

# Pengaruh Gaya Hidup , Keragaman Produk, dan Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Polygon Pada Toko Sepeda Rejo Barat Magetan

*by* Zindy Puspitaningrum 1121700059

---

**Submission date:** 18-Jan-2022 01:03PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 1743371461

**File name:** FISIP\_1121700059\_Zindy\_Puspitaningrum.docx (132.97K)

**Word count:** 3326

**Character count:** 20912

## Pengaruh Gaya Hidup , Keragaman Produk, dan Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Polygon Pada Toko Sepeda Rejo Barat Magetan

Zindy Puspitaningrum  
Program Studi Administrasi Bisnis  
Fakultas Ilmu Sosial dan politik  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

### ABSTRACT

*At this time two-wheeled bicycles or commonly called ontel bicycles are still favored by many Indonesian people. Not only as a means of transportation, bicycles have now become a lifestyle for Indonesian people. These two-wheeled bicycles became a trend again around the 2005s, reducing congestion, maintaining physical health facilities supported by government institutions, several factors contributing to this include the increase in gasoline prices, environmental awareness to create clean air in urban areas and concern for threats. global warming, or just following a lifestyle. In this think about, utilizing quantitative strategies with overview investigate that employments a survey as an instrument. For preparing the survey information that has been dispersed utilizing the SPSS 24 application. The population in this study are consumers who have bought Polygon bicycle products and are domiciled in Ngawi Regency. The samples taken were the riding community in Ngawi district and the polygon bicycle user community in Ngawi district. The test information employments the Non Likelihood Testing strategy (arbitrary inspecting) with the Purposive Examining method, totaling 100 respondents. The information investigation strategy utilized is numerous straight relapse investigation. The comes about of this consider show that the free factors, specifically Way of life, Item Differences, and Item Costs, influence the subordinate variable, specifically Buy Choices by individuals who purchase Polygon bikes at the Rejo Barat bike shop, Magetan..*

**Keywords:** Lifestyle, Product Diversity, Product Price, Purchase Decision.

### PENDAHULUAN

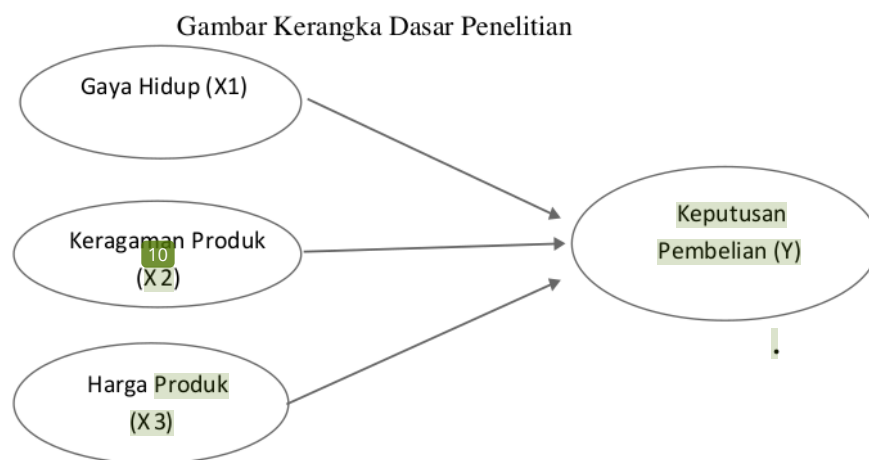
Seiring perkembangan zaman banyak perusahaan sepeda bersaing untuk memberikan produk sepeda yang terbaik, salah satunya yaitu PT. Inersa Sena merupakan perusahaan industri sepeda asli Indonesia dengan brand Polygon. Sepeda pada era sekarang tidak dimanfaatkan lagi sebagai alat transportasi, melainkan sebagai gaya hidup. Selain gaya hidup faktor yang mempengaruhi pembeli untuk menentukan pilihannya dalam bersepeda yaitu keragaman produk dan harga produk, komponen tersebut sangat penting dalam menentukan keputusan pembelian. Sepeda dengan brand Polygon ini mempunyai berbagai keragaman produk yaitu mempunyai beberapa jenis sepeda sesuai dengan kegunaan atau medan jalan, mempunyai berbagai ukuran dari yang anak-anak hingga dewasa, berbagai macam type sesuai dengan kebutuhan.

