

Article history:

Received: 04 April 2021;

Revised: 05 Mei 2021;

Accepted: 19 Juli 2021;

Available online: 25 Agustus 2021

Pengaruh Gaya Hidup dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau

Sri Wahyuni¹, Kiki Joesyiana²

¹² STIE Persada Bunda

¹peksosriau.sriwahyuni@gmail.com

²kikijoesyana@stiepersadabunda.ac.id

Keputusan Pembelian seseorang terhadap smartphone Oppo biasanya dipengaruhi oleh Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, dan Gaya Hidup untuk itu kualitas produk dalam memberikan daya tarik pada konsumen perlu dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Gaya Hidup dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian secara serentak dan parsial. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 83 orang menggunakan teknik Propotional Random Sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Gaya Hidup dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian smartphone Oppo di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau. Gaya Hidup dengan nilai thitung (49,521) > ttabel (1,990) dan untuk Kualitas Produk dengan nilai (2,027) > ttabel (1,990) secara simultan semua variabel berpengaruh (1226,177) lebih besar dari Ftabel 3,11. Berdasarkan output Summary didapat nilai Adjusted R square sebesar 0,968 atau 96,8% . Dimana variabel terikat (Y) dapat dijelaskan dijelaskan oleh dua variabel bebas sebesar 96,8%.Sedangkan sisanya 3,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

Keywords: Gaya Hidup, Kualitas Produk terhadap Keputusan, Pembelian

Introduction

Saat ini media telekomunikasi menjadi semakin praktis dan mudah digunakan. Jika dulu kita hanya menggunakan telepon di tempat-tempat tertentu seperti di telepon umum atau di rumah, saat ini kita dapat melakukan sambungan telepon di mana saja dengan menggunakan handphone. Bahkan di era digital saat ini media telekomunikasi menjadi semakin maju dan berkembang dengan keberadaan ponsel pintar atau smartphone.

Menurut (Gary & Misty, 2007), smartphone adalah telepon yang internet enable yang biasanya menyediakan fungsi Personal Digital Assistant (PDA) seperti fungsi kalender, buku agenda, buku alamat, kalkulator, dan catatan. smartphone mempunyai fungsi seperti komputer, sehingga kedepannya teknologi smartphone dipercaya akan menyingkirkan teknologi komputer desktop terutama dalam hal pengaksesan data dengan internet.

Menurut hasil riset yang telah dilakukan oleh lembaga riset asal Amerika Serikat Gartner, Penjualan smartphone didunia dilaporkan naik hingga 225 juta atau meningkat 43,5% dibanding tahun 2019 (tabloidpulsaco.id). Indonesia merupakan salah satu calon pasar terbesar untuk penjualan smartphone, karena tingkat permintaan untuk kategori smartphone sangatlah tinggi

¹Coressponden: Sri Wahyuni. STIE Persada Bunda. Jl. Diponegoro No. 42. peksosriau.sriwahyuni@gmail.com

eCo-Buss

(sloops.com, diakses 25 maret 2020). Terhadap beberapa merek *smartphone* yang bersaing dalam bisnis di Indonesia antara lain : Samsung, Apple, Huawei, Oppo, Lenovo, dan masih banyak lagi. Keadaan seperti ini menyebabkan persaingan yang kuat diantara para kompetitor pada usaha dibidang telekomunikasi.

Adapun tabel perbandingan pangsa pasar *smartphone* di Indonesia pada kuartal I 2020 terdapat ditabel 1

Tabel 1. Pangsa pasar beberapa *smartphone* di Indonesia Pada Kuartal I 2020

Merek <i>Smartphone</i>	Pangsa Pasar	
Samsung	45,8 %	TOP
Oppo	16,6 %	TOP
Xiaomi	14,3 %	TOP
Vivo	4,5 %	
Lenovo	3,7 %	

Sumber: (Brand, n.d.)

Dimana Samsung menempati urutan pertama dengan pangsa pasar sebesar 45,8%, sedangkan Oppo menduduki peringkat kedua dengan raihan pangsa pasar sebesar 16,6%, Xiamoi berada diperingkat ketiga dengan raihan pangsa sebesar 14,3 %, dan diikuti Vivo dan Lenovo berada diperingkat empat dan lima dengan perolehan 4,5%, dan 3,7%.

