

## Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup dan Kepribadian terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor PCX di Kecamatan Blora Kabupaten Blora

Shinta Oktaviani<sup>1</sup>, Nina Adelina<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Atma Bhakti  
shintaoktaviani1705@gmail.com<sup>1</sup>, adelinanina206@gmail.com<sup>2</sup>

### ABSTRACT

*The aim of this study was to determine the effect of product quality, lifestyle and personality on purchasing decisions for Honda PCX motorcycles in Blora Blora subdistrict, either partially or simultaneously. The research method used by the population is consumers who come to Honda motorbikes in Blora Blora Regency. The sample of this research is 96 respondents. Data collection techniques using a questionnaire. The analytical tools used are instrument tests (validity test, reliability test), classical assumptions (normality test, multicollinearity and heteroscedasticity test), hypothesis test (multiple linear regression analysis, t test, F test and coefficient of determination test (R<sup>2</sup>). The results showed that the variables of product quality, lifestyle and personality had a significant influence on purchasing decisions for Honda PCX motorbikes in Blora Blora District partially or simultaneously.*

**Keywords:** Product Quality, Lifestyle, Personality and Purchase Decision

### ABSTRAK

Kepribadian terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda PCX Di Kecamatan Blora Blora baik secara parsial maupun simultan. Metode Penelitian yang digunakan populasi adalah konsumen yang datang Sepeda Motor Honda Di Kecamatan Blora Blora. Sampel penelitian ini berjumlah 96 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Alat analisis yang digunakan uji instrumen (uji validitas, uji reliabilitas), Asumsi klasik (Uji normalitas, Multikolinearitas dan Uji heteroskedastisitas), Uji Hipotesis (Analisis regresi linear berganda, Uji t, Uji F dan Uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, gaya hidup dan kepribadian mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda PCX Di Kecamatan Blora Blora secara parsial maupun simultan.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Gaya Hidup, Kepribadian Dan Keputusan Pembelian

### PENDAHULUAN

Fenomena penggunaan motor diawali dengan masa pandemi Covid-19 ternyata berdampak pada perilaku masyarakat dalam bertransportasi. Kini, angkutan umum bukan jadi pilihan utama dibandingkan dengan kendaraan pribadi. Masa pandemi Covid-19 banyak memberikan dampak kepada berbagai sendi kehidupan, karena adanya pembatasan kapasitas karena protokol kesehatan pada angkutan umum, baik moda kereta maupun angkutan perkotaan lainnya, dapat menyebabkan

terjadinya shifting atau perpindahan penggunaan moda untuk perjalanan sehari-hari. Dari semula menggunakan angkutan umum, bisa berpindah menggunakan kendaraan mobil pribadi atau sepeda motor (<https://www.cnbcindonesia.com/news/20200812124609-4-179217/ada-fenomena-baru-pengguna-kereta-beralih-ke-sepeda-motor>). Di Indonesia terdapat berbagai macam merek sepeda motor yang paling terkenal salah satunya yaitu: Honda, Yamaha, Kawasaki, Suzuki, TVS.

Tabel 1. Data Penjualan Sepeda Motor di Indonesia Tahun 2021

No	Merek	Total Penjualan (Unit)
1	Honda	3.928.788
2	Yamaha	1.063.866
3	Kawasaki	43.540
4	Suzuki	18.380
5	TVS	2.942

Sumber : Data AISI diolah, 2021

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa penjualan Honda lebih tinggi / unggul dibandingkan dengan merek sepeda motor di Indonesia seperti Yamaha di peringkat 2, merek Kawasaki berada di peringkat 3, Suzuki peringkat ke 3 dan TVS berada di peringkat 5.

Pertumbuhan industri sepeda motor di Indonesia dari tahun ke tahun juga dipengaruhi oleh masuknya produsen dari luar, menurut Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia terdapat perusahaan assembling, manufaktur dan importir sepeda motor Indonesia yang sudah tercatat di Departemen Perindustrian dan Perdagangan (Deperindag). Yang diantaranya merupakan anggota dari AISI yaitu Honda, Yamaha, Suzuki, Kawasaki, Piaggio, Kymco, Kanzen dan Tvs sebagai pelopor perusahaan Sepeda motor di Indonesia. Tampang yang sporty, dimensi yang maxi dan juga fitur-fitur modern menjadi kelebihan skutik andalan Honda itu Honda PCX

Sepeda motor di Indonesia pertama kali masuk pada Tahun 1893 dimiliki oleh seorang berkebangsaan Belanda (J.C Potter). John C. Potter memesan sendiri sepeda motor itu ke pabriknya, Hildebrand und Wolfmüller, di Muenchen, Jerman. Sepeda motor tersebut tidak menggunakan rantai, roda belakang sebagai penggerak digerakan oleh Kruk As (<http://dishub.jabarprov.go.id/artikel/view/402.html>). Saat ini pengguna sepeda motor di Indonesia sangat banyak. Berbagai macam jenis, bentuk, hingga kapasitas mesin bervariasi. Saat ini banyak sekali klub motor yang selalu mengadakan touring atau perjalanan dengan berkelompok. Hobi dan minat masyarakat untuk memiliki sepeda motor pun beragam. Ada yang menggunakan sepeda motor untuk bekerja atau pergi ke sekolah, namun ada juga yang memiliki sepeda motor untuk mencari teman dengan menjadi anggota klub motor. Salah satu sepeda motor Honda PCX yang diminati konsumen. Honda PCX kemudian hadir di

Indonesia, dengan harga yang terjangkau. Seketika PCX menjelma jadi salah satu motor terlaris di Indonesia dari Yamaha. Kehadiran PCX juga membuat pasar skutik bongsor lebih bergairah. Di kelas 150cc, Yamaha punya Yamaha Aerox 155 VVA sebagai saudara dari PCX. Basisnya serupa, beda desain dan fitur. (<https://moladin.com/blog/sejarah-yamaha-PCX-indonesia/>).

Perkembangan zaman semakin pesat sehingga tuntutan mobilitas tinggi akan keberadaan kendaraan sebagai alternative baik untuk mendukung aktivitas. Peningkatan aktivitas yang dilakukan masyarakat dari berbagai kegiatan sekolah, bekerja maupun aktivitas lainnya yang mengakibatkan terjadi kemacetan lalu lintas. Solusi untuk mengurangi kemacetan lalu lintas yang tepat berupa model transportasi sepeda motor yang mudah, simple dan dapat menerobos kemacetan dengan cepat (Surahman *et al.*, 2022). Sepeda motor merupakan salah satu alat transportasi yang digunakan untuk memudahkan aktivitas sehari-hari. Masyarakat atau konsumen yang lebih memilih menggunakan sepeda motor dibanding menggunakan mobil atau alat transportasi lainnya karena lebih praktis dan lebih mudah menerjang kemacetan. Salah satu alat transportasi sepeda motor PCX yang diminati konsumen dalam kegiatan aktivitas sehari-hari dalam.

Pengambilan keputusan merupakan kegiatan konsumen secara langsung terlibat mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Keputusan pembelian merupakan suatu tindakan atau perilaku konsumen jadi atau tidaknya melakukan suatu pembelian atau transaksi, banyak tidaknya jumlah konsumen dalam mengambil keputusan menjadi salah satu penentu tercapai atau tidaknya tujuan perusahaan. Konsumen sering dihadapkan dengan beberapa pilihan dalam menggunakan suatu produk. Hal tersebut menyebabkan konsumen harus mempertimbangkan baik-baik sebelum mengambil keputusan untuk membeli. Peningkatan penjualan adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana pelanggan membeli suatu barang atau jasa (Suryani, 2015). Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.

Pada dasarnya Keputusan pembelian ialah suatu tindakan atau perilaku konsumen jadi atau tidaknya melakukan suatu pembelian atau transaksi, banyak tidaknya jumlah konsumen dalam mengambil keputusan menjadi salah satu penentu tercapai atau tidaknya tujuan perusahaan. Konsumen sering dihadapkan dengan beberapa pilihan dalam menggunakan suatu produk. Hal tersebut menyebabkan konsumen harus mempertimbangkan baik-baik sebelum mengambil keputusan untuk membeli. Keputusan pembelian sebagai suatu kegiatan membeli kembali yang dilakukan oleh konsumen terhadap suatu produk dengan merek yang sama tanpa diikuti oleh perasaan yang berarti terhadap produk tersebut. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian produk atau jasa biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, gaya hidup, dan produk yang sudah dikenal oleh masyarakat. Keputusan Pembelian mengacu pada komitmen psikologis terhadap produk atau jasa yang timbul setelah menggunakan mereka, sehingga timbul gagasan untuk konsumsi lagi.

Salah satu keunggulan dalam persaingan ini terutama adalah kualitas produk yang dapat memenuhi keinginan konsumen. Bila tidak sesuai dengan spesifikasi maka produk akan ditolak. Perusahaan harus dapat memahami keinginan konsumen, sehingga perusahaan dapat menciptakan produk yang sesuai dengan harapan konsumen. Kualitas produk yang baik merupakan harapan konsumen yang harus dipenuhi oleh perusahaan, karena kualitas produk yang baik merupakan kunci perkembangan produktivitas perusahaan. Berdasarkan penelitian terdahulu (Marlina, 2018) dan (Koddas *et al.*, 2021) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian..

Faktor gaya hidup merupakan penentuan nilai suatu produk di benak konsumen yang harus dibayar oleh konsumen untuk memperoleh produk tadi. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya dan menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di masyarakat. Gaya hidup adalah fungsi dari karakteristik individu yang telah terbentuk melalui interaksi sosial. Secara sederhana gaya hidup juga dapat diartikan sebagai cara yang ditempuh seseorang dalam menjalani hidupnya, yang meliputi aktivitas, minat, kesukaan/ketidaksukaan, sikap, konsumsi dan harapan (Rangkuti, 2017). Gaya hidup merupakan pendorong dasar yang mempengaruhi kebutuhan dan sikap individu, juga memengaruhi aktivitas pembelian dan penggunaan produk. Dengan demikian, gaya hidup merupakan aspek utama yang memengaruhi proses pengambilan keputusan seseorang dalam membeli produk. Gaya hidup atau life style adalah pola kehidupan seseorang untuk memahami kekuatan-kekuatan ini kita harus mengukur dimensi AIO (*activities, interest, opinion*) utama konsumen aktivitas (pekerjaan, hobi, belanja, olahraga, kegiatan sosial), minat (makanan, mode, keluarga, rekreasi), pendapat (mengenai diri mereka sendiri, masalah-masalah sosial, bisnis, produk) (Tjiptono, 2018) . Gaya hidup suatu masyarakat akan berbeda dengan masyarakat yang lainnya. Bahkan, dari masa kemasa gaya hidup suatu individu dan kelompok masyarakat tertentu akan bergerak dinamis. Gaya hidup kebanyakan dilukiskan dengan kegiatan, minat dan opini dari seseorang (*activities, interests, and opinions*). Hasil penelitian Kadir *dkk.*, (2018) dan Prasetyo dan Andjarwati (2021), menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Keputusan pembelian oleh konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian adalah karakteristik pribadi. Faktor pribadi yang dimaksud meliputi: usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan dan keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri, serta gaya hidup dan nilai (Kotler, 2017). Karakteristik tersebut mempunyai dampak secara langsung terhadap perilaku konsumen, maka dari itu penting bagi pemasar untuk mengikuti keseluruhan faktor tersebut secara seksama. kepribadian adalah sekumpulan karakteristik psikologi unik yang secara konsisten mempengaruhi cara seseorang merespon sesuatu di sekelilingnya (Purnama, 2018). Kepribadian akan menentukan bagaimana seseorang menentukan kebutuhan yang akan dipenuhinya, bagaimana

mereka mencari informasi, bagaimana mengkonsumsi, dan bagaimana merekamentukan sikap atas puas atau tidak puas. bahwa pemasar perlu mengenali ciri-ciri kepribadian untuk menentukan strategi pemasaran berdasarkan kepribadian. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nafis, Priantono and Safitri (2021) dan Nurahmasari and Wibawanto (2021) dengan hasil kepribadian berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Penelitian ini di Kecamatan Blora merupakan salah satu kecamatan yang berada di kabupaten Blora. Lokasi kecamatan Blora merupakan daerah yang jauh dari Kota Surakarta, dimana jalannya naik turun dan kurang baik kondisinya. Kondisi jalan yang naik turun / kurang baik dari perkotaan sehingga dibutuhkan alat transportasi yaitu motor. Konsumen dalam memilih motor berdasarkan kualitas produk, dimana dengan kualitas produk dengan mesin yang bagus akan memberikan tingkat keamanan saat berkendara. Begitu juga daerah itu tingkat daya beli konsumen tinggi sehingga gaya hidup yang tinggi dan kepribadian yang merasa bangga memiliki Sepeda Motor PCX. Sepeda Motor PCX merupakan merk motor nomor 1 di Indonesia sehingga akan merasa kepercayaan yang memiliki motor tersebut. Perumusan masalah dalam suatu penelitian dimaksudkan untuk mempermudah peneliti dalam membatasi masalah yang akan diteliti sehingga tujuan dan sasaran yang akhirnya dicapai menjadi jelas, terarah dan mendapatkan hasil yang diharapkan. Berdasarkan pada latar belakang masalah, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut: 1) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian PCX di Kecamatan Blora Kabupaten Blora? 2) Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian PCX di Kecamatan Blora Kabupaten Blora? 3) Apakah kepribadian berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian PCX di Kecamatan Blora Kabupaten Blora?

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif adalah data yang tidak berupa angka (Djarwanto, 2018). Jenis penelitian menggunakan survei yang dilakukan pada konsumen menggunakan teknik pengumpulan data berdasarkan observasi dengan melibatkan konsumen yang membeli motor PCX. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan Sepeda motor PCX di Kecamatan Blora Kabupaten Blora jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Sampel penelitian ini sebanyak 96 responden. Penentuan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus dari Lemeshow, karena jumlah populasi yang tidak diketahui atau tidak terhingga. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode pemilihan sampel *nonprobability sampling* untuk jenis *purposive sampling* dengan pertimbangan (*judgement sampling*) yang artinya tipe pemilihan sampel secara tidak acak yang informasinya diperoleh dengan menggunakan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2019). Pertimbangan tertentu yaitu: Konsumen yang pernah melakukan pembelian motor PCX. Berumur diatas 17 tahun (alasan yang berusia di bawah 17 tahun belum bisa mendapatkan surat izin mengemudi (SIM)). Karena belum memiliki SIM). Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda.

# *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*

Volume 6 Nomor 10 (2024) 7138 – 7100 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351

DOI: 10.47467/alkharaj.v6i10.4768

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Temuan hasil dari perhitungan pengujian validitas variable uji validitas yakni:

### Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan seberapa jauh suatu tes atau satu set dari operasi-operasi mengukur apa yang seharusnya diukur. Salah satu cara untuk menguji validitas adalah menghitung nilai korelasi antara setiap item pernyataan dengan skor totalnya dengan menggunakan rumus korelasi *product moment* ( $r_{hitung}$ ). Hasil analisis validitas menggunakan komputer yaitu program SPSS versi 21.00 ditunjukkan dengan membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ . Sedangkan nilai dari  $r_{hitung}$  dapat dilihat dalam Korelasi Produk Moment pada program SPSS versi 21.00. Pengambilan keputusan jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka butir atau variabel yang diteliti adalah valid.

Berdasarkan perhitungan, maka hasil validitas pada variabel sebagai berikut:

**Tabel 2. Rangkuman validitas instrumen Kualitas Produk**

Kualitas Produk	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
KP 1	0,811	0,199	Valid
KP 2	0,860	0,199	Valid
KP 3	0,833	0,199	Valid
Gaya Hidup			
GH 1	0,921	0,199	Valid
GH 2	0,935	0,199	Valid
GH 3	0,801	0,199	Valid
Kepribadian			
K 1	0,898	0,199	Valid
K 2	0,889	0,199	Valid
K 3	0,892	0,199	Valid
K 4	0,898	0,199	Valid
Keputusan pembelian			
Kep 1	0,830	0,199	Valid
Kep 2	0,846	0,199	Valid
Kep 3	0,755	0,199	Valid
Kep 4	0,693	0,199	Valid

Sumber: Data primer, 2024

Pada tabel 12 pertanyaan tentang variabel Kualitas Produk, Gaya Hidup, Kepribadian, Keputusan pembelian menunjukkan butir pertanyaan semuanya valid, karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

## Uji Reliabilitas

Setelah dilakukan pengujian pada validitas atas variabel-variabel tersebut (Kualitas Produk, Gaya hidup, Kepribadian dan Keputusan pembelian), maka dapat dilakukan pengujian reliabilitas. Hasil analisis reliabilitas dapat dilihat pada program SPSS versi 21.00 dan ditunjukkan oleh besarnya nilai  $\alpha$ . Pengambilan keputusan reliabilitas suatu variabel ditentukan dengan asumsi apabila nilai alfa cronbach > 0,6 maka butir atau variabel yang diteliti adalah reliabel. Berikut ini rangkuman hasil pengujian yang menunjukkan nilai alpha pada variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ), Kepribadian ( $X_2$ ), Gaya hidup ( $X_3$ ) serta Keputusan pembelian ( $Y$ ).

**Tabel 3. Hasil Reliabilitas**

Variabel	$r_{\alpha}$	$r_{\text{tabel}}$	Keterangan
Kualitas Produk ( $X_1$ )	0,771	0,60	Reliabel
Gaya hidup ( $X_2$ )	0,865	0,60	Reliabel
Kepribadian ( $X_3$ )	0,916	0,60	Reliabel
Keputusan pembelian ( $Y$ )	0,786	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer, 2024

Dari tabel 10 menunjukkan semua variabel baik Kualitas Produk ( $X_1$ ), Gaya hidup ( $X_2$ ), Kepribadian ( $X_3$ ) dan Keputusan pembelian ( $Y$ ) adalah reliabel karena mempunyai nilai alfa cronbach > 0,60, sehingga dapat dipergunakan untuk mengolah data selanjutnya.

## Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah sampel yang digunakan berasal dari populasi yang normal. Pengujian ini menggunakan metode *One-Sampel Kolmogorov-Smirnov Test* dengan membandingkan *Asymptotic Significance* (probabilitas) dengan taraf signifikansi. Hasil Pengujian normalitas masing-masing variabel ditunjukkan dalam tabel di bawah ini:

**Tabel 4. Hasil Pengujian Normalitas**

Variabel	Sig (2-tailed)	p-value	Keterangan
<i>Undstandardized residual</i>	0,839	P > 0,05	Normal

Sumber: Data primer, 2024

Dari hasil perhitungan uji *Kolmogorov-Smirnov* dapat diketahui bahwa *p-value* dari *Undstandardized residual* sebesar 0,839 ternyata lebih besar dari  $\alpha$  (0,05), sehingga keseluruhan data tersebut dinyatakan memiliki distribusi normal atau memiliki sebaran data yang normal.

## Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah untuk menguji apakah variabel independen yang satu dengan variabel independen yang lain dalam model terdapat pengaruh yang sempurna atau tidak. .

**Tabel 5. Hasil Pengujian Multikolinieritas**

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Produk	0,667	1,500	Tidak terjadi multikolinieritas
Gaya hidup	0,565	1,770	Tidak terjadi multikolinieritas
Kepribadian	0,606	1,650	Tidak terjadi multikolinieritas

Sumber : Data primer, 2024

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa  $VIF < 10$ , sehingga tidak terjadi multikolinieritas.

### Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari pengujian ini yaitu untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi yang baik yaitu yang homoskedastisitas, yakni variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain bersifat tetap. Ringkasan hasil perhitungan data disajikan pada tabel di bawah ini.

**Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Variabel	taraf signifikansi	Sig.	Kesimpulan
Kualitas Produk	0,05	0,074	Bebas Heteroskedastisitas
Gaya hidup	0,05	0,610	Bebas Heteroskedastisitas
Kepribadian	0,05	0,796	Bebas Heteroskedastisitas

Sumber : Data diolah SPSS Versi 21.00

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa Nilai probabilitas  $> 0,5$  berarti bebas dari heteroskedastisitas.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk menentukan pengaruh variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ), Kepribadian ( $X_2$ ), dan Gaya hidup ( $X_3$ ) terhadap Keputusan pembelian ( $Y$ ).

Persamaan regresi berganda secara umum ditulis:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Dimana:

- Y = Variabel Keputusan pembelian
- a = Konstanta
- $b_1, b_2, b_3$  = Koefisien regresi partial
- $X_1$  = Variabel Kualitas Produk
- $X_2$  = Variabel Gaya hidup
- $X_3$  = Variabel Kepribadian

Untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama dapat dilihat dari hasil analisis dari program SPSS 21.00 pada tabel di bawah ini:

**Tabel 7. Rekapitulasi Regresi Linier Berganda**

Variabel	B	t <sub>hitung</sub>	Sig.	t <sub>tabel</sub>	Keterangan
(Constant)	5,480			1,986	
Kualitas Produk	0,431	4,446	0,000	1,986	H <sub>1</sub> Diterima
Gaya hidup	0,246	3,426	0,001	1,986	H <sub>2</sub> Diterima
Kepribadian	0,239	2,481	0,015	1,986	H <sub>3</sub> Diterima
R <sup>2</sup> = 0,569					
F <sub>hitung</sub> = 40,527 Sig = 0,000					
F <sub>tabel</sub> = 2,704					

Sumber : Data primer, 2024

Berdasarkan hasil perhitungan program komputer SPSS versi 21.00 diperoleh hasil sebagai berikut :

$$Y = 5,480 + 0,431 X_1 + 0,246 X_2 + 0,239 X_3$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas, maka interpretasi dari koefisien masing-masing variabel sebagai berikut:

- a = Konstanta sebesar 5,480 menyatakan bahwa jika variabel kualitas produk ( $X_1$ ), variabel gaya hidup ( $X_2$ ), dan variabel kepribadian ( $X_3$ ) dianggap konstan maka keputusan pembelian di Kecamatan Blora Kabupaten Blora akan meningkat.
- $b_1 = 0,431$ , koefisien regresi kualitas produk ( $X_1$ ) sebesar 43,1% yang berarti apabila gaya hidup ( $X_2$ ), dan kepribadian ( $X_3$ ) konstan, maka dengan adanya peningkatan kualitas produk sehingga mengakibatkan keputusan pembelian meningkat.
- $b_2 = 0,246$ , koefisien regresi gaya hidup ( $X_2$ ) sebesar 24,6% yang berarti apabila kualitas produk ( $X_1$ ), dan kepribadian ( $X_3$ ) konstan, maka dengan adanya peningkatan gaya hidup sehingga mengakibatkan keputusan pembelian meningkat.
- $b_3 = 0,239$ , koefisien regresi kepribadian ( $X_3$ ) sebesar 23,9% yang berarti apabila kualitas produk ( $X_1$ ), dan gaya hidup ( $X_2$ ) konstan, maka dengan kepribadian sehingga mengakibatkan keputusan pembelian meningkat.

## Uji t

Perhitungan untuk menguji keberartian variabel independen Kualitas Produk, Gaya hidup, dan Kepribadian terhadap Keputusan pembelian secara individu di Kecamatan Blora Kabupaten Blora.

Dari perhitungan tersebut diperoleh hasil dari  $t_{hitung} = 4,446 > t_{tabel} = 1,986$  atau nilai sig. sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak sehingga ada pengaruh yang signifikan Kualitas Produk terhadap Keputusan pembelian motor PCX. Dari hasil menunjukkan

hipotesis pertama menyatakan “Diduga ada pengaruh kualitas Produk ( $X_1$ ) terhadap Keputusan pembelian motor PCX” terbukti kebenarannya.

Dari perhitungan tersebut diperoleh hasil dari  $t_{hitung} = 3,426 > t_{tabel} = 1,986$  atau nilai sig. sebesar  $0,001 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak sehingga ada pengaruh yang signifikan Gaya hidup terhadap Keputusan pembelian motor PCX. Dari hasil menunjukkan hipotesis kedua menyatakan “Diduga ada pengaruh Gaya hidup ( $X_2$ ) terhadap Keputusan pembelian motor PCX (Y)” terbukti kebenarannya.

Dari perhitungan tersebut diperoleh hasil dari  $t_{hitung} = 2,481 > t_{tabel} = 1,986$  atau nilai sig. sebesar  $0,015 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak sehingga ada pengaruh yang signifikan Kepribadian terhadap Keputusan pembelian motor PCX. Dari hasil ini menunjukkan hipotesis ketiga yang menyatakan “Diduga ada pengaruh Kepribadian ( $X_3$ ) terhadap Keputusan pembelian motor PCX (Y)”, terbukti kebenarannya.

## Uji F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Dari hasil perhitungan yang diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $40,527 > 2,704$  atau nilai sig. sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga ketiga variabel independen signifikan mempengaruhi Keputusan pembelian motor PCX di Kecamatan Blora Kabupaten Blora secara simultan. Ini membuktikan bahwa “Kualitas Produk, Gaya hidup, dan Kepribadian berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian” *fit and good*.

## Uji $R^2$ (koefisien determinasi)

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) adalah untuk mengetahui seberapa besar variasi variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. Nilai  $R^2$  berkisar antara nol sampai satu, semakin mendekati angka satu dapat dikatakan model tersebut semakin baik. Dari hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,569, hal ini berarti bahwa variabel independen dalam model (Kualitas Produk, Gaya hidup dan Kepribadian) menjelaskan variasi Keputusan pembelian Sepeda Motor PCX di Kecamatan Blora Kabupaten Blora sebesar 56,9% dan 43,1% dijelaskan oleh faktor atau variabel lain di luar model, contohnya saluran distribusi dan promosi dan lain-lain.

## Pembahasan

### Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan pembelian Sepeda Motor PCX di Kecamatan Blora Kabupaten Blora

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan ada pengaruh Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Keputusan pembelian. Dari hasil ini membuktikan bahwa hipotesis pertama menyatakan “Ada pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan pembelian Sepeda Motor PCX di Kecamatan Blora Kabupaten Blora” terbukti kebenarannya. Hasil penelitian sesuai dengan penelitian Berdasarkan penelitian terdahulu Marlina (2018) dan Koddas dkk (2021) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kualitas merupakan hal yang perlu mendapat perhatian utama dari perusahaan/produsen, mengingat kualitas dari suatu produk berkaitan erat dengan masalah Keputusan Pembelian konsumen. Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk menunjukkan berbagai fungsi termasuk di dalamnya ketahanan, handal, ketepatan dan kemudahan dalam penggunaan Kotler & Amstrong (2007:346). Semakin baik kualitas produk maka akan meningkatkan minat konsumen untuk melakukan pembelian. kualitas produk yang dapat memenuhi keinginan konsumen. Bila tidak sesuai dengan spesifikasi maka produk akan ditolak. Untuk itu perusahaan harus dapat memahami keinginan konsumen, sehingga perusahaan dapat menciptakan produk yang sesuai dengan harapan konsumen. Kualitas produk yang baik merupakan harapan konsumen yang harus dipenuhi oleh perusahaan, karena kualitas produk yang baik merupakan kunci perkembangan produktivitas perusahaan.

## **Pengaruh Gaya hidup terhadap Keputusan pembelian Sepeda Motor PCX di Kecamatan Blora Kabupaten Blora**

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian Sepeda Motor PCX di Kecamatan Blora Kabupaten Blora. Dari hasil menunjukkan hipotesis kedua menyatakan “Ada pengaruh Gaya hidup terhadap Keputusan pembelian Sepeda Motor PCX di Kecamatan Blora Kabupaten Blora” terbukti kebenarannya. Hasil penelitian Kadir dkk (2018) dan Prasetyo (2021), menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian..

Gaya hidup merupakan pola konsumsi yang menggambarkan pilihan seseorang bagaimana ia menggunakan waktu dan uang (Sumarwan, 2014:45). Dalam penelitian ini, gaya hidup juga dapat berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan konsumen. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya dan menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di masyarakat. Gaya hidup adalah fungsi dari karakteristik individu yang telah terbentuk melalui interaksi sosial. Secara sederhana gaya hidup juga dapat diartikan sebagai cara yang ditempuh seseorang dalam menjalani hidupnya, yang meliputi aktivitas, minat, kesukaan/ketidaksukaan, sikap, konsumsi dan harapan. Gaya hidup merupakan pendorong dasar yang mempengaruhi kebutuhan dan sikap individu, juga memengaruhi aktivitas pembelian dan penggunaan produk

## **Pengaruh Kepribadian terhadap Keputusan pembelian Sepeda Motor PCX di Kecamatan Blora Kabupaten Blora.**

Berdasarkan hasil analisis menunjukkan ada pengaruh Kepribadian berpengaruh positif terhadap Keputusan pembelian. Dari hasil ini menunjukkan hipotesis ketiga yang menyatakan “Ada pengaruh Kepribadian terhadap Keputusan pembelian Sepeda Motor PCX di Kecamatan Blora Kabupaten Blora”, terbukti kebenarannya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh oleh Nafis, Priantono and

Safitri (2021) dan Nurahmasari and Wibawanto (2021) dengan hasil kepribadian berpengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Selera konsumen memiliki perbedaan akibat dari beragamnya kepribadian antar individu. Kepribadian dapat diartikan sebagai karakteristik individual yang merupakan perpaduan dari sifat, temperamen, kemampuan umum, dan bakat yang dalam perkembangannya dipengaruhi oleh interaksi individu dengan lingkungannya (Suryani, 2015). Faktor pribadi yang dimaksud meliputi: usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan dan keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri, serta gaya hidup dan nilai. Karakteristik tersebut mempunyai dampak secara langsung terhadap perilaku konsumen, maka dari itu penting bagi pemasar untuk mengikuti keseluruhan faktor tersebut secara seksama. kepribadian adalah sekumpulan karakteristik psikologi unik yang secara konsisten mempengaruhi cara seseorang merespon sesuatu di sekelilingnya. Kepribadian akan menentukan bagaimana seseorang menentukan kebutuhan yang akan dipenuhinya, bagaimana mereka mencari informasi, bagaimana mengkonsumsi, dan bagaimana mereka menentukan sikap atas puas atau tidak puas. bahwa pemasar perlu mengenali ciri-ciri kepribadian untuk menentukan strategi pemasaran berdasarkan kepribadian

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Temuan dari hasil pengujian bisa disimpulkan yakni Hasil penelitian menunjukkan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian PCX di Kecamatan Blora Kabupaten Blora. Hasil penelitian menunjukkan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Kecamatan Blora Kabupaten Blora. Hasil penelitian menunjukkan kepribadian berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor PCX di Kecamatan Blora Kabupaten Blora.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Djarwanto, P.S. (2018) *Statistik Induktif*. Yogyakarta: BPFE.
- Kadir, H.A. *et al.* (2018) "Pengaruh Faktor Gaya Hidup , Kelas Sosial dan Kepribadian terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Matic Mio Sporty di Kota Palu," *Sinar Manajemen*, 5(2), hal. 113–117.
- Koddas, M. *et al.* (2021) "Pengaruh Kualitas Produk, Iklan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Honda Vario (Studi Kasus Konsumen Desa Noreh, Kecamatan Sreseh, Kabupaten Sampang)," *Journal of Sustainability Business Research*, 2(1), hal. 65–72.
- Kotler, P. (2017) *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. 12 ed. Jakarta: Erlangga.
- Marlina, S. (2018) "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Konsumen Terhadap keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario," *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 18(1), hal. 116.

# *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*

Volume 6 Nomor 10 (2024) 7138 – 7100 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351

DOI: 10.47467/alkharaj.v6i10.4768

- Nafis, R.W. *et al.* (2021) “Pengaruh Gaya Hidup, Kelas Sosial , Dan Kepribadian Terhadap Keputusan Pembelian,” *Progress Conference*, 4(1), hal. 131–137.
- Nurahmasari, S.C. dan Wibawanto, S. (2021) “Pengaruh Gaya Hidup, Kepribadian dan Kewajaran Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Hijab Ummi Collection,” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 3(6), hal. 1199–1208.
- Prasetyo, A.R. dan Andjarwati, A.L. (2021) “Analisis Gaya Hidup Hedonis, Harga, dan Kualitas Produk serta Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Sepeda di Era Pandemi Covid-19,” *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), hal. 990–1001. Tersedia pada: <https://doi.org/10.26740/jim.v9n3.p990-1001>.
- Purnama, N. (2018) *Manajemen Kualitas, Perspektif Global*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Rangkuti, F. (2017) *Customer Care Excellent Meningkatkan Kinerja Perusahaan melalui Pelayanan Prima Plus Analisis Kasus Jasa Raharja*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono (2019) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Surahman *et al.* (2022) “Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening ( Studi Pada Konsumen Sepeda Motor Honda di Temanggung ),” 1(2), hal. 183–189.
- Suryani, T. (2015) *Perilaku Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono, F. (2018) *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta: Andi.