

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BELI YAMAHA VIXION

Januar Habibi Mahsyar

Universitas Kuningan

januar.habibi@uniku.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyse the variables of price perception, product quality and buying interest lifestyle. This type of research is descriptive verification research with a sample size of 100 people. Based on the research results obtained that simultaneously the purchase intention variable is significantly influenced by the variables of price perception, product quality and lifestyle. This means that the better the price perception, product quality and lifestyle, the more consumer buying interest in Yamaha Vixion in Kuningan Regency will increase. Partially, the price perception variable has a significant effect on the purchase intention variable. Partially, the product quality variable has a significant effect on the purchase intention variable. Partially, the lifestyle variable has a significant effect on the purchase intention variable.

Keywords: Price Perception, Product Quality, Lifestyle, Purchase Intention.

PENDAHULUAN

Industri otomotif kendaraan bermotor merupakan industri yang pertumbuhannya sangat pesat hal tersebut disebabkan karena kebutuhan masyarakat akan alat transportasi sangatlah penting untuk menunjang kebutuhan dan kegiatan sehari-hari, transportasi yang beragam jenis dan fungsinya menjadi pilihan bagi masyarakat salah satunya kendaraan roda dua, penggunaan sepeda motor di Indonesia sangat populer karena harga yang relatif terjangkau dan penggunaan bahan bakar serta biaya oprasional cukup hemat. Salah satunya produk sepeda motor Yamaha Vxion yang sampai dengan saat ini masih diminati oleh masyarakat, hal tersebut dapat terlihat dalam tabel penjualan Yamaha Vxion di Kabupaten Kuningan Khususnya Dealer Jagabaya sejak tahun 2019 s.d. tahun 2021.

Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Yamaha Vixion

Januar Habibi Mahsyar

Tabel 1 Data penjualan Yamaha Vixion

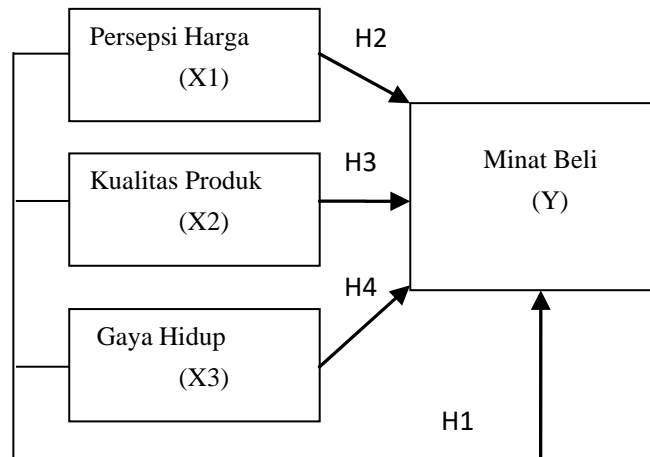
| No | Jenis motor | 2019 | 2020 | 2021 |
|----|---------------|----------|----------|----------|
| 1 | Yamaha Vixion | 227 unit | 229 unit | 222 unit |

Sumber hasil olah data Dealer Arista Jagabaya Kuningan

Terjadinya penjualan produk tersebut tidak terlepas dari masih tingginya minat beli terhadap suatu produk, terlebih produk tersebut memiliki kualitas dan harga yang bersaing serta menunjang pada gaya hidup masyarakat. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Halim dan Iskandar (2019), Satria (2017), Utami (2015) menyebutkan bahwa minat beli produk dipengaruhi oleh kualitas produk dan harga. Disamping itu penelitian yang dilakukan oleh Rumbiati dan Heriyana (2020), dan Christianus (2017) mengemukakan bahwa gaya hidup dapat mempengaruhi minat beli konsumen secara langsung. Selain itu hasil penelitian yang dilakukan oleh Vici Vidi (2018) mengemukakan bahwa gaya hidup berpengaruh secara negative terhadap minat beli. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Efendi (2022) mengemukakan bahwa bahwa variabel kualitas produk, harga, dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap variabel minat beli konsumen yang artinya semakin tinggi kualitas produk, harga dan gaya hidup maka semakin tinggi pula minat beli konsumen terhadap suatu produk.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Kuningan pada tahun 2022. Adapun sampel yang di dapat sebanyak 100 responden. pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disesuaikan dengan variabel dan indikator penelitian dan di analisis menggunakan program aplikasi SPSS versi 24.0 untuk menjawab hipotesis penelitian.