Seiring perkembangan teknologi internet, saat ini aplikasi internet tidak lagi hanya dapat diakses melalui personal komputer saja, tetapi dapat diakses melalui gadget yang kini ukurannya lebih kecil dan mudah seperti telepon pintar (*smartphone*), tablet, notebook dan sebagainya. *Smartphone* Oppo berada dibawah naungan Telecommunications Corp, Ltd yang merupakan perusahaan elektronik konsumen dan komunikasi seluler China yang berkantor pusat di Donguan, China yang terkenal dengan telepon pintar. Sebagai produsen *smartphone* terkemuka, Oppo adalah merek *smartphone* teratas di Tiongkok pada 2016 dan menduduki peringkat no 8 diseluruh dunia. (<https://ien.m.wikipedia.org>).

Permasalahannya bagaimana pengaruh gaya hidup dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* Oppo?

Related Works/Literature Review (Optional)

Pemasaran:

(Kotler & Keller, 2009b) Mendefinisikan pemasaran sebagai berikut : suatu proses yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan ingin dengan menciptakan, dan menawarkan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Dari defenisi pemasaran tersebut, maka pemasaran merupakan salah satu kegiatan-kegiatan.

Gaya Hidup:

Menurut (Kotler & Keller, 2009b), mengatakan gaya hidup secara luas didefenisikan sebagai pola hidup seseorang didunia yang terungkap pada aktifitas, minat dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan dari seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya. Orang yang berasal dari sub-budaya, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama mungkin akan memiliki gayahidup yang berbeda. Gaya hidup atau *lifestyle* seseorang menunjukkan pola kehidupan orang yang bersangkutan yang tercermin dalam kegiatan, minat, dan pendapatnya (Simamora, 2004).

Menurut (Kotler & Keller, 2009b), indikator gaya hidup diantaranya:

- a. Aktivitas (*activities*)

Aktivitas adalah bagaimana konsumen menghabiskan waktu dalam kehidupan sehari-hari

- b. Minat (*interest*)

Adalah sesuatu hal yang menjadi minat atau apa saja yang ada di sekeliling konsumen yang dianggap penting dalam kehidupan dan berinteraksi sosial.

c. Opini (opinion)

Opini adalah cara konsumen memandang diri sendiri dan dunia di sekitar mereka

Kualitas Produk:

Produk yang dipasarkan merupakan senjata yang bagus dalam memenangkan persaingan apabila memenuhi mutu yang tinggi, dalam hal ini terdapat ungkapan “quality first” atau kualitas sebagai yang utama. Menurut (Laksana, 2008) kualitas adalah “tingkat mutu yang diharapkan, dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen”. Dengan demikian, maka kualitas merupakan factor kunci sukses bagi suatu organisasi atau perusahaan, seperti yang dikemukakan Welch (Laksana, 2008), kualitas merupakan “jaminan terbaik atas kesetiaan pelanggan, pertahanan terkuat dalam menghadapi persaingan dan satu-satunya jalan menuju pertumbuhan dan pendapatan yang langgeng”.

Keputusan Pembeli:

Menurut (Kotler & Keller, 2009b) yang dimaksud keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber- sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian.

Pengaruh Gaya Hidup dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

1. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian

Lifestyle (gaya hidup) merupakan konsep yang sangat penting dalam menganalisis tingkah laku gaya hidup pasar sasaran. Gaya hidup dimulai dengan mengidentifikasi tingkah laku (behavior) tentang minat, hasrat, dan pendapat para pasar sasaran. Kasali (2005) menyatakan bahwa “Gaya hidup akan mempengaruhi keinginan seseorang untuk berperilaku dan akhirnya menentukan pilihan-pilihan konsumsi seseorang”. Andri Tri Setiawan, 2015 Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol .62 No 1 Universitas Brawijaya Malang mengungkapkan bahwa “Gaya hidup yang merupakan bagian dari perilaku konsumen juga mempengaruhi tindakan konsumen dalam melakukan pembelian”.