Untuk harga yang di tawarkan di toko sepeda Rejo Barat Magetan ini juga bervariasi sesuai dengan kebutuhan karena banyak type sepeda. Harga yang di tawarkan sesuai dengan dealer- dealer resmi Polygon lainnya. Saya tertarik mengambil objek penelitian brand Polygon karena brand Polygon dalam segi penjualan mempunyai peringkat pertama, dilihat dari data meningkatnya penjualan sepeda di Top Brand Award tahun 2020 adalah, Peringkat pertama Polygon dimana sepeda Polygon memiliki total persentase tertinggi sebesar 37.5%. sedangkan United sebesar 17.0%. Di lanjut sepeda Delta persentasenya 13.5%. Selanjutnya sepeda Pacific persentasenya sebesar 8.8%. Yang terakhir sepeda Element dengan persentase terendah sebesar 8.7%. Polygon berada pada posisi pertama dengan harga yang paling tinggi. Harga sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian, secara umum harga mencerminkan pada kualitas produk yang ditawarkan, konsumen lebih memilih harga yang tinggi tetapi kualitas yang di miliki baik, dari pada harga yang rendah tetapi kualitasnya tidak seperti yang diharapkan.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka penulis mempunyai gagasan ide dan mendorong melakukan penelitian dengan judul " **Pengaruh Gaya Hidup , Keragaman Produk, dan Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Polygon Pada Toko Sepeda Rejo Barat Magetan** " .

## KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

### A. Kerangka Pemikiran



Sumber : Di olah penulis 2021

Gambar tersebut menunjukkan variabel Pengaruh Gaya Hidup, Keragaman Produk, dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian sepeda Polygon Pada Toko Sepeda Rejo Barat Magetan.

### B. Hipotesis

H1 : Ada pengaruh Gaya Hidup terhadap keputusan pembelian sepeda Polygon Pada Toko Sepeda Rejo Barat Magetan.

H2 : Ada pengaruh Keragaman Produk terhadap keputusan pembelian sepeda Polygon Pada Toko Sepeda Rejo Barat Magetan.

H3 : Ada pengaruh Harga Produk terhadap keputusan pembelian sepeda Polygon Pada Toko Sepeda Rejo Barat Magetan.

## METODE PENELITIAN

### A. Rancangan Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan penulis adalah penelitian dengan menggunakan metode pengumpulan data yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif yang bertujuan untuk menjelaskan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, dalam hal ini melihat pengaruh gaya hidup, keragaman produk, dan harga produk terhadap keputusan pembelian sepeda Polygon di toko sepeda Rejo Barat, Magetan.

### B. Populasi dan Sampel

**Populasi** : Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari atas obyek atau subyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2014:148). Penelitian ini mengambil populasi yaitu konsumen yang pernah membeli produk sepeda Polygon dan domisili Kab. Ngawi.

**Sampel** : Penelitian mengenai Pengaruh Gaya Hidup, Keragaman Produk, dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian sepeda Polygon Pada Toko Sepeda Rejo Barat Magetan. Menurut Sugiyono (2014:149) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dengan menggunakan metode non-probability sampling (pengambilan sampel secara tidak acak) dengan menggunakan teknik pengambilan sampel purposive sampling, dimana sampel dipilih berdasarkan karakteristiknya. Teknik ini dipilih karena populasi dan sampel yang diambil memiliki karakteristik tertentu, antara lain: Komunitas gowes di Kabupaten Ngawi dan Masyarakat pengguna sepeda Polygon di Kabupaten Ngawi.

### B. Pengukuran dan Instrumen Penelitian

Untuk pengumpulan data, dilakukan penyebaran kuesioner kepada konsumen yang sudah pernah membeli sepeda Polygon di toko sepeda Rejo Barat Magetan untuk mengkonfirmasi pendapat mereka mengenai pengaruh gaya hidup, keragaman produk, dan harga produk yang telah di beli. Dalam penelitian ini penyelesaiannya menggunakan teknikya yaitu menggunakan skala likert.

