

Pengaruh Gaya Hidup (*Life Style*) dan Harga Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kantin Yuank Kota Bima

Khairul Anas, Muhajirin

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, Kota Bima, Indonesia

Email : ¹khairulanas827@gmail.com, ^{2,*}jirin.stiebima@gmail.com

Email Penulis Korespondensi: jirin.stiebima@gmail.com

Submitted: 21/05/2020; Accepted: 25/05/2020; Published: 05/06/2020

Abstrak–Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh gaya hidup (*life style*) dan harga terhadap keputusan pembelian pada kantin Yuank kota bima. Jenis penelitian ini yaitu asosiatif. Penelitian ini dilakukan di kantin Yuank kota bima. Yang menjadi populasi dalam penelitian ini yaitu semua konsumen yang membeli makanan dan minuman di kantin Yuank. Tehnik sampling yang digunakan oleh peneliti yaitu *accidental sampling* dan memperoleh sampel sebanyak 96 orang. Pengumpulan data dengan menggunakan kuesioer. Hasil variabel menunjukkan variabel gaya hidup dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian kantin Yuank kota bima. Dengan melihat analisis regresi linear sederhana variabel gaya hidup (*life style*) terhadap keputusan pembelian dan uji t. Dapat dilihat bahwa koefisien variabel harga mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian kantin Yuank kota bima adalah sebelah 0,435, dan variabel gaya hidup yaitu 0,367 dimana koefisien determinasi menunjukkan nilai 23,6 % sementara sisannya 76,4 % dijelaskan oleh variabel lain. Dan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup (*life style*) dan harga sama-sama mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian pada kantin Yuank kota Bima.

Kata Kunci: Gaya hidup, Harga, Keputusan Pembelian

Abstract–The purpose of this study is to determine whether there is an influence of lifestyle (*life style*) and price on purchasing decisions in the city of Bima's Yuank canteen. This type of research is associative. This research was conducted in the Yuank Canteen in Bima City. The population in this study are all consumers who buy food and drink in the Yuank cafeteria. The sampling technique used by researchers is accidental sampling and obtained a sample of 96 people. Data collection using questionnaires. The variable results show that lifestyle and price variables influence the purchasing decisions of Bima's Yuank Canteen. By looking at simple linear regression analysis of lifestyle variables (*life style*) on purchasing decisions and t tests. It can be seen that the coefficient of the price variable has an influence on the purchasing decision of Bima's Yuank Canteen next to 0.435, and the lifestyle variable is 0.367 where the coefficient of determination shows the value of 23.6% while the ratio of 76.4% is explained by other variables. And the results of this study indicate that lifestyle (*life style*) and price both have an influence on purchasing decisions at Bima's Yuank canteen.

Keywords: Lifestyle, Prices, Purchasing Decisions

1. PENDAHULUAN

Tingginya persaingan disebabkan para pelanggan bertindak selektif untuk melakukan keputusan pembelian. Didalam keputusan pembelian para konsumen mengambil keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya yaitu gaya hidup, harga dan lain-lain di Kota Bima sendiri perkembangan cafe menjadi salassatu bidang yang memiliki persaingan pasar yang ketat. Persaingan yang ketat itu ditandai dengan banyaknya kemunculan cafe seperti kantin Yuank, Food box, surf cafe, falcao, illo cake, dede kuliner yang kemudian diikuti dengan bermunculannya mini–mini cafe dipinggir jalan.