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Pengaruh antar Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian Produk merupakan sesuatu yang bisa ditawarkan berupa barang atau jasa yang dapat memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen. Adapun yang dimaksud dengan kualitas produk adalah keseluruhan ciri dari suatu produk yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan konsumen (Kotler & Keller, 2009b). Mengenai hal ini, Fiani dan Japrianto (2012) merangkum beberapa indikator yang mempengaruhi kualitas produk bakeri, seperti warna, penampilan, porsi, aroma dan rasa. Sebagaimana hasil penelitian Alex dan Thomas (2012) telah menunjukkan bahwa konsumen cenderung mengetahui secara pasti produk apa yang akan dibeli dan tidak akan membuang waktu untuk memiliki produk- produk yang tidak berkualitas.

3. Pengaruh Gaya Hidup dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Menurut (Kotler & Keller, 2009a) yang dimaksud keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, penilaian sumber- sumber seleksi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian. Aviyanto Kusuma Pratama (2015) bahwa gaya hidup seseorang yang terdiri dari aktifitas, minat, dan opini dapat mempengaruhi keputusan yang akan mereka ambil dan jika semakin baik kualitas suatu produk maka akan membuat konsumen semakin tertarik untuk membeli produk tersebut.

Sebuah produk yang berkualitas memiliki nilai tambah dibandingkan produk lainnya. Semakin baik kualitas suatu produk maka akan membuat konsumen semakin yakin dan percaya dalam memilih produk tersebut dimana hal tersebut akan memicu terjadinya keputusan pembelian

Methods

Jenis penelitian ini merupakan penelitian Deskriptif Kuantitatif, penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data menggunakan kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan, (Sugiyono, 2012).

1. Sampel:

Sampel dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau yang berjumlah 479 mahasiswa yang terdiri dari Prodi Akuntansi berjumlah 210 dan Prodi Manajemen 269 mahasiswa.

Sedangkan penarikan jumlah sampel peneliti menggunakan rumus Solovinn sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Dimana:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang ditolerir.

1 = Konstanta

Karena keterbatasan biaya dan waktu maka peneliti menetapkan tingkat kesalahan sebesar (e = 10%). Berdasarkan rumus diatas, jumlah sampel yang diambil dari populasi adalah sebanyak:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

$$n = \frac{479}{1 + 479 \cdot (0.1)^2}$$

$$n = \frac{479}{1 + 479 \cdot (0.01)}$$

$$n = \frac{479}{1 + 4.79}$$

$$n = \frac{479}{5.79}$$

$$n = 82.72$$

$$n = 83 \text{ dibulatkan}$$

Adapun pengambilan sampel dengan menggunakan Propotional Random Sampling yaitu pengambilan sampel secara proporsi yang dilakukan dengan mengambil subyek dari setiap strata atau setiap wilayah yang ditentukan seimbang dengan banyak subyek dalam masing-masing strata atau setiap wilayah (Arikunto, 2010). Jadi berdasarkan rumus, maka jumlah sampel dari masing- masing Prodi sebagai berikut:

$$\text{Prodi Akuntansi} = ? \times 83 = 36,3 \text{ dibulatkan menjadi } 36$$

$$\text{Prodi Manajemen} = ? \times 83 = 46,6 \text{ dibulatkan menjadi } 47$$

Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan teknik Purposive Random Sampling yaitu pengambilan sampel dengan tidak berdasar random, daerah, atau strata melainkan berdasar pertimbangan yang berfokus pada tujuan tertentu (Arikunto, 2010). Pada penelitian ini memilih responden dengan pertimbangan :

- Mahasiswa yang memiliki dan membeli Smartphone Oppo
- Mahasiswa yang aktif pada Semester Genap Tahun Akademik 2018/2019
- Mahasiswa yang bersedia dan dapat mengisi kuisisioner

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu :

a. Kuisisioner

Angket (kuisisioner) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. (Sugiyono, 2012).

b. Interview (wawancara)

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan untuk diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal responden yang lebih mendalam dalam jumlah respondennya sedikit atau kecil, teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau self report, atau setidak-tidaknya pada pengetahuan keyakinan pribadi. (Sugiyono, 2012).

c. Observasi

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, peneliti berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar

3. Analisa Data

a. Skala pengukuran variable

Disini peneliti menggunakan skala Likert, dimana skala ini digunakan untuk Mengukur Pengaruh Gaya Hidup dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian smartphone Oppo.