### C. Teknik Analisis Data

1. **Uji t** : Untuk t dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui kemampuan dari masing-masing variabel independen dalam memengaruhi variabel dependen. Alasan lain uji t dilakukan yaitu untuk menguji apakah variabel bebas secara individual terdapat hubungan yang signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (Y).
2. **Uji F** : Uji F atau uji simultan digunakan untuk menguji variabel independen (bebas) secara bersama-sama atau simultan memiliki pengaruh atau tidak terhadap variabel dependennya (terikat). Dapat dinyatakan berpengaruh secara simultan apabila nilai signifikansinya  $< 0,05$ . Lalu kaidah pengujiannya jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, dan berlaku sebaliknya
3. **Koefisien Determinasi ( $R^2$ )** : Koefisien determinasi ( $R^2$ ) mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen (gaya hidup dan harga produk) dalam menerangkan variabel dependen (Keputusan pembelian). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Jika nilai  $R^2$  semakin kecil (mendekati nol) berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas atau memiliki pengaruh yang kecil. Dan jika nilai  $R^2$  semakin besar (mendekati nol) berarti variabel - variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi dependen atau memiliki pengaruh yang besar

## DEFINIS KONSEP DAN OPERASIONAL

### A. DEFINISI KONSEP

#### 1. Gaya Hidup (X1)

Pendapat (Kotler dan Keller, 2014:158) Gaya hidup adalah pola hidup seseorang didunia yang tercermin dalam kegiatan, minat dan pendapat.

## 2. Keragaman Produk (X2)

Menurut (Kotler dan Keller,2007:15) <sup>2</sup> Adanya keragaman produk yang baik, perusahaan dapat menarik konsumen untuk berkunjung dan melakukan pembelian. <sup>2</sup> Keragaman produk merupakan salah satu unsur yang harus diperhatikan oleh suatu bisnis ritel.

## 3. Harga Produk (X3)

<sup>6</sup> Menurut Manus dan Lumanaw (2015:697) menyatakan bahwa harga mempunyai peranan penting dalam proses pengambilan keputusan yaitu peranan alokasi dari harga adalah membantu para pembeli untuk memperoleh jasa atau produk dengan manfaat terbaik berdasarkan kekuatan daya belinya.

## 4. Keputusan Pembelian (Y)

Menurut Kotler & Armstrong (2016:188) dalam melakukan kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk mempengaruhi konsumen hingga terjadi keputusan pembelian merupakan harapan perusahaan.

### A. Definisi Operasional

#### 1. Gaya Hidup

- a. Menjelaskan aktivitas (bersepeda sebagai gaya hidup)
- b. Mengacu pada minat
- c. Memunculkan opini

#### 2. Keragaman Produk

- <sup>2</sup> a. Ukuran produk yang lebih beragam
- b. Jenis produk yang sangat beragam
- c. Bahan produk beragam
- d. Desain produk yang beragam
- e. Kualitas produk lebih beragam

#### 3. Harga Produk

- a. Kesesuaian harga dengan kualitas
- b. Harga standart
- c. Penetapan harga jual

#### 4. Keputusan Pembelian

- a. Pengenalan Merek

- b. Sikap konsumen
- c. Kepercayaan konsumen
- d. Niat beli
- e. Pembelian nyata

## **ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

### **A. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Bahwa responden yang berkunjung di toko sepeda Rejo Barat Magetan jenis kelamin laki-laki berjumlah 40 atau 40%, sedangkan perempuan berjumlah 60 atau 60% dari seluruhan responden dengan jumlah 100. Maka karakteristik berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh perempuan.

### **B. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Bahwa 89 atau 89% responden yang berkunjung ke bengkel sepeda Rejo Barat Magetan berusia 21-30 tahun, 11 atau 11% berusia 30-40 tahun, dan 0 atau 0% berusia >40 tahun. dari total 100 responden. Oleh karena itu, karakteristik responden berdasarkan usia didominasi oleh mereka yang berusia 21-30 tahun.

### **C. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan**

Diketahui bahwa responden yang berkunjung di toko sepeda Rejo Barat Magetan dengan jenis pekerjaan Pelajaran/Mahasiswa 77 atau 77%, PNS 7 atau 7%, Karyawan Swasta 10 atau 10%, Pengusaha 4 atau 4%, Lainnya 2 atau 2%. Dari seluruh responden berjumlah 100. Maka, karakteristik jenis pekerjaan tinggi paling didominasi Pelajaran/Mahasiswa.

### **D. Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Pembelian**

Diketahui bahwa responden yang melakukan pembelian di toko sepeda Rejo Barat Magetan dengan frekuensi pembelian 1 kali 84 atau 84%, frekuensi pembelian 2 kali 11 atau 11%, frekuensi pembelian > 3 kali 5 atau 5% seluruhan reponden berjumlah 100. Karakteristik berdasarkan Frekuensi Pembelian paling didominasi pada 1 kali pembelian.

