

## PENGARUH GAYA HIDUP DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK CHIMON

**Khrisna Adhi Virya**

Fakultas Manajemen dan Bisnis, Universitas Ciputra, Surabaya

kadhi@student.ciputra.ac.id

**Abstract:** *The food and beverage industry is one of the major growths of economic growth in Indonesia. This is one of the new causes of entry in this business. The results of research conducted by researchers show that Chimon consumer products pay attention to quality, lifestyle, price and innovation. The two main things that make a lot of decisions are lifestyle and quality. The purpose of this study is to know how the quality and quality of products for purchasing decisions on Chimon products. The method used in this research is quantitative. The number of samples in this study were 78 respondents. The technique of making data using questionnaires with Likert scale. The analysis technique used multiple linear regression analysis method using primary and secondary data. The results showed that the lifestyle and product quality on the purchase of Chimon products.*

**Keywords:** *Lifestyle, Product Quality, Purchase Decision.*

**Abstrak:** Industri makanan dan minuman menjadi salah satu kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Hal ini menyebabkan banyaknya kompetitor baru yang masuk dalam bisnis ini. Hasil survei awal yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa konsumen produk Chimon memperhatikan kualitas, gaya hidup, harga dan inovasi. Dua hal utama yang paling banyak menjadi pertimbangan keputusan pembelian adalah gaya hidup dan kualitas. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh antara gaya hidup dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian khususnya pada produk Chimon. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 78 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala likert. Teknik analisis menggunakan metode analisis regresi linier berganda dengan menggunakan sumber data primer dan sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Chimon.

**Kata Kunci:** Gaya Hidup, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.

### PENDAHULUAN

Pada awal tahun 2015 peneliti mendirikan perusahaan di bidang makanan dan minuman yang bernama Victory Fame dengan nama produk Chimon yang didirikan oleh lima orang. Produk andalan yang ditawarkan adalah sambal toples yang dibuat dengan resep keluarga. Victory Fame menjual sambal dalam kemasan yang mementingkan kepraktisan dalam mengkonsumsinya. Dengan begitu, maka orang tidak perlu repot memasak untuk makan pagi, makan siang, ataupun makan malam. Victory Fame bergerak di bidang Food and Beverage (makanan), produk yang saat ini dihasilkan adalah sambal Chimon. Sambal Chimon ada olahan sambal dengan berbagai varian rasa seperti olahan daging ayam, sapi, babi yang dikemas didalam toples kaca.

Penurunan omzet penjualan yang dialami Victory Fame pada bulan November terjadi karena semakin banyak persaingan di industri makanan dan minuman. Banyak keluhan yang disampaikan oleh konsumen yang berhubungan dengan kualitas bahan baku yang digunakan dan gaya hidup yang semakin serba praktis menjadi faktor-faktor penyebab turunnya penjualan produk Chimon. Perubahan gaya hidup praktis membantu seseorang

dalam menjalani aktivitas hidupnya. Fokus penelitian ini pada gaya hidup dan kualitas produk sambal Chimon, dikarenakan peneliti perlu melakukan perubahan untuk dapat meningkatkan kualitas produk dan gaya hidup seseorang sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Hingga saat ini perusahaan belum mengetahui cara yang dilakukan untuk mengembalikan omzet penjualan yang akhir-akhir ini menurun. Oleh sebab itu, penulis memutuskan untuk melakukan wawancara dengan 10 orang konsumen yang telah membeli produk Chimon. Hasil dari 10 orang yang telah di wawancara menunjukkan bahwa sebanyak 5 orang mengomentari tentang kualitas dari produk Chimon yang kurang baik, 3 orang mengomentari tentang gaya hidup karena produk Chimon kurang praktis dan sisanya mengomentari tentang harga dan inovasi. Berdasarkan pendapat dari Septian Eka, Stevan dan Aldio faktor gaya hidup dalam hal ini yang dimaksud adalah kepraktisan juga dibutuhkan dalam mengkonsumsi produk Chimon. Dari hasil wawancara tersebut penulis ingin mencari tahu lebih dalam gaya hidup dan kualitas produk seperti apa yang diinginkan oleh manusia jaman sekarang.

## LANDASAN TEORI

### Gaya Hidup

Kotler (2011: 189) dalam Kaharu (2017), menyatakan bahwa gaya hidup yang mempengaruhi seseorang adalah pola hidup yang dilakukan dalam dunia kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam aktivitas, minat dan opini yang bersangkutan. Gaya hidup melukiskan keseluruhan pribadi yang berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup mencerminkan sesuatu yang lebih dari kelas sosial di satu pihak dan kepribadian di pihak lain. *Activities*, *interest* dan *opinoni* (AIO) atau kegiatan, minat, opini dipergunakan untuk meneliti kategori gaya hidup seorang konsumen seperti kreatifitas dalam memasak, sikap terhadap tayangan televisi, kebersihan rumah, sikap dan lain sebagainya. Salah satu unsur penting yang membuat konsumen mengambil keputusan pembelian dan merasa puas setelah membeli adalah atribut produk. Dimensi gaya hidup memiliki komponen AIO menurut Setiadi (2015:82) diantaranya:

- a. *Activities* (kegiatan)
- b. *Interest* (minat)
- c. *Opinion* (opini)

### Kualitas Produk

Menurut Hartati (2014:134), bisnis kuliner harus fokus terhadap kualitas produk. Seindah apapun kemasan suatu produk namun tidak disetarakan dengan kualitas, maka menimbulkan kekecewaan. Setelah itu konsumen tidak akan kembali lagi untuk membeli produk tersebut. Menurut Kotler & Keller (2013), kualitas produk adalah keseluruhan fitur dan karakteristik produk atau layanan yang dimiliki pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan. Menurut Jones (2000:109-110) dalam Gozali *et al* (2015) secara garis besar faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas makanan adalah sebagai berikut:

- a. Warna
- b. Penampilan
- c. Porsi
- d. Bentuk
- e. Temperatur
- f. Tekstur
- g. Aroma
- h. Tingkat Kematangan
- i. Rasa

## Keputusan Pembelian

Menurut Oladepo dan Abimbola (2015:101), keputusan pembelian adalah serangkaian pilihan yang dibuat oleh konsumen sebelum melakukan pembelian. Setiadi (2015:341), menjelaskan bahwa keputusan pembelian adalah proses dimana konsumen memutuskan apa saja yang harus mereka pilih antara dua pilihan atau lebih dalam melakukan pembelian. Dimensi yang digunakan untuk mengukur keputusan pembelian yang diambil oleh konsumen menurut Mayasari (2011) dalam Setyaningrum *et al.* (2015):

- a. Benefit Association
- b. Prioritas dalam membeli
- c. Frekuensi pembelian

## METODOLOGI PENELITIAN

### Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

Menurut Arikunto (2013: 173) populasi adalah keseluruhan dari subjek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah melakukan pembelian produk dari Chimon. Jumlah populasi yang ditetapkan oleh peneliti adalah 78 orang. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik sampling jenuh dimana semua populasi dijadikan sampel penelitian. Jadi sampel dalam penelitian ini adalah 78 orang. Penelitian yang dilakukan menggunakan metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2015:14), pendekatan kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme* yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Filsafat *positivisme* memandang fenomena itu dapat diklasifikasikan, relatif tetap, konkrit, teramati, terukur, dan hubungan gejala bersifat sebab akibat.

### Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisioner. Data dalam penelitian diperoleh dari jawaban responden melalui kuisioner yang menggunakan skala likert dan disebarkan ke populasi yang telah ditentukan peneliti. Menurut Sugiyono (2015:199), skala likert terdiri dari ketentuan sebagai berikut:

1. Sangat Tidak Setuju (STS), diberi skor satu
2. Tidak Setuju (TS), diberi skor dua
3. Netral (N), diberi skor tiga
4. Setuju (S), diberi skor empat
5. Sangat Setuju (SS), diberi skor lima