Tabel 2. Instrumen Skala Likert

No	Jawaban	Simbol	Skor
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Kurang Setuju	KS	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : (Sugiyono, 2012)

Berdasarkan tabel 2 adapun rentang Skala Likert yaitu nilai rata-rata masing pertanyaan yang diajukan kepada responden dikelompokkan dalam range. Penentuan range dilakuakn dengan cara dimana skor tertinggi setiap pertanyaan adalah 5 dan skor terendah adalah 1 dengan jumlah responden 83 orang maka:

Skor tertinggi= 5

Skor terendah= 1

Lebar skala= 0,8

(Sugiyono, 2012) Dengan demikian kategori skala dapat ditentukan sebagai berikut :

0,1–1,80 Sangat Rendah

1,8–2,60 Rendah

2,61-3,40 Sedang

3,41-4,20 Tinggi

4,21-5,00 Sangat Tinggi

b. Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Berganda digunakan untuk mengetahui Pengaruh Variabel bebas terhadap variabel tidak bebas (terikat) atas perubahan dari setiap peningkatan dan perumusan variabel bebas yang mempengaruhi variabel terikat.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana:

a= Konstanta

b= Kofisien regresi

Y= Keputusan Pembelian

X = Variabel Gaya Hidup

X₂= Variabel Kualitas Produk

e= Standar Error

c. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk sah atau valid tidaknya suatu kusioner. Untuk memperoleh hasil penelitian yang baik, maka kuisisioner yang dijadikan instrument pengumpulan data harus diuji terlebih dahulu tentang validitasnya.

Valid artinya instrument tersebut dapat digunakan untuk diukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2012). Jika pada tingkat singnifikan 5% nilai rhitung > r_{tabel} maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut valid.

Keterangan:

rhitung: Kofisien korelasi

∑X: Jumlah skor butir

∑Y: Jumlah skor total

(∑X)(∑Y): Jumlah perkalian skor skor X dan skor Y

(∑X)²: Jumlah kuadrat dari skor butir

(∑Y)²: Jumlah kuadrat skor total

N : Jumlah responden

d. Uji Reliabilitas

Menurut (Arikunto, 2013) menegemukan bahwa reliabilitas berhubung dengan masalah kepercayaan. Suatu tes dapat dikatakan mempunyai taraf kepercayaan yang tinggi jika tes tersebut dapat memberikan hasil yang tetap. Tuntutan bahwa instrument evaluasi harus valid menyangkut harapan yang diperolehnya data yang valid, sesuai dengan kenyataan. Jika validitas terkait dengan ketepatan objek yang tidak lain adalah tidak memnyimpangnya data dari kenyataan, artinya bahwa data tersebut benar.

Pengujian reliabilitas instrumen menggunakan rumus Alpha Cronbach's karena instrument penelitian ini berbentuk angket dan skala bertingkat. Rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \frac{\sum \hat{\sigma}^2}{\sigma^2_t} (1 - \frac{1}{k})$$

Keterangan:

r₁₁= Reliabilitas instrumen

k= Banyak butir pertanyaan

∑σ²= Jumlah varian butir

σ²_t= Varian total

e. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui kondisi data yang digunakan dalam penelitian. Hal tersebut dilakukan agar diperoleh model analisis yang tepat