### **E. Rekapitulasi Jawaban Responden**

#### **1. Variabel Gaya Hidup**

Pada variabel gaya hidup memiliki nilai tertinggi yaitu terdapat pada indikator pertanyaan "saya berusaha untuk mengajak lebih banyak lagi orang-orang untuk menjadikan bersepeda menjadi gaya hidup" dengan jumlah mean sebesar 4,53 yang berarti secara garis besarnya responden sangat setuju dengan pernyataan yang berakaitan dengan gaya hidup terhadap keputusan pembelian sepeda. Sedangkan untuk nilai terendah dari indikator pertanyaan "bersepeda sudah menjadi gaya hidup bagi saya" dengan jumlah mean 4,20 yang berarti responden setuju .

#### **2. Variabel Keragaman Produk**

Pada variabel keragaman produk yang memiliki nilai tertinggi yaitu terdapat di indikator pertanyaan "ukuran sepeda Polygon di Rejo Barat Magetan

lebih beragam” jumlah mean sebesar 4,42 yang berarti secara garis besar responden sangat setuju dengan pernyataan yang berkaitan dengan keragaman produk terhadap keputusan pembelian sepeda. Sedangkan untuk nilai terendah dari indikator pertanyaan “desain sepeda Polygon di Rejo Barat lebih beragam” dengan jumlah mean 4,24 yang berarti responden setuju.

### 3. Variabel Harga Produk

Pada variabel harga produk memiliki nilai tertinggi yaitu terdapat pada indikator pertanyaan “harga yang ditawarkan produk Rejo Barat sesuai dengan kualitas produk yang saya rasakan” jumlah meannya sebesar 4,38 yang berarti secara garis besar responden sangat setuju yaitu pernyataan yang berkaitan dengan harga produk terhadap keputusan pembelian sepeda. Sedangkan untuk nilai terendah dari indikator pertanyaan “harga produk Polygon yang terdapat di Rejo Barat Magetan relative terjangkau dibanding dengan toko sepeda lainnya” dengan jumlah mean 4,19 yang berarti responden setuju.

### 4. Variabel Keputusan Pembelian

Bahwa pada variabel harga produk yang memiliki nilai tertinggi yaitu terdapat pada indikator pertanyaan “harga yang ditawarkan produk Rejo Barat sesuai dengan kualitas produk yang saya rasakan” dengan jumlah mean sebesar 4,38 yang berarti secara garis besar responden sangat setuju dengan pernyataan yang berkaitan dengan harga produk terhadap keputusan pembelian sepeda. Sedangkan untuk nilai terendah dari indikator pertanyaan “harga produk Polygon yang terdapat di Rejo Barat Magetan relative terjangkau dibanding dengan toko sepeda lainnya” dengan jumlah mean 4,19 yang berarti responden setuju.

## F. Analisis Data

### 1. Uji Validasi Instrumen

| Nama variabel         | Indikator | r hitung | r tabel | Keterangan |
|-----------------------|-----------|----------|---------|------------|
| Gaya hidup (X1)       | X1.1      | 0,209    | 0,195   | Valid      |
|                       | X1.2      | 0,866    | 0,195   | Valid      |
|                       | X1.3      | 0,846    | 0,195   | Valid      |
|                       | X1.4      | 0,887    | 0,195   | Valid      |
|                       | X1.5      | 0,871    | 0,195   | Valid      |
| Keragaman produk (X2) | X2.1      | 0,209    | 0,195   | Valid      |
|                       | X2.2      | 0,866    | 0,195   | Valid      |
|                       | X2.3      | 0,846    | 0,195   | Valid      |
|                       | X2.4      | 0,887    | 0,195   | Valid      |
|                       | X2.5      | 0,871    | 0,195   | Valid      |



|                         |      |       |       |       |
|-------------------------|------|-------|-------|-------|
| Harga Produk (X3)       | X3.1 | 0,924 | 0,195 | Valid |
|                         | X3.2 | 0,929 | 0,195 | Valid |
|                         | X3.3 | 0,911 | 0,195 | Valid |
|                         | X3.4 | 0,907 | 0,195 | Valid |
| Keputusan Pembelian (Y) | Y.1  | 0,840 | 0,195 | Valid |
|                         | Y.2  | 0,869 | 0,195 | Valid |
|                         | Y.3  | 0,892 | 0,195 | Valid |
|                         | Y.4  | 0,868 | 0,195 | Valid |
|                         | Y.5  | 0,330 | 0,195 | Valid |

Sumber : Diolah dari Ms. Excel (oleh Penulis, 2021)

Berdasarkan tabel diatas, secara keseluruhan pernyataan pada variabel Promosi Online, Kualitas Pelayanan, dan Keputusan Pembelian di aplikasi belanja online Shopee dapat dikatakan valid karena seluruh item pernyataan memiliki nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel yaitu 0,195. Jadi, dapat disimpulkan bahwa variabel Promosi Online (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Keputusan Pembelian (Y) hasil kuesionernya mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut.