Gambar 1. Kerangka Berpikir

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 2 Uji Analisis Regresi Berganda

| Coefficients ^a | | | | | | | |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. | Collinearity Statistics | |
| | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| (Constant) | 11,946 | 3,253 | | 3,672 | ,000 | | |
| X3 | ,190 | ,072 | ,286 | 2,651 | ,009 | ,540 | 1,851 |
| X1 | ,245 | ,075 | ,333 | 3,252 | ,002 | ,601 | 1,665 |
| X2 | ,091 | ,070 | ,121 | 1,293 | ,199 | ,721 | 1,387 |

a. Dependent Variable: Y. MINAT BELI

Sumber : (data diolah SPSS v.24.0)

Berdasarkan tabel Uji Analisis Regresi Berganda diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

$$Y = 11,946 + 0,254 X1 + 0,091 X2 + 0,190 X3 + 0,05$$

Dari persamaan regresi linear tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar 11,946 menunjukkan bahwa apabila Persepsi Harga (X1), Kualitas Produk (X2), dan Gaya Hidup (X3) dianggap konstan, maka Minat Beli akan bernilai 11,946.
2. Nilai koefisien regresi Persepsi Harga (X1) sebesar 0,245. menunjukkan bila Persepsi Harga (X1) dinaikkan 1 satuan keputusan pembelian (Y) akan naik

Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Yamaha Vixion

Januar Habibi Mahsyar

sebesar 0,245.

3. Nilai koefisien regresi Kualitas Produk (X2) sebesar + 0.091 menunjukkan persepsi harga (X2) dinaikkan satu satuan maka keputusan pembelian (Y) akan naik sebesar 0.091
4. Nilai koefisien regresi Gaya Hidup (X3) sebesar 0,190 menunjukkan gaya hidup (X3) dinaikkan satu satuan maka keputusan pembelian (Y) akan naik sebesar 0,190.

Tabel 3 Analisis Koefisien Determinasi

| Model Summary | | | | |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .491 ^a | .241 | .217 | 5.24525 |

a. Predictors: (Constant),

Sumber : (data diolah, *SPSS v.24.0*)

1. Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 4.18 Nilai R sebesar 0,491 berarti hubungan antara persepsi harga (X1), kualitas produk (X2) dan gaya hidup (X3) adalah cukup erat terhadap variabel minat beli (Y) terhadap minat beli Yamaha Vixion di Kabupaten Kuningan, sebesar 49,1 % artinya memiliki hubungan yang cukup erat. Semakin besar R maka hubungan semakin erat.
2. Nilai Adjusted R Square 0,217. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 21,7%. Minat beli Yamaha Vixion di Kabupaten Kuningan dapat dijelaskan oleh variabel citra merek, harga dan gaya hidup. Sedangkan sisanya 78,5% dipengaruhi oleh faktor- faktor lain yang tidak diikutsertakan dalam penelitian ini.
3. Nilai koefisien determinasi terletak pada kolom R-Square. Diketahui nilai koefisien determinasi sebesar 0,241. Nilai tersebut berarti seluruh variabel independen, yakni gaya hidup, harga, dan kualitas produk, secara simultan mempengaruhi variabel minat beli sebesar 24,1%, sisanya sebesar 75,9% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diikutsertakan

dalam penelitian ini.

- Standard Error of the Estimate artinya mengukur variasi dari nilai yang diprediksi. Nilai Standard Error of the Estimate adalah 5.2452.

Tabel 4 Hasil Simultan (Uji f)

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 807,674 | 3 | 269,225 | 23,124 | ,000 ^b |
| | Residual | 1117,686 | 96 | 11,643 | | |
| | Total | 1925,360 | 99 | | | |

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x3, x2, x1

Berdasarkan tabel hasil uji f terlihat bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai F hitung sebesar 23,124. Maka nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung sebesar $23,124 > F$ tabel (2,70). Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis “persepsi harga, kualitas produk dan gaya hidup secara simultan berpengaruh terhadap minat beli yamaha vixion” diterima. Besarnya pengaruh persepsi harga (X1), kualitas produk (X2), dan gaya hidup (X3) terhadap minat beli (Y) sebesar 24,1%.

Tabel 5 Hasil Uji Parsial (Uji t)

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 11,946 | 3,253 | | 3,672 | ,000 |
| | X3 | ,190 | ,072 | ,286 | 2,651 | ,009 |
| | X1 | ,245 | ,075 | ,333 | 3,252 | ,002 |
| | X2 | ,091 | ,070 | ,121 | 1,293 | ,199 |

a. Dependent Variable: Y. MINAT BELI

Sumber : (data diolah SPSS v.24)

Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Yamaha Vixion

Januar Habibi Mahsyar

Berdasarkan tabel hasil uji t sebagai diketahui bahwa :

a. Hipotesis 1

Hipotesis statistik yang diajukan untuk pengujian secara parsial adalah :

$H_0 : \beta \leq 0$ tidak terdapat pengaruh antara Persepsi Harga terhadap Minat Beli Yamaha Vixion

$H_0 : \beta > 0$ terdapat pengaruh antara Persepsi Harga terhadap Minat Beli Yamaha Vixion.

Hasil pengujian hipotesis dihasilkan variabel persepsi harga (X1) diperoleh thitung sebesar 3.252 dan nilai signifikasi sebesar 0.002. nilai t tabel untuk sampel sebanyak 100 responden sebesar 1.660. Nilai signifikasi sebesar $0.009 < 0.05$ dan nilai thitung $3,252 > t$ tabel 1.660, artinya hipotesis H_a diterima dan H_0 ditolak. Artinya hipotesis : “Persepsi Harga berpengaruh terhadap Minat Beli” diterima. Besar pengaruh yang dihasilkan ditunjukkan oleh nilai Beta yaitu sebesar 0,333 atau 33%.

b. Hipotesis 2

Hipotesis statistik yang diajukan untuk pengujian secara parsial adalah :

$H_0 : \beta \leq 0$ tidak terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap minat beli Yamaha Vixion

$H_0 : \beta > 0$ terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap minat beli Yamaha Vixion.

Hasil pengujian hipotesis dihasilkan variabel Kualitas Produk (X2) diperoleh t hitung sebesar 1,293 dan nilai signifikasi sebesar 0.199. nilai t tabel untuk sampel sebanyak 100 responden sebesar 1,660. Nilai signifikasi sebesar $0.199 < 0.05$ dan nilai t hitung $3,252 > t$ tabel 1.660, artinya hipotesis : “Kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli diterima. Besar pengaruh yang dihasilkan ditunjukkan oleh nilai Beta yaitu sebesar 0,121 atau 12%.

c. Hipotesis 3

Hipotesis statistik yang diajukan untuk pengujian secara parsial adalah:

$H_0 : \beta \leq 0$ tidak terdapat pengaruh antara gaya hidup terhadap minat beli Yamaha Vixion

$H_0 : \beta > 0$ terdapat pengaruh antara gaya hidup terhadap minat beli Yamaha Vixion