Results

1. Uji Validitas

eCo-Buss

Uji Validitas dilakukan untuk menilai sejauh mana suatu alat ukur diyakini dapat digunakan untuk mengukur suatu pernyataan dalam kuisisioner. Valid berarti item-item yang ada dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2012). Nilai Validitas dapat dilihat pada kolom Pearson Product Moment nilai tersebut merupakan nilai r hitung dengan kriteria $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka butir pernyataan tersebut valid, tetapi sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item pernyataan kuisisioner dinyatakan tidak valid. Pengujian instrumen dalam penelitian ini menggunakan bantuan software SPSS 23 for windows dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Gaya Hidup	Item 1	0,527	0,216	Valid
	Item 2	0,550	0,216	Valid
	Item 3	0,449	0,216	Valid
	Item 4	0,449	0,216	Valid
	Item 5	0,628	0,216	Valid
	Item 6	0,483	0,216	Valid
	Item 7	0,647	0,216	Valid
	Item 8	0,564	0,216	Valid
	Item 9	0,513	0,216	Valid
Kualitas Produk	Item 1	0,521	0,216	Valid
	Item 2	0,666	0,216	Valid
	Item 3	0,480	0,216	Valid
	Item 4	0,655	0,216	Valid
	Item 5	0,562	0,216	Valid
	Item 6	0,715	0,216	Valid
	Item 7	0,723	0,216	Valid
	Item 8	0,649	0,216	Valid
	Item 9	0,548	0,216	Valid
	Item 10	0,703	0,216	Valid
	Item 11	0,280	0,216	Valid
	Item 12	0,675	0,216	Valid
	Item 13	0,674	0,216	Valid
	Item 14	0,565	0,216	Valid
	Item 15	0,514	0,216	Valid
	Item 16	0,578	0,216	Valid
Keputusan Pembelian	Item 1	0,513	0,216	Valid
	Item 2	0,595	0,216	Valid
	Item 3	0,396	0,216	Valid
	Item 4	0,437	0,216	Valid
	Item 5	0,591	0,216	Valid
	Item 6	0,460	0,216	Valid
	Item 7	0,641	0,216	Valid
	Item 8	0,577	0,216	Valid
	Item 9	0,517	0,216	Valid
	Item 10	0,587	0,216	Valid

Sumber: data primer diolah, 2020

eCo-Buss

Berdasarkan tabel 3 diatas dapat dilihat bahwa semua item pernyataan pada ketiga variabel yang diuji berkoerlasi signifikan dengan skor total. Ini dapat dilihat dari rhitung lebih besar dari rtabel. rtabel dalam uji uji instrument pada pada penelitian diperoleh dari nilai signifikan 0,05 dengan uji dua sisi dan jumlah responden yang diuji sebanyak 83 orang didapatkan nilai sebesar 0,216 . Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir instrument valid dan dapat digunakan untuk analisis data selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsisten responden dalam dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk- konstruk pernyataan berbentuk kuosioner. Hasil analisis dapat digunakan untuk mengetahui reliabilitas instrumen. Reliabilitas berarti suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur reliabilitas item pernyataan dalam kuisisioner adalah dengan menggunakan koefisien Cronbach' Alpha. Item pernyataan dalam kuisisioner dinyatakan reliabel jika memiliki nilai koefisien Cronbach' Alpha lebih besar dari 0.60 (Sugiyono, 2012)

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Batas Reliabilitas	Keterangan
Gaya Hidup	0,677	0,60	Reliabel
Kualitas Produk	0,860	0,60	Reliabel

Sumber: data primer diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4 pengujian data menunjukkan setiap butir-butir pernyataan pada masing-masing variabel penelitian mempunyai Cronbach's Alpha > 0,60 sehingga seluruh butir-butir pernyataan pada variabel penelitian dinyatakan reliabel dan dapat disebarkan kepada responden untuk dijadikan sebagai instrumen penelitian.

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah model regresi mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Asumsi normalitas merupakan persyaratan persyaratan yang sangat penting pada pengujian kebermaknaan (signifikansi) koefisien regresi. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengujian normalitas dengan melihat uji Kolmogorov-Smirnov melalui program SPSS versi 23 Distribusi residu dikatakan normal (secara visual).

