioner

Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang mencakup semua pertanyaan dan pernyataan yang akan digunakan untuk mendapatkan data.

Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan cara pengumpulan data dengan sumber data dari buku pustaka, internet dan jurnal yang berhubungan dengan penelitian.

Wawancara

Wawancara merupakan cara pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung kepada responden untuk memperoleh informasi yang berguna bagi penelitian.

Populasi dan Sampel

Populasi
Sugiyono (2017:80) yaitu wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli dan menggunakan Gatsby Styling Pomade di Kebumen.

Sampel

Sugiyono (2017:81) mendefinisikan sampel sebagai bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Pengambilan sampel dilakukan dengan pertimbangan bahwa populasi yang ada sangat besar jumlahnya, sehingga tidak memungkinkan untuk meneliti populasi yang ada, sehingga dibentuk sebuah perwakilan populasi.

Metode Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan berdasarkan potongan dan pemikiran secara teoritis dalam bentuk keterangan dan penjelasan yang sifatnya non statistik.

2. Analisis Statistika

- a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Apabila r-hitung > r-tabel ($\alpha = 0,05$) berarti item tersebut valid (Ghozali, 2006).

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Jika Alpha Cronbach > 0,60 atau 60%, maka butir atau variabel tersebut reliable (Ghozali, 2018:45).

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dimaksudkan untuk mengetahui apakah model regresi dapat dipakai.

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Pedoman suatu model regresi yang tidak terjadi multikolinieritas adalah mempunyai nilai VIF (Variance Inflation Factor) di bawah 10 dan tolerance di atas 0,1.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika grafik plot tidak membentuk pola yang jelas, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak (Ghozali, 2018). Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengukur pengaruh pengaruh antar satu variabel independen terhadap variabel dependen. Rumusnya adalah sebagai berikut: $Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$

5. Uji Hipotesis

a. Uji Hipotesis Parsial

Menurut Ghozali (2018), uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Terdapat pengaruh yang signifikan apabila t-hitung > t-tabel dan signifikansi < 0,05.

b. Uji Hipotesis Simultan

Menurut Ghozali (2018), uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Apabila

nilai F-hitung yang diperoleh dari hasil perhitungan regresi, nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05 dan F-hitung > F-tabel maka hipotesis diterima.

6. Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali (2018), koefisien determinasi pada dasarnya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.

Penelitian ini difokuskan pada responden dengan jenis kelamin laki-laki.

Karakteristik Responden Berdasarkan usia

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Rentang Usia	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	15 – 20 tahun	21	19,09%
2	21 – 30 tahun	74	67,27%
3	31 – 40 tahun	12	10,90%
4	41 – 50 tahun	3	2,72%
Jumlah		110	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023

Karakteristik Responden Berdasarkan pekerjaan

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan pekerjaan

No.	Jenis Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Wiraswasta	17	15,45%
2	Karyawan Swasta	57	51,81%
3	Pelajar/Mahasiswa	12	10,90%
4	Lainnya	24	21,81%
Jumlah		110	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023

Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

No.	Penghasilan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	< Rp. 500.000	22	20%
2	Rp. 500.000 – Rp. 1.500.000	18	16,36%

Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Gatsby Styling Pomade Di Kebumen

3	Rp. 1.500.000 – Rp. 3.000.000	40	36,36%
4	Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000	23	20,90%
5	> Rp. 5.000.000	7	6,36%
Jumlah		110	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023

Analisis Statistika

Uji Validitas

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian

Butir	r _{hitung}	r _{tabel}	Signifikasi	Keterangan
Y.1	0,714	0,1874	0,000	Valid
Y.2	0,916	0,1874	0,000	Valid
Y.3	0,873	0,1874	0,000	Valid
Y.4	0,917	0,1874	0,000	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2023

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Kualitas Produk

Butir	r _{hitung}	r _{tabel}	Signifikasi	Keterangan
X1.1	0,754	0,1874	0,000	Valid
X1.2	0,826	0,1874	0,000	Valid
X1.3	0,814	0,1874	0,000	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2023

Tabel 7. Hasil Uji Validitas Persepsi Harga

Butir	r _{hitung}	r _{tabel}	Signifikasi	Keterangan
X2.1	0,778	0,1874	0,000	Valid
X2.2	0,752	0,1874	0,000	Valid
X2.3	0,784	0,1874	0,000	Valid
X2.4	0,803	0,1874	0,000	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2023

Tabel 8. Hasil Uji Validitas Gaya Hidup

Butir	r _{hitung}	r _{tabel}	Signifikasi	Keterangan
X3.1	0,90	0,187	0,000	Valid
	1	4		
X3.2	0,87	0,187	0,000	Valid
	4	4		
X3.3	0,83	0,187	0,000	Valid
	1	4		

Sumber: Data primer diolah, 2023

Uji Reliabilitas

Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas

Sumber: Data primer diolah, 2023

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Syarat Reliabel	Ket.
1	Keputusan Pembelian	0,615	$\alpha > 0,60$	Reliabel
2	Kualitas Produk	0,614	$\alpha > 0,60$	Reliabel
3	Persepsi Harga	0,727	$\alpha > 0,60$	Reliabel
4	Gaya Hidup	0,678	$\alpha > 0,60$	Reliabel

Tabel 10

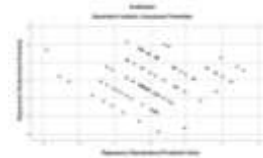
No	Model	Collinearity Statistic	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Produk	0,826	1,210
2	Persepsi Harga	0,633	1,581
3	Gaya Hidup	0,642	1,558

Sumber: Data primer diolah, 2023

Variabel Gaya kualitas produk, persepsi harga, dan gaya hidup memiliki nilai VIF dibawah 10 dan tolerance diatas 0,1 sehingga model regresi tersebut dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas dan model regresinya dapat digunakan.

Uji Heterokedastisitas

Gambar IV-1
Hasil Uji Heterokedastisitas

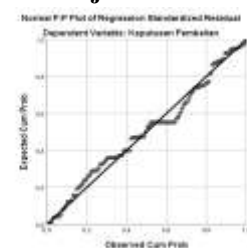


Sumber: Data primer diolah, 2023

Gambar 1 menunjukkan grafik plot tidak membentuk pola yang jelas, maka tidak terjadi heteroskedastisitas atau dapat dikatakan bahwa data homokedastisitas sehingga asumsi bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas terpenuhi.

Uji Normalitas

Gambar IV-2
Hasil Uji Normalitas



Sumber: Data primer diolah, 2023

Gambar 2 menunjukkan bahwa distribusi data residual normal dan garis yang menggambarkan data yang sesungguhnya mengikuti garis diagonalnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data normal.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel IV-11

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Gatsby Styling Pomade Di Kebumen

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,087	1,080		1,006	0,317
	Total_X1	0,488	0,093	0,373	5,247	0,000
	Total_X2	0,193	0,092	0,170	2,090	0,039
	Total_X3	0,452	0,093	0,395	4,885	0,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan tabel IV-7, maka dapat dibuat persamaan:
 $Y = 1,087 + 0,488 X_1 + 0,193 X_2 + 0,452 X_3$

Uji Hipotesis

Uji Hipotesis Parsial

**Tabel IV- 12
Hasil Uji Parsial (Uji t)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	1,087	1,080		1,006	0,317
Kualitas Produk	0,488	0,093	0,373	5,247	0,000
Persepsi harga	0,193	0,092	0,170	2,090	0,039
Gaya hidup	0,452	0,093	0,395	4,885	0,000

Sumber: Data primer diolah, 2023

Kualitas produk, persepsi harga dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap pembelian Gatsby Styling Pomade di Kebumen. Hal ini terlihat dari nilai t- hitung > t-tabel 1,982 dan nilai signifikansi < 0,05. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan Kualitas produk, persepsi harga dan gaya hidup berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan kerja.

Uji Hipotesis Simultan

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	132,600	3	44,200	44,284	0,000 ^b
Residual	105,800	106	0,998		
Total	238,400	109			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

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

Sumber: Data primer diolah, 2023

Secara bersama-sama Kualitas produk, persepsi harga dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja dengan nilai F-hitung > F-tabel (2,69) dan nilai signifikansi < 0,05.

Koefisien Determinasi

**Tabel IV-14
Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,746 ^a	0,556	0,544	0,999

a. Predictors: (Constant), kualitas produk, persepsi harga, gaya hidup

Sumber : Data Primer Diolah, 2023

Sumber: Data primer diolah, 2023

Kualitas produk (X1), persepsi harga (X2) dan gaya hidup(X3) mempunyai sumbangan pengaruh terhadap kepuasan kerja (Y) sebesar 0,544 atau 54,4% sedangkan sisanya 45,6% dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel yang diteliti

PENUTUP

Simpulan

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Gatsby Styling Pomade. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk mampu mempengaruhi keputusan pembelian. Semakin bagus kualitas suatu produk maka keputusan pembelian semakin meningkat.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Gatsby Styling Pomade. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penilaian konsumen terhadap harga sesuai dengan manfaat produk yang diberikan dan mampu mempengaruhi keputusan pembelian.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada Gatsby Styling Pomade. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup mampu mempengaruhi keputusan pembelian. Pola hidup seseorang di dunia yang terungkap pada aktivitas, minat dan opini mendorong konsumen untuk membeli produk yang bermanfaat dan berkualitas. Semakin tinggi gaya hidup seseorang maka semakin meningkatnya keputusan pembelian.
4. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, persepsi harga, dan gaya hidup secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, persepsi harga, dan gaya hidup secara bersama-sama mampu mempengaruhi keputusan pembelian pada Gatsby Styling Pomade di Kebumen.

Saran

Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Gatsby Styling Pomade Di Kebumen

1. Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen Gatsby Styling Pomade di Kebumen. Penerapan kualitas produk dapat dilakukan dengan memperhatikan kandungan atau bahan baku yang ada pada setiap varian Gatsby Styling Pomade yang ditawarkan sebagai produk perawatan rambut pendek pria yang benar-benar membantu dalam mengatasi permasalahan rambut yang dialami konsumen. Memberikan spesifikasi yang akurat pada setiap kemasan agar konsumen merasa lebih yakin dengan manfaat yang ditawarkan. Model kemasan dapat dibuat sederhana, menarik, dan mudah disimpan agar tidak cepat rusak yang akan berakibat memberikan efek yang kurang maksimal pada produk. Kemasan dibuat lebih informatif mengenai detail kandungan bahan baku, cara penggunaan dan penyimpanan, serta manfaat yang diberikan setelah menggunakan produk.
 2. Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen Gatsby Styling Pomade di Kebumen. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi harga berupa harga yang ditawarkan Gatsby Styling Pomade terjangkau oleh konsumen, selain itu kesesuaian antara harga dengan kualitas yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang langsung dirasakan oleh konsumen serta dapat meningkatkan keputusan pembelian. Manajemen dari Gatsby Styling Pomade perlu memperhatikan harga yang menjadi bahan dasar konsumen sebagai pembanding dengan harga produk pesaing, maka perlunya menganalisis kembali apakah harga yang ditawarkan ataupun penetapan harga cukup kompetitif dibandingkan pesaing. Proses pengacuan penetapan harga dapat dibantu melalui observasi pasar lebih lanjut apakah produk Gatsby Styling Pomade memiliki harga sesuai dengan kualitas dan manfaat produk. Penentuan harga yang lebih tepat sasaran dilakukan dengan observasi karakter konsumen Gatsby Styling Pomade di Kebumen.
 3. Penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup yang mengarah ke penampilan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen Gatsby Styling Pomade. Konsumen atau pengguna merasa bahwa Gatsby Styling Pomade ini mampu menunjang atau mendukung kegiatan sehari-hari. Banyaknya model gaya rambut pendek yang saat ini menjadi tren serta melihat aktivitas konsumen Gatsby Styling Pomade di Kebumen banyak yang menjadi karyawan swasta mengakibatkan konsumen semakin banyak melakukan pembelian pada Gatsby Styling Pomade, sehingga pembelian pada produk Gatsby Styling Pomade ini meningkat.
- Alwina, Aurelia. 2012. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Harga Pada Produk iPad*. Skripsi Fisipol UI
- Anggi Dwi Permata. 2021. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Kota Pekanbaru*. Riau: Skripsi UIN Sultan Syarif Kasim
- Arumsari, Dheany. 2012. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua*. Palembang: Disertasi Politeknik Sriwijaya
- Baum, Feigan. 2012. *Kendali Mutu Terpadu*. Jakarta: Erlangga
- Bungin, B. 2013. *Metode Penelitian Sosial & Ekonomi: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif Untuk Studi Sosiologi, Kebijakan, Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Cahya, N., & Shihab, M. S. 2018. *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Pelanggan Smartphone ASUS cStudi Kasus di PT Datasript*. Journal of Entrepreneurship, Management, and Industri Volume 1
- Fatmawati, N. & Soliha, E. 2017. *Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic "Honda"*. Jurnal Manajemen Teori dan Terapan
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Hadi, Sutrisno. 2004. *Metodologi Researh*. Yogyakarta: And
- Kasali, Rhenald. 2001. *Membidik Pasar Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Kotler, Phiip. 2002. *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium Jilid 2*. Jakarta: PT Phrenhalindo
- Kotler, dan G. Armstrong. 2007. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Kesembilan. Jakarta: Penerbit Prentic Hall-Ince.
- Kotler, dan G. Armstrong. 2008. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, & Kevin L. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, and G. Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi. 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, & Kevin L. 2013. *Strategic Brand Management ; Building, Measuring, and Managing Brand*

DAFTAR PUSTAKA

Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Gatsby Styling Pomade Di Kebumen

- Equity Fourth Edition Harlow*. English: Pearson Education.
- Kotler, & G. Amstrong. 2014. *Principle of Marketing 14 Edition*. England: Pearson Education, Inc
- Kotler, & Kevin L. 2016. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: PT. Index.
- Kotler, & G. Amstrong. 2016. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Le, Quang Hung, Nguyen, Luu., & Pham, Ngoc. 2019. *The Impact of Click and Collect's Service Quality on Customer Emotion and Purchase Decision: A Case Study of Mobile World in Vietnam*. Journal of Asian Finance, Economics and Business, Vol 6 No 1
- Lupiyoadi, Rambat. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Maharani, S. 2020. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian PIZZA HUT*. Jurnal MANAJEMEN. Volume 2
- Mowen, John, C dan Michael Minor. 2012. *Perilaku Konsumen Jilid 1*, Edisi. Kelima (terjemahan), Jakarta: Erlangga.
- Nazir, Mohamad. 2003. *Metode Peneitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Nugraheni, P. N. A. 2003. *Perbedaan Keenderungan Gaya Hidup Hedonis Pada Remaja Ditinjau Dari Lokasi Tempat Tinggal*. Skripsi: Tidak diterbitkan
- Nugroho, J. S. 2003. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Prenada Media
- Pangestuti, Edriana. 2017. *Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram Terhadap itra Destinasi dan Dampaknya Pada Keputusan Berkunjung (Survei Pada Pengunjung Kampung Warna Warni Jodipan, Kota Malang)*. Jurnal Administasi Bisnis
- Peter, J., & Jerry C., O. 2010. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Riduwan, & Sunarto, H. 2012. *Pengantar Statistika untuk Penelitian: Pendidikan, Sosial, Komunikasi, Ekonomi, dan Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sabran, Bob. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Schiffman, & Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen Edisi 7*. Jakarta: Index.
- Silvya, L. Mandey. 2009. *Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi
- Simamora. 2011. *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Somantri *et al.* 2020. *Pengaruh Gaya Hidup dan itra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk iPhone*. Akrawala Repositori IMWI
- Stanton, William J. 2004. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, Cetakan ke-18. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung. Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2016. *Manajemen Sumberdaya Manusia*. Jakarta: PT Buku Seru
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2010. *Strategi Pemasaran*. Edisi ketujuh. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2016. *Service, Quality, and Satisfaction*. Yogyakarta: Andi
- Yulistia, R. 2018. *Faktor-Faktor yang Meengaruhi Perilaku Pengelolaan Keuangan Keluarga di Kabupaten Tuban*. Disertasi Doktoral STIE Perbanas Surabaya