Hasil Pengujian hipotesis dihasilkan variabel gaya hidup (X3) diperoleh t hitung sebesar 2,651 dan nilai signifikansi sebesar 0.199. nilai t tabel untuk sampel sebanyak 100 responden sebesar 1,660. Nilai signifikansi sebesar $0,009 > 0.05$ dan nilai t hitung $0,199 < t$ tabel 1.660, artinya hipotesis : “gaya hidup terhadap terhadap minat beli ”diterima. Besar pengaruh yang dihasilkan ditunjukkan oleh nilai Beta yaitu sebesar 0,286 atau 28%.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis dapat disimpulkan bahwa : (1) Terdapat pengaruh signifikan secara bersama-sama antara Persepsi harga, kualitas produk dan gaya hidup terhadap minat beli Yamaha Vixion di Kabupaten Kuningan. Artinya semakin baik, persepsi harga, kualitas prooduk dan gaya hidup, maka semakin meningkat minat beli konsumen Yamaha Vixion di Kabupaten Kuningan. (2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara persepsi harga terhadap minat beli Yamaha vixion di Kabupaten Kuningan. Artinya semakin baik fungsi persepsi harga, maka semakin meningkat minat beli Yamaha Vixion di Kabupaten Kuningan. (3) Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap minat beli Yamaha Vixion di Kabupaten Kuningan. Artinya semakin sesuai kualitas yang ditawarkan, maka semakin meningkat minat beli Yamaha Vixion di Kabupaten Kuningan. (4) Terdapat pengaruh positif dan signifikan gaya hidup terhadap minat beli Yamaha vixion di Kabupaten Kuningan. Artinya fungsi gaya hidup konsumen saat ini dalam minat beli Yamaha Vixion tidak dapat digeneralisasikan terhadap seluruh pengguna Yamaha Vixion di Kabupaten Kuningan.

Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Yamaha Vixion

Januar Habibi Mahsyar

DAFTAR PUSTAKA

- Christianus, I. (2017). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Smartphone Xiaomi. *Angewandte Chemie International Edition*, 951-952.
- Efendi, A. R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Konsumen Inspired27 Pengguna E-Commerce Shopee), *Jurnal Ilmu Administrasi Universitas Islam Malang*.
- Ferdinand Augusty (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang : Badan penerbitan Universitas Diponegoro. Italy : Pearson Education Limited
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh kualitas produk, harga dan persaingan terhadap minat beli. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(3), 415-424.
- Husein Umar, (2016) *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Edisi kedua. Cetakan ke duabelas, Januari 2013 dan cetakan ke tigabelas, Mei 2014
- Kotler Philip (2016). *Principles of Marketing*. Edisi 16 Global Edition. United State of America : Pearson Education Limited
- Kotler Philip dan Kevil Lane Keller (2016). *Marketing Management*. Edisi 15 Global Edition. United State of America : Pearson Education Limited
- Kotler dan Armstrong (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12 jilid 1. Jakarta Erlangga
- Machali Imam (2015) *Statistik Itu Mudah : Menggunakan SPSS sebagai Alat Bantu Statistik*. Yogyakarta: Lembaga Ladang Kata.
- Rumbiati, R., & Heriyana, H. (2020). Pengaruh Gaya Hidup dan Kemudahan Terhadap Minat Beli Mahasiswa dalam Berbelanja Online. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis*, 1(1), 57-65.
- Satria, A. A. (2017). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada perusahaan A-36. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 2(1), 45-53.
- Schiffman dan Kanuk (2010). *Perilaku Konsumen*. Jakarta. . Diterjemahkan oleh Zoelkifli Kasip. Jakarta PT. Indeks
- Utami, R. P. (2015). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli sayuran organik di pasar sambas Medan (Doctoral dissertation, UNIMED).

Vici, V. Y. (2018). Pengaruh Harga, Gaya Hidup dan Variasi Produk terhadap Minat Beli Masyarakat pada Pasar Tradisional Petisah di Medan (Studi pada Calon Konsumen dan Konsumen Pakaian Wanita) (Doctoral dissertation).