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Predicted Value
N		83
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	39,1204819
	Std. Deviation	2,49426932
	Most Extreme Differences	,120
	Positive	,120

eCo-Buss

	Negative	,098
Test Statistic		,120
Asymp. Sig. (2-tailed)		,255 ^c

- a. Test distribution is Normal.
 - b. Calculated from data.
 - c. Lilliefors Significance Correction.
- Sumber: Output SPSS (olah data)

Pada tabel 5 menunjukkan bahwa residu data yang didapat tersebut mengikuti distribusi normal, berdasarkan hasil output menunjukkan nilai Kolmogorov Smirnov signifikan pada $0,255 > 0,05$, dengan demikian residu data berdistribusi normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

b. Hasil Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi ditemukan adanya kolerasi antara antara variabel bebas. Apabila nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 , maka dapat disimpulkan maka tidak ada Multikolinieritas antar variabel dalam model regresi.

Adapun berikut ini hasil dari Uji Multikolinieritas dengan menggunakan program SPSS versi 23 yang dapat dilihat melalui tabel berikut :

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Gaya Hidup	,998	1,002
Kualitas Produk	,998	1,002

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

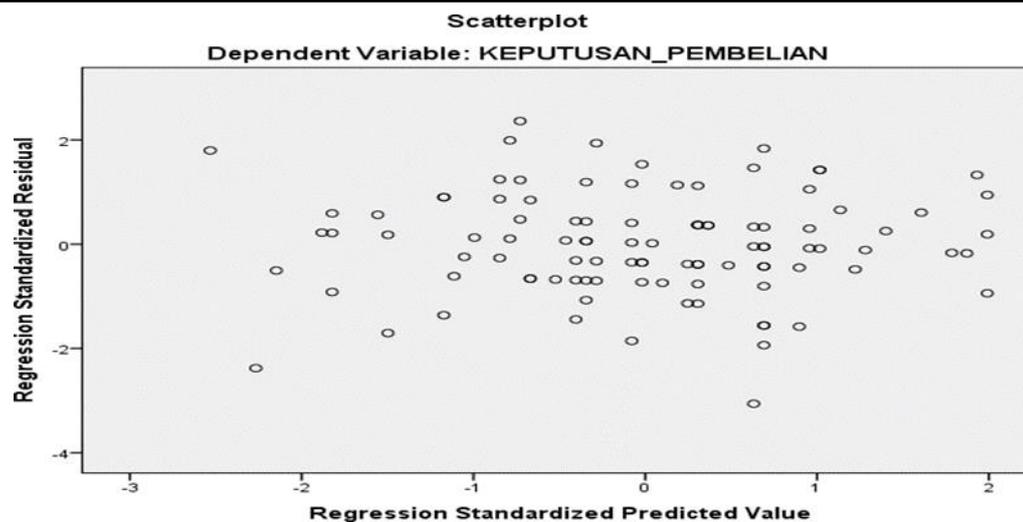
Sumber: Output SPSS (olah data)

Berdasarkan tabel 6 dapat dilihat bahwa nilai Tolerance pada masing- masing variabel bebas $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 . Ini menunjukkan bahwa tidak ada Multikolinieritas diantara variabel bebas.

c. Hasil Uji Heteroskedasitas

Uji Heteroskedasitas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan varian residual suatu pengamatan kepengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi Heteroskedasitas. Untuk menguji Heteroskedasitas dapat dilakukan dengan mengamati grafik Scatterplot. Jika terjadi titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, tanpa membentuk pola tertentu, maka tidak terjadi Heteroskedasitas. Adapun grafik Scatterplot dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

eCo-Buss



Gambar 1. Grafik Scatterplot

Dari Grafik Scatterplot diatas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi Heteroskedasitas pada moedel regresi. Sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi Keputusan Pembelian masukkan variabel independen Gaya Hidup dan Kualitas Produk.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk menguji sejauh mana pengaruh Gaya Hidup dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian smartphone Oppo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau, maka peneliti melakukan analisis regresi berganda dengan pengolahan data menggunakan program SPSS versi 23.00, adapun hasil nya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 7. Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	1,671	,971	
	Gaya Hidup	1,099	,022	,985
	Kualitas Produk	,020	,009	,044

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Output (olah data)