### Uji validitas dan uji reliabilitas

Uji validitas menunjukkan bahwa kuisioner yang digunakan dalam penelitian mampu mengukur apa yang diukur. Pengujian terhadap validitas item pernyataan kuisioner, dapat dilakukan dengan meninjau nilai *sig.* Penelitian ini menggunakan metode pearson *correlation* dengan membandingkan tingkat signifikansi *r* tabel pada tingkat signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi. Jika nilai positif dan *r* hitung  $\geq$  *r* tabel maka item dapat dinyatakan valid, jika *r* hitung  $<$  *r* tabel maka item dinyatakan tidak valid. (Priyatno, 2014:51). Uji Reliabilitas atau uji kehandalan dijalankan untuk mengetahui seberapa jauh sebuah alat ukur dapat dikendalikan. Pengujian reliabilitas terhadap seluruh item pernyataan dalam penelitian menggunakan metode *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) sebab metode ini merupakan metode standar yang digunakan untuk mengukur reliabilitas serta mampu memberikan hasil yang terukur dengan angka, sehingga hasil pengujian dapat lebih akurat. Kriteria yang digunakan adalah jika koefisien *Cronbach Alpha*  $\geq$  nilai kritis yang ditetapkan yaitu sebesar 0,6 adalah kurang baik sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi Hasil Penelitian

Responden pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli Sambal Chimon minimal satu kali. Berdasarkan karakteristik responden dalam penelitian ini, disimpulkan bahwa responden Sambal Chimon lebih cenderung dibeli oleh pria sebanyak 56 orang dengan persentase 71,8%. Pengisian kuisioner ini terdapat 60 orang yang berusia 17-22 tahun dengan presentase 76,9%. Usia 23-28 tahun berjumlah 13 orang dengan presentase 16,7%. Usia 29-34 tahun berjumlah 3 orang dengan 3,8%. Usia >34 tahun ada 2 orang responden dengan presentase 2,6% yang masing-masing berumur 54 tahun dan 36 tahun. Responden paling banyak berprofesi sebagai mahasiswa sebanyak 68 orang dengan presentase sebesar 87,2%. Profesi ibu rumah tangga sebanyak 5 orang dengan presentase 6,4%. Profesi sebagai karyawan sebanyak 4 orang dengan presentase 5,1%, sisanya 1 orang dengan presentase 1,3% menjawab lainnya yaitu, wiraswasta. Pendapatan responden sebesar Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000 terdapat 28 responden dengan presentase sebesar 35,9%. Pendapatan Rp 2.000.000 – Rp 3.000.000 juga terdapat 28 responden dengan presentase yang sama yaitu 35,9%. Pendapatan yang lebih besar dari Rp 3.000.000 terdapat 17 responden dengan presentase 21,8%. Responden yang berpendapatan kurang dari Rp 1.000.000 sebanyak 5 orang dengan presentase 6,4%.

### Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Uji Validitas Variabel Gaya Hidup

Hasil pengujian menunjukkan seluruh indikator didalam variabel gaya hidup memiliki nilai signifikansi  $\leq 0,05$ , sehingga semua indikator didalam variabel gaya hidup valid, dengan begitu maka semua pernyataan didalam indikator ini dapat digunakan.

#### 2. Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

Hasil pengujian menunjukkan seluruh indikator didalam variabel kualitas produk memiliki nilai signifikansi  $\leq 0,05$ , sehingga semua indikator didalam variabel gaya hidup valid, dengan begitu maka semua pernyataan didalam indikator ini dapat digunakan.

#### 3. Uji Validitas Variabel keputusan pembelian produk chimon

Hasil pengujian menunjukkan seluruh indikator didalam variabel keputusan pembelian memiliki nilai signifikansi  $\leq 0,05$ , sehingga semua indikator didalam variabel gaya hidup valid, dengan begitu maka semua pernyataan didalam indikator ini dapat digunakan.

### Reliabilitas

Hasil pengujian menunjukkan seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha  $> 0,6$  sehingga seluruh variabel dinyatakan reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian.

### Uji Normalitas

Dalam penelitian ini nilai signifikansi menunjukkan  $> 0,05$  sehingga nilai residual yang dihasilkan oleh regresi terdistribusi secara normal.

### Uji Multikolinieritas

Dalam penelitian ini nilai VIF tiap variabel  $< 10$  dan nilai *tolerance* tiap variabel  $> 0,1$  sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi Multikolinieritas antara variabel independen.

### Uji Heteroskedastisitas

Dalam penelitian ini nilai signifikansi pada hasil Uji Heteroskedastisitas pada variabel gaya hidup ( $X_1$ ) adalah 0.140. Pada variabel kualitas produk ( $X_2$ ) adalah 0,356. Sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi penelitian ini karena signifikansi kedua variabel  $> 0,05$ .

### Analisis Regresi berganda

$$Y: 1,032 + 0,338X_1 + 0,322X_2$$

Model regresi diatas menyimpulkan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian produk chimon.

### **Uji T**

Dalam Penelitian ini variabel gaya hidup mempunyai nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ). Variabel kualitas produk mempunyai nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,008 sehingga dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

### **Uji F**

Dalam Penelitian ini menunjukkan nilai signifikansi hasil uji F adalah 0,000 sehingga dapat disimpulkan bahwa  $0,000 < 0,05$  yang berarti  $H_0$  ditolak dan terdapat hubungan antara variabel gaya hidup dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

### **Koefisien Korelasi (R)**

Dalam Penelitian ini menunjukkan nilai R adalah 0,673 yang berarti hubungan antara variabel gaya hidup dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian semakin erat karena mendekati nilai 1.

### **Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Dalam Penelitian ini menunjukkan nilai R Square adalah 0,453 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel gaya hidup dan kualitas produk berkontribusi terhadap variabel keputusan pembelian sebesar 45,3%. Hal ini menandakan bahwa masih ada 54,7% variabel lain yang dapat berkontribusi terhadap keputusan pembelian yang tidak dibahas didalam penelitian ini.

## **Pembahasan**

### **Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian**

Berdasarkan nilai signifikansi pada uji T, dapat disimpulkan variabel gaya hidup ( $X_1$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk Chimon sehingga hipotesis pada penelitian menyatakan gaya hidup ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Chimon (Y) secara signifikan dapat diterima. Pernyataan ini didukung dengan indikator – indikator yang berada didalam variable gaya hidup ( $X_1$ ) dalam penelitian ini, salah satunya adalah produk Chimon memiliki kepraktisan. Perkembangan makanan dan minuman dari tahun ke tahun selalu mengikuti arus perubahan gaya hidup yang disukai konsumen zaman sekarang sehingga perusahaan harus mengikuti perubahan gaya hidup seperti apa yang konsumen inginkan sehingga produk Chimon tetap bersaing dengan kompetitor yang lain. Gaya hidup ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Chimon secara signifikan, sehingga hipotesis pertama ( $H_1$ ) pada penelitian ini yang menyatakan bahwa variabel gaya hidup ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) secara signifikan dapat diterima.

### **Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian**

Berdasarkan nilai signifikansi pada uji T, dapat disimpulkan variabel kualitas produk ( $X_2$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk Chimon sehingga hipotesis pada penelitian menyatakan kualitas produk ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Chimon (Y) secara signifikan dapat diterima. Pernyataan ini didukung dengan indikator – indikator yang berada didalam variable kualitas produk ( $X_2$ ) dalam penelitian ini, salah satunya adalah produk Chimon memiliki porsi yang sesuai. Perusahaan yang baik pasti akan memperhatikan kualitas produknya sehingga tidak terjadi perbedaan antar produk yang sudah disebar. Kualitas Produk ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara signifikan, sehingga hipotesis kedua ( $H_2$ ) pada penelitian ini yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) secara signifikan dapat diterima.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil analisa dan temuan pada bab IV, dapat disimpulkan bahwa:

1. Gaya Hidup ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Chimon secara signifikan, sehingga hipotesis pertama ( $H_1$ ) pada penelitian ini yang menyatakan bahwa variabel gaya hidup ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) secara signifikan dapat diterima.
2. Kualitas Produk ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara signifikan, sehingga hipotesis kedua ( $H_2$ ) pada penelitian ini yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) secara signifikan dapat diterima.

### **Saran**

Adapun manfaat yang diharapkan pada penelitian ini antar lainnya adalah:

#### **1. Bagi Perusahaan**

Perusahaan harus mempertimbangkan ulang atau melakukan evaluasi kualitas produk dan kemudahan dalam mengkonsumsi produk Chimon karena hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa gaya hidup dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

#### **2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini masih terbatas pada gaya hidup, kualitas dan keputusan pembelian. Masih ada variabel lainnya yang memungkinkan untuk diteliti lebih lanjut dan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, seperti promosi, harga, *brand image*, inovasi, dan lain lain. Sehingga masih sangat memungkinkan untuk dilakukannya penelitian lebih lanjut kedepannya untuk mendapatkan gambaran yang lebih luas mengenai keputusan pembelian.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Apriyandani, H., Yulianto, E., & Sunarti. (2017). Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 50 No. 2*.
- Gozali, Y. W., Soekresno, D., & Aprilia, A. (2015). Analisa Pengaruh Faktor Kualitas Makanan, Kualitas Layanan, dan Mood Terhadap Pemberian Tip Di Duck King Restoran Galaxy Mall Surabaya . *Media Neliti*.
- Hartati, S. (2014). *Sukses Memiliki Usaha Kuliner Tanpa Modal*. Jakarta: Niaga Swadaya.
- Kotler, Philip. & Gary Armstrong. 2011. *Principle of Marketing, 15th edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). *Marketing Management*. In *Marketing Manajement*.
- Priyatno, D. (2014). *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: C.V. Andi Offset.
- Setiadi, N. J. (2015). In *Perilaku Konsumen* (p. 82). Jakarta: Prenadamedia.
- Sugiyono. (2015). In *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: AFABETA.

## **LAMPIRAN**

### Uji Validitas

Variabel	Indikator	Pearson Correlation	Nilai Signifikansi	Kesimpulan
Gaya Hidup (X <sub>1</sub> )	1	0,887	0,000	Valid
	2	0,879	0,000	Valid
	3	0,874	0,000	Valid
Kualitas Produk (X <sub>2</sub> )	1	0,508	0,000	Valid
	2	0,703	0,000	Valid
	3	0,711	0,000	Valid
	4	0,581	0,000	Valid
	5	0,718	0,000	Valid
	6	0,616	0,000	Valid
	7	0,507	0,000	Valid
	8	0,566	0,000	Valid
	9	0,580	0,000	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	1	0,741	0,000	Valid
	2	0,874	0,000	Valid
	3	0,749	0,000	Valid

### Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Kesimpulan
Gaya Hidup (X <sub>1</sub> )	0,852	Reliabel
Kualitas Produk (X <sub>2</sub> )	0,786	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,688	Reliabel

### Uji Heterokedastisitas

#### Coefficientsa

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.344	.200		1.722	.089
	Gaya Hidup (x1)	.061	.041	.201	1.492	.140
	Kualitas Produk (x2)	-.064	.069	-.125	-.929	.356

a. Dependent Variable: absres

Uji Autokorelasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.673 <sup>a</sup>	.453	.439	.39781	2.136

Uji Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		78
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.39260733
Most Extreme Differences	Absolute	.061
	Positive	.061
	Negative	-.041
Test Statistic		.061
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

Uji Linieritas

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian (y) *	Between Groups	(Combined) Linearity	11.193	9	1.244	8.041	.000
Gaya Hidup (x1)		Deviation from Linearity	8.680	1	8.680	56.123	.000
			2.513	8	.314	2.031	.056
	Within Groups		10.517	68	.155		
	Total		21.709	77			



ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian (y) * Kualitas Produk (x2)	Between Groups	(Combined) Linearity	8.997	18	.500	2.320	.008
		Deviation from Linearity	6.189	1	6.189	28.724	.000
			2.807	17	.165	.766	.722
	Within Groups		12.713	59	.215		
Total			21.709	77			

## Analisis Regresi Berganda

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.032	.342		3.014	.004		
	Gaya Hidup (x1)	.338	.070	.486	4.803	.000	.713	1.402
	Kualitas Produk (x2)	.322	.119	.274	2.708	.008	.713	1.402

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (y)

## Hasil Uji F

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9.841	2	4.920	31.092	.000 <sup>b</sup>
	Residual	11.869	75	.158		
	Total	21.709	77			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (x2), Gaya Hidup (x1)

Hasil Uji t

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.032	.342		3.014	.004		
Gaya Hidup (x1)	.338	.070	.486	4.803	.000	.713	1.402
Kualitas Produk (x2)	.322	.119	.274	2.708	.008	.713	1.402

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (y)

Uji Koefisien Korelasi dan Uji Koefisien Determinasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.673 <sup>a</sup>	.453	.439	.39781	2.136

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (x2), Gaya Hidup (x1)

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (y)