Permintaan pasar adalah sala satu faktor timbulnya persaingan pasar, guna mencapai pangsa pasar yang besar, para pelaku usaha perlu meningkatkan daya saingnya, banyak cara agar menarik konsumen untuk perusahaan dapat memenangkan persaingan pasar. Sala satu caranya memberikan keunggulan yang kompotitif atau membuat strategi pemasaran yang baik. Tujuan pemasaran yang kita ketahui adalah memenuhi dan memuaskan kebutuhan serta keinginan konsumen sasaran dengan cara melakukan persaingan dengan baik (dikutip dalam jurnal Pangestu s dan suryoko D. 2015)

Kantin Yuank merupakan salah satu cafe yang terkenal dan banyak diminati oleh kalangan anak muda. Kantin Yuank berada di kota bima Jalan kartini kelurahan Paruga. Kantin Yuank memiliki berbagai fasilitas yang dapat menarik para konsumen, yaitu wifi , tv, live music, pajangan barang-barang antic dan penataan ruangan yang klasik. Sesuai dengan namanya kantin Yuank, menu makanan dan minuman, yang di sajikan oleh karyawan kantin Yuank yang sudah ahli dan terlatih dalam menghasilkan komposisi menu yang tepat sehingga mendapatkan rasa yang sesuai selera konsumen.

Gaya hidup bagi seorang pelanggan melakukan pembelian karean memang adanya berbagai motif tertentu, sala satunya didasari motif hanya ingin atau butuh menikmati menu minuman dan makanan lain-ain. Kedua didasari hanya ingin memanjakan diri ketika menikmati menu yang ada, ketiga berfikir bahwa sudah menjadi hal mewah apabila makan dan minum disebuah mini cafe. Dan yang terakhir menikmati makanan dan jus dimini cafe merupakan hal yang megah bagi masyarakat, dimana diindonesia ini sendiri banyak mini cafe baru yang bermunculan, kebnyakan saat ini konsumen berorientasi hanya mementingkan kesenangan semata dan hiburan di saat belanja. Terlihat kantin Yuank banyak pengunjung didominasi oleh pelajar dan mahasiswa.

Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, hal ini yang mendorong banyaknya jumlah pengunjung kantin Yuank, tetapi apabila eksptasi tidak sesuai, maka pengunjung membeli kekedai kopi lainnya.

Keputusan membeli suatu produk atau jasa yang dilakukan oleh seorang pelanggan dapat muncul karena adanya pengaruh dari lingkungan saat ini, dimana salawasatnya muncul dari kebiasaan yang terjadi dimasyarakat. Konsumen yang menyukai suasana kantin Yuank, sangat senang menghabiskan waktu berkumpul dan bersantai dan mungkin memutuskan untuk sambil meminum kopi di kantin Yuank. Perilaku tersebut didasari atas kebiasaan yang dilakukan dan menjadikan kantin Yuank menjadi salah satu mini cafe yang diminati di Kota Bima, faktor eksternal yang dapat mempengaruhi penjualan dapat disebabkan karena menjamurnya mini cafe dan membuat persaingan antara bisnis yang menawarkan jasa yang sama dengan kualitas sebanding, kesesuaian harga dan fasilitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian, hal ini yang akan mendorong jumlah kunjungan pelanggan di kantin Yuank Kota Bima. Faktor lain yang berasal dari pelanggan itu sendiri, diketahui bahwa perilaku konsumen cepat berkembang dan berubah sesuai dengan adanya persaingan pasar yang menuntut harus selalu update (Kotler dan Keller, 2008: 214-225).

Permasalahan yang terjadi dalam penelitian ini yaitu meningkatnya harga yang dilakukan kantin Yuank berdampak pada penurunan transaksi harian ditengah menjamurnya cafe-cafe baru yang bermunculan dibima saat ini gaya hidup dan harga sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian karena memang saat ini kantin Yuank pangunjungnya agak kurang karena banyak sekali kafe-kafe lain yang bermunculan dan harganyapun sangat jauh berbeda, sehingga konsumen yang biasanya menikmati makanan dan minuman di kantin Yuank berpindah tempat dan mereka mungkin ingin menikmati suasana baru.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian kantin Yuank bima, apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian kantin Yuank bima dan apakah gaya hidup dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian kantin Yuank bima.

2. KERANGKA TEORI

2.1 Gaya hidup (*life style*)

Gaya hidup adalah adaptasi aktif individu terhadap kondisi sosial dalam rangka memenuhi kebutuhan untuk menyatu dan bersosialisasi dengan orang lain (Sugihartati, 2010: 43). Gaya hidup adalah *frame of referance* yang dipakai seseorang dalam bertindak dan konsekuensinya akan membentuk pola perilaku tertentu. Terutama bagaimana dia ingin dipersepsikan oleh orang lain, sehingga gaya hidup sangat berkaitan bagaimana ia membentuk pola perilaku tertentu, terutama bagaimana dia ingin dipersepsikan oleh orang lain, sehingga gaya hidup sangat berkaitan dengan bagaimana ia membentuk *image* di mata orang lain, berkaitan dengan status sosial yang disandangnya. Untuk merefleksikan *image* inilah, dibutuhkan simbol-simbol dan status tertentu yang sangat berperan dalam mempengaruhi perilaku konsumsinya, ada juga yang mengemukakan pengertian gaya hidup adalah adaptasi aktif individu terhadap kondisi sosial dalam rangka memenuhi kebutuhan untuk menyatu dan bersosialisasi dengan orang (Sugihartati, 2010: 43). Indikator gaya hidup: menurut Cannon (2011) adalah sebagai berikut :

1. Aktivitas
2. Interest
3. Opini.

2.2 Harga

Harga adalah keseluruhan nilai yang ditukarkan pelanggan dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang dimana nilainya ditetapkan oleh pembeli atau penjual dan ditetapkan oleh penjual untuk suatu harga yang sama terhadap semua pembeli (Stanton, dalam Tjiptono 2008:152 dikutip dari jurnal Tarigan E). Sedangkan menurut Kolter (2008:345), harga adalah jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa, dalam pengertian yang lebih luas harga merupakan sejumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau jasa, jumlah nilai yang ditukarkan pelanggan untuk manfaat dan dimiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Indikator harga menurut Mursid (2014:83-84) adalah sebagai berikut:

1. Harga yang kompetitif
2. Oesusaian harga dengan kualitas produk
3. Daya saing harga.

2.3 Keputusan Pembelian

Menurut Olson (dalam Sangadji, 2013:332 dikutip dari jurnal tarigan E)) keputusan pembelian adalah proses menyelesaikan masalah yang dimana untuk menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian dan perilaku setelah pembelian. Menurut Hasan (2013:181 di kutip dalam jurnal Pangestu S), keputusan pembelian adalah keputusan dalam mengambil tindakan dari beberapa alternatif dalam membeli produk dan jasa yang akan dikonsumsi.

Manurut Schiffman dan Kanuk (2007:485 di kutip dalam jurnal Pangestu S) mendefinisikan keputusan pembelian "sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Seorang pelanggan yang ingin melakukan pilihan maka ia harus memiliki pilihan alternatif". Menurut Sudharto (2007:9), faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen untuk membeli adalah Kultur, Sosial, Personal dan psikologis. Indikator Keputusan Pembelian dalam jurnal Akbar (2011) adalah sebagai berikut :

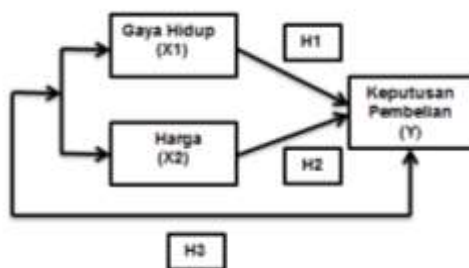
1. yakin dalam membeli
2. mencari informasi
3. merencanakan pembelian
4. sesuai keinginan.

2.4 Pengaruh Gaya Hidup (*life style*) Terhadap Keputusan Pembelian

Gaya hidup merupakan kerangka acuan dipakai seseorang untuk bertingkah laku dan akan membuat pola perilaku tertentu, terutama bagaimana cara dia ingin dipersepsikan oleh orang lain sehingga gaya hidup sangat berkaitan dengan bagaimana ia membentuk *image* dimata orang lain, berkaitan dengan status sosial yang disandangnya. Gaya hidup berimbas pada perilaku konsumsi, dimana ketika seseorang mengkonsumsi atau membeli sesuatu bukan sekedar karena ingin membeli fungsi inheren dari produk tersebut, tetapi juga berkeinginan untuk membeli fungsi sosialnya (Sugihartati : 2010)

2.5 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Harga produk atau jasa adalah faktor yang dominan dari permintaan pasar yang sangat mempengaruhi posisi persaingan. Konsumen sangat tergantung untuk membuat keputusan dalam melakukan pembelian, sedangkan informasi produk yang akan dibelikannya tidak lengkap. Berdasarkan harga yang sudah ditetapkan maka konsumen juga ikut menetapkan harga jumlah yang akan dibeli berdasarkan harga tersebut. (Hadi : 2007)



Gambar 1. Kerangka berpikir

2.6 Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

- H1: Terdapat pengaruh gaya hidup (*life style*) terhadap keputusan pembelian pada kantin Yuank kota Bima.
- H2: Terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada kantin Yuank kota Bima.
- H3: Terdapat pengaruh gaya hidup dan harga terhadap keputusan pembelian pada kantin Yuank kota Bima

3. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk penelitian asosiatif (pengaruh). Penelitian asosiatif adalah pernyataan yang menunjukkan dugaan tentang hubungan antara dua variabel atau lebih. (Sugiyono, 2016:88). Penelitian ini mencari pengaruh pengaruh gaya hidup dan harga terhadap keputusan pembelian pada kantin Yuank kota bima.

3.2 Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini untuk mengukur variabel bebas dan terikat maka digunakan Kuesioner yang bersifat tertutup dimana responden diberi pilihan jawaban pada setiap pernyataan. Kuesioner dibagikan pada sejumlah responden, dan seluruh variabel akan diukur menggunakan skala likert sebagai berikut : jawaban sangat setuju (SS) diberi skor 5, setuju (S) diberi skor 4, netral (N) diberi skor 3, tidak setuju (TS) diberi skor 2, dan sangat tidak setuju (STS) diberi skor 1.

3.3 Populasi dan sampel penelitian

a. Populasi

Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh konsumen yang membeli makanan dan minuman dikantin Yuank yang jumlahnya tidak bisa diketahui secara pasti (*unknow population*).

b. Sampel

Adapun tehnik pengambilan sampel yang di gunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah tehnik *accidental sampling* yaitu tehnik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan yaitu konsumen yang secara kebetulan /insidental bertenu dengan peneliti yang digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Berdasarkan uraian diatas maka sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 orang.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah :

1. Angket (*quisioner*)
Yaitu tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.
2. Wawancara
Yaitu suatau tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara tanya jawab secara langsung kepada responden.
3. Observasi
Yaitu penelitian yang dilakukan sacara langsung oleh peneliti terhadap subyek penelitian terhadap subjek penelitian yang diteliti untuk mendapat gambaran mengenai perusahaan sehingga diperoleh jawaban yang sebenarnya.
4. Studi pustaka
Tehnik yang dilakukan dengan membaca buku-buku leteratur jatau jurnal-jurnal dalm penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian berkaitan dengan peneliti.

3.5 Jenis data dan sumber data

Jenis data ini yaitu data kuantitatif, data kuantitatif ini berasal dari jawaban angket ayang akan diberi skor yang akan diberi skor lalu dihitung dengan alat analisis yang digunakan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas yang digunakan yaitu analisis item untuk mengkorelasikane skor total yag merupakan jumlah dari setiap skor butir. Jika ada item yang tidak memenuhi syarat, maka item tersebut tidak akan diteliti. Menurut sugiyono (2009:179) yang harus dipenuhi yaitu yang memiliki keriteria sebagai berikut :

- a. jika $r > 0,30$, maka item-item pertanyaan dari kuesioner adalah valid.
- b. Jika $r < 0,30$ maka item-item pertanmyaan dari kuesioner adalah tidak valid. Berdasarkan hasil Perhitungan dengan menggunakan program SPSS Windows versi 16.0 sebagai berikut :

4.1 Uji Validitas dan reliabilitas

Tabel 1. Hasil uji validitas (n = 96)

Variabel Penelitian	Pernyataan	rhitung	rtabel	Keterangan Validitas
Gaya Hidup (<i>life style</i>) (X1)	Item 1	0,535	0,30	Valid
	Item 2	0,540	0,30	Valid
	Item 3	0,698	0,30	Valid
	Item 4	0,576	0,30	Valid
	Item 5	0,607	0,30	Valid
	Item 6	0,542	0,30	Valid
Harga (X2)	Item 7	0,590	0,30	Valid
	Item 8	0,670	0,30	Valid
	Item 9	0,622	0,30	Valid
	Item 10	0,572	0,30	Valid
	Item 11	0,585	0,30	Valid
	Item 12	0,513	0,30	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Item 1	0,484	0,30	Valid
	Item 2	0,390	0,30	Valid
	Item 3	0,416	0,30	Valid
	Item 4	0,486	0,30	Valid
	Item 5	0,585	0,30	Valid
	Item 6	0,476	0,30	Valid
	Item 7	0,557	0,30	Valid
	Item 8	0,375	0,30	Valid

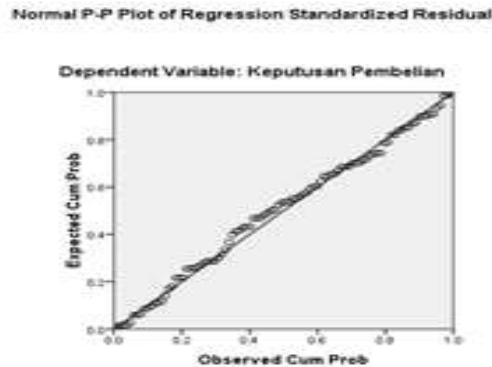
Berdasarkan tabel 1 diatas, hasil pengujian validitas variebel X1, X2 secara bersama mempunyai pengaruh terhadap variabel Y dapat dikatakan valid pada *corerelation* > 0,30. Pengujian validitas ini menunjukkan semua pernyataan kuesioner dalam penelitian ini adalah valid.

Tabel 2. Hasil uji reliabilitas (n = 96)

Variabel Penelitian	Cronbach's Alpha	Batas Normal	Keterangan Reliabel
Gaya hidup (<i>life style</i>)	0,609	0,60	Reliabel
Harga	0,627	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,621	0,60	Reliabel

Hasil pengujian ini penelitian menggunakan pengukuran ini dapat dikatakan reliabel pada *cronbah alpha* > 0,60 hasil pengujian reliabel ini menunjukkan bahwa pernyataan kuesioner dalam penelitian ini adalah reliabel.

4.2 Uji Normalitas



Gambar 2. GRAFIK *Normal p-p plots*

Dari gambar diatas terlihat bahwa pada penelitian ini memiliki penyebaran dan distribusi yang normal karena data memusat pada nilai rata-rata dan median atau nilai Plot PP terletak digaris diagonal, maka data tersebut berdistribusi normal. Untuk menegaskan hasil uji normalitas diatas maka peneliti melakukan uji *kolmogorov-smirnov* dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 3. Hasil ujii Normalitas

Keputusan pembelian		
N		96
Normal Parameters ^a	Mean	37.05
	Std. Deviation	4.322
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.054
	Negative	-.086
Kolmogorov-Smirnov Z		.840
Asymp. Sig. (2-tailed)		.481

a. Test distribution is Normal.

Berdasarkan hasil uji *kolmogorof-smirnov* diatas terlihat nilai Asymp Sig (2-tailed) memiliki nilai > 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa data pada penelitian ini terdistribusi secara normal dan model regresi tersebut layak dipakai untuk memprediksi variabel dependen yaitu keputusan pembelian berdasarkan masukan variabel independent yaitu gaya hidup (*life style*) dan Harga. Maka data penelitian layak digunakan sebagai penelitian.

4.3 Uji Multikolinearitas

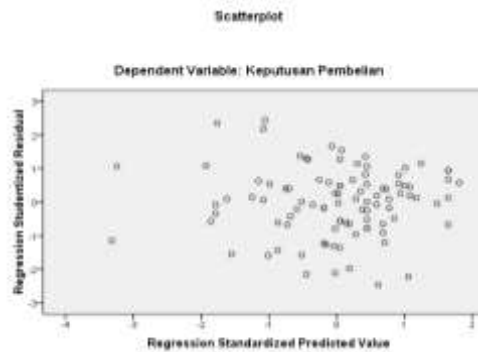
Tabel 4. Hasil uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	16.180	3.959		4.087	.000		
Gaya hidup (<i>life style</i>)	.345	.145	.234	2.384	.019	.852	1.174
Harga	.493	.141	.345	3.511	.001	.852	1.174

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Berdasarkan tabel diatas bahwa diketahui nilai VIF adalah : 1,174 (variabel Gaya hidup (*life style*)) dan 1,174 (variabel harga) < 10, maka disimpulkan tidak terjadi multikoleniaritas.

4.4 Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3. Scaterploss

Bentuk gambar diatas,dapat dilihat bahwa penyebaran residual adalah tidak teratur dan tidak membentuk pola. Hal tersebut dapat dilihat pada titik-titik atau Plot yang menyebar. Kesimpulannya adalah tidak terjadi residual.

4.5 Regresi Linear Berganda

Persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e \tag{1}$$

Keterangan :

- Y = Keputusan pembelian
- X1 = Gaya Hidup (*life style*)
- X2 = Harga
- a = Konstanta
- b_{1,2} = Koefisien regresi
- e = Standar Error

Tabel 5. Hasil uji regresi linear berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	16.180	3.959		4.087	.000
Gaya hidup (life style)	.345	.145	.234	2.384	.019
Harga	.493	.141	.345	3.511	.001

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Berdasarkan regresi dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Apabila tidak ada nilai variabel bebas yaitu gaya hidup dan harga maka keputusan pembelian yaitu sebesar 16, 180.
2. Gaya hidup = 0, 345 , koefisien regresi ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan gaya hidup sebesar satu satuan maka keputusan pembelian bertambah sebesar 0, 345. Dengan asumsi lain variabel lain dianggap tetap
3. Harga = 0,493, koefisien regresi ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan harga satu satuan maka keputusan pembelian bertambah sebesar 0, 493. Dengan asumsi lain variabel lain dianggap tetap

4.6 Koefisen Determinasi (R²)

Tabel 6. Hasil uji koefisien determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.486 ^a	.236	.219	3.819

a. Predictors: (Constant), Harga, Gaya hidup (life style)

Hasul uji koefisien determinasi pada penelitian dimana diperoleh nilai sebesar 0,236. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian (Y) dipengaruhi oleh gaya hidup (*life style*) (X1) dan harga (X2) sebesar 23,6 % sedangkan sisannya sebesar 76,4 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini.

4.7 Uji t (secara parsial)

Tabel 7. Hasil t (secara parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.

1 (Constant)	16.180	3.959	4.087 .000
Gaya hidup (life style)	.345	.145	.234 2.384 .019
Harga	.493	.141	.345 3.511 .001

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Dari tabel diatas di peroleh t_{hitung} untuk X1 sebesar 2,384 dan 3,511 untuk X2. Untuk menentukan t_{tabel} dapat dilihat dalam lampiran statistika t_{tabel} , menggunakan $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji 2 sisi) dengan (df) $n-k-1$ atau $96-2-1 = 93$. Maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,985. Untuk lebih jelasnya lagi dapat dilihat uraian dibawah ini :

- Variabel gaya hidup (*life style*) memiliki nilai t_{hitung} 2,384 > t_{tabel} 1,985 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,00 < 0,05$), yang artinya bahwa Jadi H_0 ditolak dan H_a diterima, dimana hipotesis H_a yang menyatakan variabel gaya hidup (*life style*) berpengaruh terhadap keputusan pembelian dapat di terima.
- Variabel harga mempunyai nilai t_{hitung} 3,511 > t_{tabel} 1,985, signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,00 < 0,05$) yang artinya bahwa Jadi H_0 ditolak dan H_a diterima, dimana hipotesis H_a yang menyatakan variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian dapat diterima.

Jadi dapat disimpulkan bahwa gaya hidup (*life style*) dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada kantin Yuank kota bima.

4.8 Uji F (secara simultan)

Tabel 7. Hasil uji F (secara simultan)

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	418.686	2	209.343	14.357	.000 ^a
Residual	1356.054	93	14.581		
Total	1774.740	95			

a. Predictors: (Constant), Harga, Gaya hidup (life style)

b. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Dari uji ANOVA diatas diperoleh F_{hitung} sebesar 14,357. Untuk menentukan F_{tabel} digunakan lampiran statistika F_{tabel} dengan menggunakan $\alpha = 5\%$. Nilai df_1 (jumlah variabel-variabel) atau $3-1=2$ dan df_2 ($n-k-1$) atau $96-2-1 = 93$ maka diperoleh F_{tabel} 3,09 hal ini menyatakan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $14,357 > 3,09$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel gaya hidup (*life style*) dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada kantin Yuank kota bima.

4. KESIMPULAN

- Berdasarkan pengujian secara parsial maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama diterima yaitu sebesar 2,384 dimana variabel gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada kantin Yuank kota bima
- Berdasarkan pengujian secara parsial maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua diterima yaitu sebesar 3,511 dimana variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada kantin Yuank kota bima
- Berdasarkan pengujian secara simultan maka dapat disimpulkan bahwa variabel gaya hidup dan harga sama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada kantin Yuank kota Bima

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar. 2011 peran harga sebagai indikator kualitas jasa persepsi dan pengaruh terhadap kemungkinan membeli konsumen. Fokus manajerial, Vol. 2, No. 2.101-120.
- Cannon, Joseph P, dkk. (2011). *Pemasaran Dasar, Edisi 16 pendekatan manajerial Global jilid 2*. Jakarta: salemba empat
- Fatharani A. 2009. pengaruh gaya hidup (*life style*), harga (*price*), dan kelompok referensi (*reference group*) terhadap keputusan pembelian telepon seluler blackberry (studi pada mahasiswa program s1 angkatan 2009), *jurnal sosial dan ilmu politik* hal. 1-20
- Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hadi, P. Sudharto. 2007. *Perilaku Konsumen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Disadur oleh Benyamin Molan. Indeks
- Mursid, M, Drs. (2014). *Managemen pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara
- Pangestu S dan Suryoko D. 2015, pengaruh gaya hidup (*lifestyle*) dan harga terhadap keputusan pembelian (Studi Kasus pada Pelanggan Peacockoffie Semarang).hal.1-12
- Riduwan. 2004, metode riset. Jakarta : Rineka Cipta
- Sanusi, Anwar. 2011. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat
- Sugihartati, Rahma. 2010. *Membaca, Gaya Hidup dan Kapitalisme*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sugiono arief & Untung edi,. (2016). *analisis laporan keuangan*. jakarta: PT Grasindo jakarta
- Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta

Tarigan, E. 2016. pengaruh gaya hidup, label halal dan harga terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah pada mahasiswa program studi manajemen fakultas ekonomi universitas medan area medan. *Jurnal bisnis dan manajemen*. Volume 3. No 1. Hal. 47-61