Berdasarkan tabel 4.29 dapat dilihat linier berganda secara parsial adalah sebagai berikut:

$$Y = 1.671 + 1.099 X_1 + 0,20 X_2 + e$$

Penjelasan dari regresi linier berganda secara parsial adalah sebagai berikut :

a. Konstanta = 1,671

Jika variabel Gaya Hidup, dan Kualitas Produk dianggap konstan sama dengan nol maka variabel Keputusan Pembelian 1,671.

b. Gaya Hidup = 1,099

Jika variabel Gaya Hidup mengalami kenaikan 1 satuan, sementara variabel Kualitas Produk diasumsi tetap, maka Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 1,099. Kofisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh antara Gaya Hidup dengan Keputusan Pembelian smartphone Oppo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau.

c. Kualitas Produk = 0,20

Jika variabel Kualitas Produk mengalami kenaikan 1 satuan, sementara variabel Gaya Hidup diasumsi tetap, maka Kualitas Produk akan meningkat sebesar 0,20. Kofisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh antara Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian smartphone Oppo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau, semakin baik Kualitas Produk akan meningkatkan Keputusan Pembelian.

5. Hasil Pengujian Hipotesis

a. Hasil Uji F (serentak)

Menurut (Priyatno, 2014) Uji F digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen yang terdiri dari Gaya Hidup dan Kualitas Produk simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian smartphone Oppo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau.

Uji F dalam penelitian ini dilakukan dengan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$. Sementara nilai F_{tabel} pada $\alpha = 0,05$ df (k-1) atau (N1) 3-1= 2, dan (N2) 83-3 = 80 (n adalah jumlah kasus atau responden dan k adalah jumlah variabel bebas dan terikat), diperoleh Ftabel sebesar 3,11.

Adapun dasar pengambilan keputusan dalam Uji F adalah sebagai berikut :

- 1) Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel independen secara secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 8. Hasil Uji F (simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	510,153	2	255,077	1226,177	,000 ^b
	Residual	16,642	80	,208		
	Total	526,795	82			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

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

Berdasarkan output Anova dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} adalah 1226,177 lebih besar dari F_{tabel} sebesar 3,11. Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Gaya Hidup (X1) dan Kualitas Produk (X2) Secara Simultan Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Smartphone Oppo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau.

b. Hasil Uji t (parsial)

Menurut (Priyatno, 2014) Uji t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen yang terdiri dari Gaya Hidup dan Kualitas Produk secara Parsial berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian smartphone Oppo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau.

Uji t dalam penelitian ini dilakukan dengan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$. Sementara nilai t_{tabel} pada $\alpha = 0,05 : 2 = 0,025$ (uji dua sisi) dengan derajat kebebasan atau degree of freedom (df) $n-k$ dimana $n =$ banyak sampel dan $k =$ banyaknya variabel bebas dan terikat, maka $83-3= 80$ diperoleh t_{tabel} sebesar 1,990.

Tabel 9. Hasil Uji t (parsial)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,671	,971		1,721	,089
	Gaya Hidup	1,099	,022	,985	49,521	,000
	Kualitas Produk	,020	,009	,044	2,207	,030

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Output SPSS (olah data)

Berdasarkan tabel 9 dapat dijelaskan sebagai berikut :

- 1) Hasil uji t variabel Gaya Hidup (X1)
Hasil uji t parsial, variabel Gaya Hidup (X1) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) smartphone Oppo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau. Hal ini terlihat dari nilai t_{hitung} (49,521) > t_{tabel} (1,990), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya secara parsial variabel Gaya Hidup berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian smartphone Oppo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau.
 - 2) Hasil uji t variabel Kualitas Produk(X2)
Hasil uji parsial, variabel Kualitas Produk (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian smartphone Oppo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau. Hal ini terlihat dari nilai t_{hitung} (2,027) > t_{tabel} (1,990), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya secara parsial variabel Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian smartphone Oppo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau.
- c. Koefisien Determinasi (R^2)
Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk melihat seberapa besar kontribusi pengaruh variabel independen yang terdiri dari Gaya Hidup dan Kualitas Produk secara simultan terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian smartphone Oppo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau. Dapat dilihat pada tabel model summary berikut ini :