#### G. Uji Reabilitas Kosumen

| No. | Variabel            | Cronbach Alfa | $r$ tabel | Keterangan |
|-----|---------------------|---------------|-----------|------------|
| 1   | Gaya Hidup          | 0,080         | 0,60      | Reliable   |
| 2   | Keragaman Produk    | 0,854         | 0,60      | Reliable   |
| 3   | Harga Produk        | 0,895         | 0,60      | Reliable   |
| 4   | Keputusan Pembelian | 0,928         | 0,60      | Reliable   |

Sumber : Diolah oleh Penulis, 2021

Menunjukkan hasil dari uji reliabilitas semua variabel menyatakan reliabel, dikatakan reliabel karena nilai Cronbach Alpha  $>$  0,60 sehingga ditarik kesimpulan

semua variabel X (Gaya Hidup, Kergaman Produk, dan Harg Produk) dan Y (Keputusan Pembelian) dinyatakan reliabel.

23

## H. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Multikolinieritas

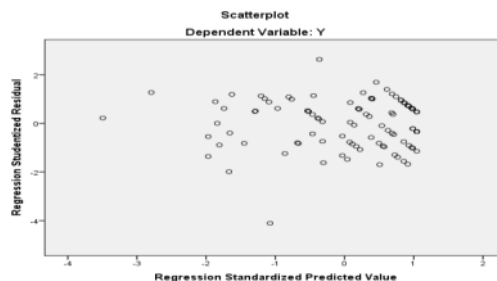
| Coefficients <sup>a</sup> |                             |            |                           |       |      |                         |       |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| Model                     | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|                           | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      | Tolerance               | VIF   |
| 1 (Constant)              | .858                        | .199       |                           | 4.302 | .000 |                         |       |
| Gaya Hidup                | .187                        | .072       | .227                      | 2.605 | .011 | .258                    | 3.883 |
| Keragaman produk          | .148                        | .070       | .144                      | 2.110 | .037 | .417                    | 2.399 |
| Harga Produk              | .470                        | .075       | .584                      | 6.282 | .000 | .226                    | 4.431 |

a. Dependent variable: keputusan pembelian

Sumber : SPSS diolah oleh Penulis,2021

Tabel di atas dapat dilihat hasil pengujian multikolonieritas yang diketahui, Nilai tolerance variabel gaya hidup 0,258, variabel keragaman produk 0,417 dan variabel harga produk 0,226 lebih besar dari 0,10. Sedangkan nilai Variance Inflation Factor (VIF) variabel gaya hidup 3.883, variabel keragaman produk 2.399 dan variabel harga produk 4.431 lebih kecil dari 10. Sehingga dapat diduga bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel independen dalam model regresi.

### 2. Uji Heteroskedastisitas

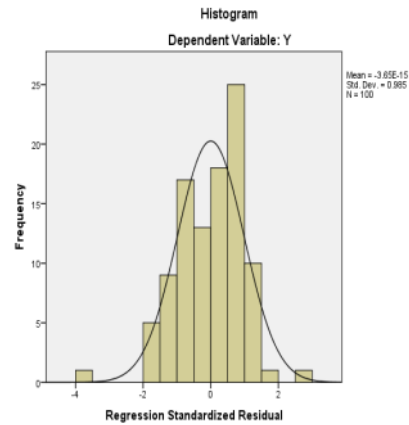


Sumber : Diolah oleh Penulis,2021

Gambar tersebut dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tersebar diatas maupun dibawah. Dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

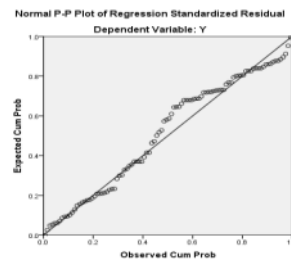
### 3. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui nilai residual mempunyai distribusi yang normal atau tidak.



**Gambar Uji Normalitas Histogram**

Sumber : Diolah oleh Penulis,2021



**Grafik Plot Uji Normalitas**

16

Sumber : Diolah oleh Penulis,2021

Grafik di atas dapat dilihat mengikuti dan mendekati garis diagonal sehingga dapat di simpulkan bahwa regresi memenuhi asumsi normalitas.

4

## I. Analisis Regresi linier Berganda

|       |                  | Coefficients <sup>a</sup>   |            |                           |       |      | Collinearity Statistics |       |
|-------|------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
|       |                  | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |                         |       |
| Model |                  | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      | Tolerance               | VIF   |
| 1     | (Constant)       | .858                        | .199       |                           | 4.302 | .000 |                         |       |
|       | Gaya Hidup       | .187                        | .072       | .227                      | 2.605 | .011 | .258                    | 3.883 |
|       | Keragaman produk | .148                        | .070       | .144                      | 2.110 | .037 | .417                    | 2.399 |
|       | Harga Produk     | .470                        | .075       | .584                      | 6.282 | .000 | .226                    | 4.431 |

a. Dependent variabel : Keputusan Pembelian

Sumber :Diolah oleh Penulis,2021

Dapat diketahui bahwa persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 0,858 + 0,187 X_1 + 0,148 X_2 + 0,470 X_3$$

Keterangan:

1. Konstanta 0,858 menunjukkan apabila nilai variabel independen dianggap konstanta keputusan pembelian meningkat sebesar 0,858.
2. b<sub>1</sub> yaitu sebesar 0,187 dengan arah positif menunjukkan apabila variabel Gaya Hidup mengalami kenaikan maka diikuti oleh peningkatan keputusan pembelian sebesar 0,187 koefisien bernilai positif yang artinya terjadi hubungan positif antara variabel Gaya Hidup dengan Keputusan Pembelian.
3. b<sub>2</sub> yaitu 0,148 dengan arah positif menunjukkan variabel Keragaman Produk mengalami kenaikan maka diikuti oleh peningkatan Keputusan Pembelian sebesar 0,148 dengan koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel Keragaman Produk dengan Keputusan Pembelian
4. b<sub>3</sub> yaitu 0,470 dengan arah positif menunjukkan bahwa apabila variabel Harga Produk terdapat kenaikan maka diikuti peningkatan Keputusan Pembelian sebesar 0,47 dengan koefisien bernilai positif maka terjadi hubungan positif antara variabel Harga Produk dengan Keputusan Pembelian.

## J. Uji Hipotesis

### a. Uji Simultan (Uji F)

|                    |
|--------------------|
| ANOVA <sup>a</sup> |
|--------------------|

| Model |            | Sum of Squares | Df | Mean Square | F       | Sig.              |
|-------|------------|----------------|----|-------------|---------|-------------------|
| 1     | Regression | 26.197         | 3  | 8.732       | 138.981 | .000 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 6.032          | 96 | .063        |         |                   |
|       | Total      | 32.228         | 99 |             |         |                   |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian  
b. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Keragaman Produk, Harga Produk

Sumber : Diolah oleh Penulis,2021

Hasil pengujian F hitung sebesar 138.981 dengan signifikan 0,000 dengan menggunakan taraf signifikan 0,05 maka signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05 dengan demikian dapat dinyatakan bahwa variabel gaya hidup, kergaman produk, harga produk secara bersamaan atau secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian hal tersebut di nyatakan diterima.

#### b. Uji Parsial (Uji t)

| Coefficients <sup>a</sup> |                  |                             |            |                           |       |      |                         |       |
|---------------------------|------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| Model                     |                  | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|                           |                  | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      | Tolerance               | VIF   |
| 1                         | (Constant)       | .858                        | .199       |                           | 4.302 | .000 |                         |       |
|                           | Gaya Hidup       | .187                        | .072       | .227                      | 2.605 | .011 | .258                    | 3.883 |
|                           | Keragaman produk | .148                        | .070       | .144                      | 2.110 | .037 | .417                    | 2.399 |
|                           | Harga Produk     | .470                        | .075       | .584                      | 6.282 | .000 | .226                    | 4.431 |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Diolah oleh Penulis,2021

Berdasarkan tabel diatas 4.20 maka dapat dilakukan hasil analisis Uji t sebagai berikut:

1. Diperoleh t hitung untuk variabel terhadap keputusan pembelian menunjukkan 2,605 dengan signifikan 0,011 menggunakan signifikan 0,05 sehingga diperoleh bahwa hipotesis Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
2. Dari hasil pengujian diperoleh t hitung untuk variabel Keragaman Produk terhadap keputusan Pembelian menunjukkan 2,110 dengan signifikan 0,037 menggunakan signifikan 0,05 sehingga diperoleh bahwa hipotesis Kergaman Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
3. Dari hasil pengujian diperoleh t hitung untuk variabel Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian menunjukkan 6.282 dengan signifikan 0,000 menggunakan signifikan 0,05 sehingga diperoleh bahwa hipotesis Harga Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

### C. Uji Koefisien Determinasi (Uji R<sup>2</sup>)

| Model Summary <sup>b</sup>  |                   |          |                   |                            |                   |
|---|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|-------------------|
| Model   | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson see |
| 1   | .902 <sup>a</sup> | .813     | .807              | .25066                     | 1.668             |
| a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Keragaman Produk, Harga Produk |                   |          |                   |                            |                   |
| b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian                            |                   |          |                   |                            |                   |

Sumber : Output SPSS ( Diolah oleh Penulis,2021)

Berdasarkan Tabel 4.21 diatas diperoleh angka R<sup>2</sup>(R square) sebesar 0,813. Maka ini menunjukkan bahwa variabel Gaya Hidup, Kergaman Produk, Harga Produk sangat berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian sebesar 81,3 %.

## PEMBAHASAN

### 1. Analisis Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian

Hasil regresi ini menyatakan bahwa variabel Gaya Hidup terdapat nilai positif artinya hasil penelitian menunjukkan Gaya Hidup memiliki hubungan positif terhadap Keputusan Pembelian. Berdasarkan hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa Gaya Hidup memiliki pengaruh terhadap Keputusan Pembelian sepeda Polygon di toko sepeda Rejo Barat Magetan.

## 2. Analisis Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian

Hasil dari analisis penelitian ini menunjukkan bahwa keragaman produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko sepeda Rejo Barat Magetan. Ini menggambarkan bahwa semakin beragamnya produk yang ditawarkan maka semakin memberikan ketertarikan tersendiri bagi konsumen pada toko sepeda Rejo Barat Magetan.

## 3. Analisis Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian

Hasil regresi menyatakan bahwa variabel Harga memiliki nilai positif yang artinya hasil penelitian menunjukkan. Menunjukkan bahwa Harga mampu menentukan seseorang untuk melakukan Keputusan Pembelian. Berdasarkan hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di toko sepeda Rejo Barat Magetan.

### KESIMPULAN

1. Gaya Hidup berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Hasilnya menyatakan bahwa Gaya Hidup mempunyai indikator tertinggi dengan jumlah mean sebesar 4,53 adalah indikator dengan pernyataan “saya berusaha untuk mengajak lebih banyak lagi orang-orang untuk menjadikan bersepeda menjadi gaya hidup”.
2. Keragaman Produk di toko sepeda Rejo Barat Magetan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Menyatakan harga memiliki indikator tertinggi adalah indikator dengan “desain sepeda Polygon di Rejo Barat lebih beragam”, dengan jumlah mean sebesar 4,42.
3. Harga Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Hasil dari responden menyatakan Harga Produk memiliki indikator dengan jumlah mean sebesar 4,38 adalah indikator tersebut dengan pernyataan “harga produk Polygon yang terdapat di Rejo Barat Magetan relatif terjangkau dibanding dengan toko sepeda lainnya”.

### SARAN

#### 1. Bagi pemilik usaha atau brand

- 1) Sebaiknya dalam gaya hidup konsumen yang selalu berubah-ubah diharapkan toko sepeda Rejo Barat Magetan selalu mengikuti perkembangan tersebut Keragaman Produk harus selalu di tingkatkan keragaman produk bisa di lihat dari ukuran, model, jenis.
- 2) Toko sepeda Rejo Barat Magetan tetap memberikan bonus kepada konsumen yaitu dengan cara servis sepeda secara gratis.

## 2. Bagi peneliti yang akan datang

Bagi peneliti selanjutnya lebih luas mencari gambaran variabel jadi data yang di dapat semakin variatif.

### DAFTAR PUSTAKA

- <sup>11</sup> Chaterina, Ivana. (2016). *Pengaruh Gaya Hidup dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E'chick*. *Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 339-348.
- Elfira Palupi, Agung Pujiyanto. (2020). *Pengaruh Lokasi, Brand Image, Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Warcet Mas Gimbal Ponorogo*. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 1-13.
- <sup>15</sup> Fitriani, E., & Yuliviona, R. (2021). *Pengaruh kualitas produk, harga dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian sepeda polygon di kota padang*. *Abstract of Undergraduate Research, Faculty of Economics, Bung Hatta University*, 19(2), 1-2.
- <sup>22</sup> Pambudi Utomo, Ayun Maduwinarti. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Warung Kopi Mbah Sangkil Surabaya*. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 1-19.
- <sup>17</sup> Prakosa, Y. B., & Tjahjaningsih, E. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup, dan Pengetahuan Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepeda Lipat di Kota Semarang*. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 4(3), 361-374.186-199.



# Pengaruh Gaya Hidup , Keragaman Produk, dan Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Polygon Pada Toko Sepeda Rejo Barat Magetan

## ORIGINALITY REPORT

19%

SIMILARITY INDEX

19%

INTERNET SOURCES

11%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

|   |  |    |
|---|--|----|
| 1 | Nanto Purnomo, Abid Muhtarom.<br>"Determination Factor Alumni and Student of Economic Faculty Lamongan Islamic University to Become Entrepreneur", Akuisisi: Jurnal Akuntansi, 2018<br>Publication | 1% |
| 2 | <a href="http://journal.uta45jakarta.ac.id">journal.uta45jakarta.ac.id</a><br>Internet Source  | 1% |
| 3 | <a href="http://jurnal.umsu.ac.id">jurnal.umsu.ac.id</a><br>Internet Source  | 1% |
| 4 | Submitted to UIN Raden Intan Lampung<br>Student Paper  | 1% |
| 5 | <a href="http://repository.stie-mce.ac.id">repository.stie-mce.ac.id</a><br>Internet Source  | 1% |
| 6 | <a href="http://konsultasiskripsi.com">konsultasiskripsi.com</a><br>Internet Source  | 1% |
| 7 | <a href="http://repository.upp.ac.id">repository.upp.ac.id</a><br>Internet Source  | 1% |

|    |  |     |
|----|--|-----|
| 8  | Submitted to Universitas Dian Nuswantoro<br>Student Paper  | 1 % |
| 9  | <a href="http://ejournal.unwaha.ac.id">ejournal.unwaha.ac.id</a><br>Internet Source  | 1 % |
| 10 | <a href="http://ejournal-s1.undip.ac.id">ejournal-s1.undip.ac.id</a><br>Internet Source  | 1 % |
| 11 | <a href="http://journal.stimykpn.ac.id">journal.stimykpn.ac.id</a><br>Internet Source  | 1 % |
| 12 | <a href="http://ejournal.unitomo.ac.id">ejournal.unitomo.ac.id</a><br>Internet Source  | 1 % |
| 13 | Hadita Hadita, Wirawan Widjanarko, Hafizah Hafizah. "Pengaruh Kualitas Produk Smartphone Terhadap Keputusan Pembelian di Masa Pandemic Covid19", Jurnal Kajian Ilmiah, 2020<br>Publication | 1 % |
| 14 | <a href="http://repository.wima.ac.id">repository.wima.ac.id</a><br>Internet Source  | 1 % |
| 15 | <a href="http://ejurnal.bunghatta.ac.id">ejurnal.bunghatta.ac.id</a><br>Internet Source  | 1 % |
| 16 | <a href="http://ejurnal.poltekpos.ac.id">ejurnal.poltekpos.ac.id</a><br>Internet Source  | 1 % |
| 17 | <a href="http://www.sciencegate.app">www.sciencegate.app</a><br>Internet Source  | 1 % |

18

Nadya Annisa, Roswaty Roswaty, Budi Setiawan. "Pengaruh Strategi Promosi terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Kosmetik Sari Ayu di Outlet Mall Palembang Icon", Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM, 2020

Publication

1 %

19

Fahra Destarini, Bono Prambudi. "PENGARUH PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN 212 MART CONDET BATU AMPAR", Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen, 2020

Publication

1 %

20

Nur Erika Novira Indah, Finna Fourqoniah, M. Fikry Aransyah. "Pengaruh Promosi di Media Sosial dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung pada Mahakam Lampion Garden Kota Samarinda", Jurnal Ranah Publik Indonesia Kontemporer (Rapik), 2021

Publication

1 %

21

[documents.mx](https://www.documents.mx)

Internet Source

1 %

22

[eprints.binus.ac.id](https://eprints.binus.ac.id)

Internet Source

1 %

23

Submitted to IAIN Salatiga

Student Paper

1 %

---

Exclude quotes Off

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography Off