Tabel 10. Hasil Uji Determinasi (R^2)
Model Summary^b

eCo-Buss

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,984 ^a	,968	,968	,456

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

Berdasarkan output Model Summary dapat disimpulkan nilai R Square sebesar 0,968 atau 96,8%. Kecilnya nilai tersebut menunjukkan bahwa proporsi pengaruh yang diberikan masing-masing variabel yaitu variabel independen terhadap variabel dependen, dimana variabel terikat (Y) dapat dijelaskan oleh kedua variabel bebas sebesar 96,8%, sedangkan sisanya 3,2% dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian.

Pembahasan

1. Pengaruh Gaya Hidup dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau secara simultan.
Berdasarkan output Anova dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} adalah 1226,177 lebih besar dari F_{tabel} sebesar 3,11. Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Gaya Hidup (X1), Kualitas Produk (X2) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian smartphone Oppo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau.
2. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau.
Berdasarkan uji parsial, variabel Gaya Hidup (X1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian smartphone Oppo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau. Hal ini terlihat dari nilai t_{hitung} (49,521) > t_{tabel} (1,990), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya secara parsial variabel Gaya Hidup berpengaruh terhadap Keputusan pembelian smartphone Oppo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau.
3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau.
Berdasarkan uji parsial, variabel Kualitas Produk (X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian smartphone Oppo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau. Hal ini terlihat dari nilai t_{hitung} (2,027) > t_{tabel} (1,990), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya secara parsial Kualitas Produk (X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian smartphone Oppo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau, hal ini sesuai dengan teori (Garvin dalam Tjiptono 2008), Kualitas produk adalah perpaduan antara sifat dan karakteristik yang sanggup memilih sejauh mana output (keluaran) sanggup memenuhi persyaratan kebutuhan konsumen atau menilai hingga sejauh mana sifat dan karakteristik tersebut memenuhi konsumen.

Conclusion

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan output Anova dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} adalah 1226,177 lebih besar dari F_{tabel} sebesar 3,11. Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Gaya Hidup (X1), Kualitas Produk (X2) secara serentak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) smartphone Oppo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau.

2. Berdasarkan hasil pengolahan data, uji parsial variabel Gaya Hidup (X1) didapatkan nilai $t_{hitung} (49,521) > t_{tabel} (1,990)$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya secara parsial variabel Gaya Hidup berpengaruh terhadap Keputusan pembelian smartphone Oppo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau.
3. Berdasarkan hasil pengolahan data, uji parsial variabel Kualitas Produk (X2) didapatkan nilai $t_{hitung} (2,027) > t_{tabel} (1,990)$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya secara parsial Kualitas Produk (X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian smartphone Oppo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau.
4. Adapun output Model Summary dapat disimpulkan nilai R square sebesar 0,968 atau 96,8%. Besarnya nilai tersebut menunjukkan bahwa proporsi yang diberikan masing-masing variabel cukup besar hanya variabel Gaya Hidup (X2) yang memberikan pengaruh besar terhadap keputusan Pembelian smartphone Oppo. Dimana variabel terikat (Y) dapat dijelaskan oleh kedua variabel bebas sebesar 96,8% sedangkan sisanya 3,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar peneliti.

References

- Arikunto, S. (2010). *Research Procedure a Practical Approach*. Rineka cipta.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. PT Rineka Cipta.
- Brand, T. (n.d.). *Top Brand Award | Ajang Penghargaan Merek terbaik di Indonesia*. Retrieved August 19, 2021, from <https://www.topbrand-award.com/>
- Gary, T., & Misty. (2007). *Discovering Computers : Fundamentals*. Salemba Infotek.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009a). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13*. Jakarta: Erlangga, 14.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009b). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta.
- Laksana, F. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Graha Ilmu.
- Priyatno, D. (2014). *SPSS 22 Penolahan Data Terpraktis*. andi.
- Simamora, H. (2004). *Manajemen sumber daya manusia*. Bagian Penerbitan STIE YPKN.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta.