

PENGARUH GAYA HIDUP DAN PENDAPATAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HELM KBC

Dhimas Dwi Laksono^{1*}, Donant Alananto Iskandar²

^{1,2} Manajemen, Fakultas Bisnis Institute Teknologi dan Bisnis Kalbis, Jakarta, Indonesia

*Email-Korespondensi : dhimasdwilaksono@gmail.comR

Informasi Artikel

Draft awal: 27 Mei 2018
Revisi: 12 Juni 2018
Diterima : 25 Juni 2018
Available online: 30 Juni 2018

Keywords: *Lifestyle, income, purchase decision, helmet product*

Tipe Artikel : Research paper



Diterbitkan oleh Fakultas
Ekonomi Universitas Islam
Attahiriyah

ABSTRACT

The study aims to determine whether there is influence between lifestyle and income on purchasing decision of KBC helmet. This study uses a quantitative approach through a survey to 109 users of KBC helmet. Sampling method is non probability sampling. The results of the hypothesis (t test) showed that lifestyle variables significantly influence purchasing decisions. This is indicated by t arithmetic of 13.198 which is greater than t table. However, the income variable has no significant effect on purchase decision with t -0.508 which is smaller than t table. The conclusion from this study that lifestyle variables are most dominant on purchasing decisions. This can be interpreted that, increasing purchasing decisions can be supported by the lifestyle of people who always want to look trend and always keep up with the times.

Penelitian bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antar gaya hidup dan pendapatan terhadap keputusan pembelian helm KBC. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui survei kepada 109 pengguna helm KBC. Metode pengambilan sampel adalah non probability sampling. Hasil hipotesis (uji t) menunjukkan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Ini ditunjukkan dengan t hitung sebesar 13,198 yang lebih besar dari t tabel. Tetapi, variabel pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan t hitung - 0,508 yang lebih kecil dari t tabel. Kesimpulan dari penelitian ini bahwa variabel gaya hidup paling paling dominan atas keputusan pembelian. Hal ini dapat diartikan bahwa, meningkatnya keputusan pembelian dapat ditunjang dengan gaya hidup masyarakat yang selalu ingin terlihat trend dan selalu mengikuti perkembangan zaman.

Pedoman Sitasi : Dhimas Dwi Laksono & Donant Alananto Iskandar (2018). Pengaruh Gaya Hidup Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian Helm KBC. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(2), 145 - 154

Journal homepage: <http://jrmb.ejournal-feuniat.net/index.php/JRMB>

1. Pendahuluan

Masyarakat Indonesia modern, telah mengalami pertumbuhan yang dinamis diiringi perkembangan globalisasi ekonomi yang ditandai dengan berkembangnya berbagai jenis alat keselamatan dalam berkendara seperti helm. Helm digunakan untuk melindungi kepala apabila terjadi kecelakaan lalu lintas pada para pengguna sepeda motor. Pasal 106 ayat (8) UU No. 22/2009 menyatakan, "Setiap orang yang mengemudikan Sepeda Motor dan Penumpang Sepeda Motor wajib mengenakan helm yang memenuhi standar nasional Indonesia". Lalu, berdasarkan pasal 291 UU No. 22/2009, pengemudi yang melanggarnya dikenakan hukuman kurungan maksimal 1 bulan atau denda maksimal Rp 250.000,00 karena sudah merupakan kewajiban seseorang untuk selalu menggunakan alat keselamatan dalam berkendara. Fungsi helm untuk melindungi kepala dari luka yang fatal sehingga helm menjadi aksesoris yang tidak bisa dipisahkan dari para pengguna sepeda motor.

Seiring berjalannya waktu, para produsen helm menawarkan banyak pilihan model, motif dan warna, hingga berbagai macam bentuk, sehingga helm dapat dikelompokkan dalam beberapa jenis yaitu separuh kepala (*half face*), tiga perempat (*open face / modular*), dan penuh (*full face*). Helm yang baik adalah helm yang aman dan nyaman ketika digunakan. Biasanya helm semacam ini lulus persyaratan DOT (*Department Of Transportation*) atau standar Eropa seperti *ECE 22.0* atau *SNELL*, bahkan Indonesia sendiri SNI (Standar Nasional Indonesia). Sehingga, helm yang aman seharusnya berbanding lurus dengan tingkat kenyamanan meskipun hampir tidak ada helm yang benar-benar nyaman.

Saat ini pengguna sepeda motor di Indonesia mulai tumbuh dan berkembang sehingga saat berkendara mereka juga sangat memperhatikan penampilan mereka dengan menggunakan helm yang tersedia dalam berbagai jenis. Pesatnya pertumbuhan perusahaan helm, baik dalam negeri maupun luar negeri yang menawarkan berbagai macam modernisasi dari helm itu sendiri seperti KYT, NHK, CARGLOSS, ARAI, SHOEI, AGV, NOLAN, HJC, KBC. Dari setiap masing-masing merek helm tersebut, mereka berusaha untuk membuat produk yang terbaik, sehingga helm tersebut memiliki keunggulan masing-masing dan akan sulit bagi konsumen untuk memutuskan helm yang cocok untuk mereka. Sekarang helm sudah berkembang sebagai *fashion* bagi para pemotor. Produk dengan corak unik, langka serta kualitas atau spesifikasi tinggi menjadi kriteria unggulan bagi para penghobi kendaraan sepeda motor (*bikers*), sehingga banyak sekali pengendara motor di Indonesia yang memakai helm *import*, terutama bagi pengendara motor besar (*moge*) karena berkualitas dan tahan lama.

Saat ini fungsi helm tidak hanya sebagai perangkat penting dalam berkendara, namun helm sudah menjadi gaya hidup bagi para pengendara sepeda motor. Helm juga menawarkan berbagai motif atau grafis agar bisa menarik perhatian konsumen. Dapat dilihat dari kondisi pasar industri otomotif terutama helm mulai berkembang pesat karena banyaknya pengguna sepeda motor berusia muda menginginkan helm yang terlihat trendi dan tidak ketinggalan model.

Novia (2010:45) mengungkapkan bahwa dalam kehidupan sehari-hari kita dapat menerapkan gagasan gaya hidup tanpa harus menjelaskan apa yang kita maksud, dan mungkin sulit untuk menemukan gambaran mengenai hal-hal yang merujuk pada gaya hidup. Oleh karena itu, gaya hidup dapat membantu dan memahami apa yang orang lain lakukan, dan mengapa mereka melakukannya. Gaya hidup memiliki keterkaitan dengan membentuk *image* di mata orang lain, berkaitan dengan status sosial yang disandangnya. Untuk membentuk *image* dibutuhkan simbol-simbol tertentu yang sangat berperan dalam mempengaruhi perilaku konsumsinya. Simbol yang di maksud adalah jenis benda yang dimilikinya dan yang lebih penting lagi adalah mereknya.

Selain gaya hidup, faktor pendapatan juga sangat mempengaruhi keputusan pembelian seseorang untuk membeli helm tersebut. Karena pendapatan menentukan daya beli seseorang. Orang yang berpenghasilan tinggi akan mengkonsumsi barang-barang dengan *brand* terkenal,

sedangkan orang yang berpenghasilan pas-pasan akan mengkonsumsi barang sesuai dengan kebutuhan dasarnya.

Perusahaan helm lebih gencar lagi dalam memproduksi berbagai model helm ditengah persaingan yang sangat ketat saat ini, karena banyak sekali helm import yang menawarkan harga yang tidak sesuai dengan pendapatan konsumen yang berpenghasilan cukup atau bagi yang belum berpendapatan sehingga mereka berpaling ke produk atau merek lain sebagai pilihan *alternative* para pengguna sepeda motor yang ingin tampil *trendy* walaupun memiliki pendapatan yang minim karena Indonesia merupakan Negara berkembang dan masih memiliki tingkat penghasilan yang belum besar.

Salah satunya produk helm, dengan merek KBC yang saat ini sudah menjadi model yang sangat diminati oleh kalangan *bikers*, karena KBC merupakan Helm pertama yang menerapkan fitur yang berbeda dari helm lain seperti sudah *flat visor* atau *Pinlock Ready*. *Flat visor* sedang menjadi *trend* model helm saat ini, dikarenakan *flat visor* pada helm memiliki bentuk yang aero dinamis dan lebih terlihat keren dibandingkan *visor* cembung. *Brand* KBC ini memiliki ciri khas pada desain dan fitur yang dimiliki dan sudah berstandar internasional, seperti *visor* yang sudah *pinlock ready* dan tali pengaman *DD ring*, sehingga helm KBC sudah mengaplikasikan fitur tersebut persis pada helm standar balap internasional seperti MotoGP dan WSBK (*World Superbike Championship*).

Harga kisaran untuk helm KBC sebesar Rp 600.000,- hingga Rp 1.000.000,-, jika dibandingkan dengan helm *import* lainnya yang seharga > Rp 3.000.000,-. Sehingga KBC menjadi pilihan alternatif bagi para pengendara sepeda motor yang berpendapatan cukup, tetapi ingin tetap tampil bergaya dan terlihat *trendy* saat berkendara. Helm KBC dapat menambah nilai gaya hidup dan sebagai dasar untuk memahami perubahan nilai konsumen. Bagaimana pengaruhnya dengan gaya hidup dan pendapatan seseorang dalam mengambil suatu keputusan dalam membeli suatu barang? Oleh karena itu banyak pemasar menggunakan konsep gaya hidup berdasarkan pendapatan sebagai dasar untuk memahami perubahan nilai konsumen dan bagaimana pengaruh terhadap keputusan pembelian seseorang.

Berdasarkan uraian diatas, dapat dilihat bahwa helm KBC memiliki tingkat gaya hidup yang baik dimata para pengguna sepeda motor. Karena saat ini banyak sekali para pengendara motor berusia muda yang ingin tampil bergaya saat berkendara, namun faktor pendapatan juga memiliki tingkat dampak sebelum mengambil suatu keputusan. Faktor pendapatan tersebut dapat mempengaruhi daya beli seseorang dalam membeli suatu barang yang diinginkan. Dari uraian tersebut, maka peneliti ingin membahas dan mengetahui seberapa besar pengaruh gaya hidup dan pendapatan terhadap keputusan pembelian helm KBC

2. Kajian Pustaka

2.1 Hubungan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian

Gaya Hidup merupakan perilaku yang mencerminkan masalah apa yang sebenarnya ada di dalam alam pikir seseorang yang cenderung berbaur dengan berbagai hal terkait dengan masalah emosi dan psikologis. Gaya hidup berperan penting dalam melakukan suatu pembelian. Menurut Kotler (2011: 189) mengungkapkan bahwa gaya hidup seseorang merupakan pola hidup seseorang dalam dunia kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapat (opini) yang bersangkutan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Yohana & Nindira (2014) ditemukan bahwa ada pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian. Dalam temuan tersebut bahwa variabel harga memiliki peranan penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Dengan demikian dapat disusun hipotesis pertama yaitu:

H1: Variabel gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

2.2 Hubungan Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian

Menurut Sukirno (2009:84) mengungkapkan bahwa pendapatan adalah jumlah penghasilan yang diterima oleh penduduk atas prestasi kerjanya selama satu periode tertentu, baik harian, mingguan, bulanan maupun tahunan. Dalam Penelitian yang dilakukan oleh Anissa, *et al* (2015) hasil temuannya menunjukkan bahwa variabel pendapatan mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian. Sehingga dari temuan tersebut dapat dirumuskan hipotesis kedua sebagai berikut:

H2 : Variabel pendapatan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

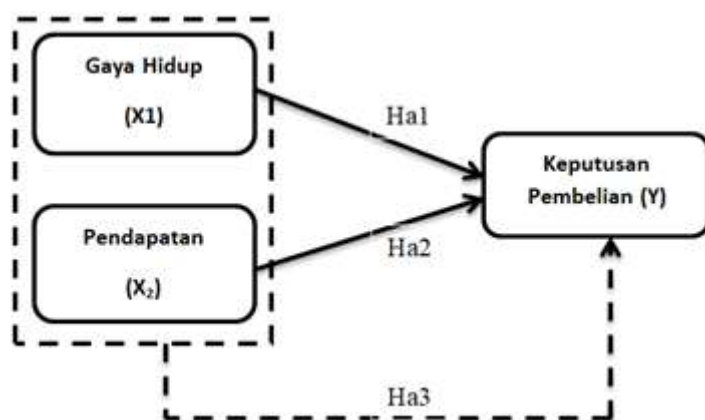
2.3 Hubungan Gaya Hidup Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian

Perkembangan gaya hidup dan tingkat pendapatan seseorang sangat mempengaruhi keputusan seseorang sebelum membeli barang yang diinginkan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Fautngiljanan, *et al* (2014) dengan hasil temuannya menunjukkan bahwa variabel gaya hidup dan pendapatan terhadap keputusan pembelian. Sehingga dari temuan tersebut dapat dirumuskan hipotesis ketiga sebagai berikut:

H3: Variabel gaya hidup dan pendapatan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa variable bebas yang digunakan untuk menganalisis penelitian ini yaitu gaya hidup (X1) dan pendapatan (X2). Sedangkan variabel terikat untuk penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y). Berikut kerangka penelitian yang diajukan oleh peneliti dapat ditunjukkan pada Gambar 1 dibawah ini adalah sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Penelitian

3. Metode Penelitian

3.1. Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat kuantitatif, yaitu metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan.

Dengan rumusan permasalahan kuantitatif asosiatif yaitu suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan pengaruh antara dua variabel atau lebih. Dalam penelitian ini, variabel yang akan diuji adalah gaya hidup dan pendapatan sebagai variabel independen dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Dalam Penelitian ini, penulis menggunakan data kuantitatif

dari hasil penyebaran kuesioner secara langsung kepada responden maupun melalui *google form* dengan memberikan sejumlah pertanyaan yang dapat diisi oleh responden.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah komunitas *KBC Helmet Lovers* dengan jumlah member sebanyak 150 orang. Dari jumlah populasi yang ada hanya 109 orang yang dapat dijadikan sampel untuk penelitian ini. Metode penghitungan menggunakan penghitungan sampel *Lemshow* dengan nilai $\alpha = 10\%$, dimana kriteria sampel adalah member *KBC Helmet Lovers* yang memiliki atau bahkan menggunakan Helm KBC. Teknik pengumpulan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode *Non-probability Sampling* dengan metode *Quota Sampling*. Menurut Sugiyono (2017 : 62) mengungkapkan bahwa ukuran sampel minimum dapat diperoleh dengan menggunakan metode *Lemshow* sebagai berikut yaitu :

$$n = \frac{Z^2 p (1 - p)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel minimum yang diperlukan

d = perkiraan tingkat kesalahan (ditetapkan 0,1 dengan tingkat kepercayaan 0,9)

p = maksimal estimasi (0,5)

3.3 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel menjelaskan mengenai variabel yang diteliti, konsep, dimensi serta indikator yang akan dipahami dalam operasionalisasi variabel penelitian.

Gaya Hidup

Menurut Kotler & Armstrong (2008 : 170), menjelaskan bahwa gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam keadaan psikografisnya, karena gaya hidup menampilkan seluruh profil seluruh tindakan dan interaksi seseorang. Oleh karena itu, konsep gaya hidup dapat membantu pemasar memahami nilai konsumen yang berubah dan bagaimana gaya hidup mempengaruhi perilaku pembelian.

Pendapatan

Menurut Sukirno (2009 : 84) mengungkapkan bahwa pendapatan adalah jumlah penghasilan yang diterima oleh penduduk atas prestasi kerjanya selama satu periode tertentu, baik harian, mingguan, bulanan maupun tahunan. Kegiatan usaha pada akhirnya akan memperoleh pendapatan berupa nilai uang yang diterima dari penjualan produk yang dikurangi biaya yang telah dikeluarkan.

Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Keller (2009 : 188), mengungkapkan bahwa keputusan pembelian merupakan suatu tindakan konsumen untuk membeli suatu merek dari beberapa merek yang terencana, berdasarkan beberapa factor, yaitu diantaranya waktu pembelian, kualitas produk, penyalur, dan distributor, serta banyak yang lain.

3.4 Teknik Analisis

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji realibilitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, dan uji heterokedastisitas. Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda (*multiple regression analysis*). Analisis regresi berganda (*multiple regression analysis*) merupakan teknik analisis untuk menguji, menganalisis dan mengestimasi keterikatan antara variabel terikat

(*dependent variabel*) dengan satu atau lebih terhadap variabel bebas (*independent variabel*). Model persamaan yang digunakan adalah:

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

Dimana:

- Y = Keputusan Pembelian (KP)
- a = Konstanta
- b1-3 = Koefisien Regresi
- X1 = Gaya Hidup (GH)
- X2 = Pendapatan (P)
- e = Standar Error

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1 Uji Asumsi Klasik

Analisis Uji Normalitas

Dalam penelitian ini, peneliti untuk menguji data tersebut normal atau tidaknya menggunakan metode *Residual One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Pada Tabel 1, hasil uji normalitas dapat ditunjukkan bahwa hasil signifikansi hitung lebih besar daripada nilai α yaitu sebesar 0,05, sehingga dinyatakan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini terdistribusi normal.

Hasil pengolahan data melalui SPSS versi 24, untuk uji multikolinearitas bahwa variabel independen (bebas) dalam penelitian ini tidak mengalami permasalahan multikolinieritas. Serta pengujian untuk uji heterokedastisitas dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen tidak terjadi gejala heterokedastisitas, sehingga model regresi layak untuk digunakan dalam pengujian.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample-Kolmogorov-Smirnov Test	
Unstandardized Residual	
N	30
Asymp. Sig.	.200 ^{c,d}

Sumber : Output IBM SPSS v. 24

Analisis Regresi Linear Berganda

Setelah dilakukan pengujian untuk asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heterokedastisitas, dan bahwa model penelitian tersebut telah memenuhi persyaratan asumsi klasik untuk melakukan pengujian dengan teknik analisis regresi berganda (*multiple regression analysis*). Tabel 2 menunjukkan hasil Uji Koefesien Regresi Berganda yaitu sebagai berikut :

Tabel 2. Hasil Uji Koefesien Regresi

Variabel	B	t	Sig.
1 (Constant)	4,497	1,989	0,049
GH	0,467	13,198	0,000
P	-0,054	-0,508	0,613

Sumber : Output IBM SPSS v. 24

Dari hasil Tabel 2 diatas, maka dapat diajukan model dari penelitian ini sebagai persamaan regresi linier berganda adalah :

$$\text{Keputusan Pembelian} = 4,497 + 0,467 \text{ Gaya Hidup} - 0,054 \text{ Pendapatan} + e$$

Model persamaan regresi liner berganda diatas, dapat diuraikan bahwa untuk nilai dari Konstanta sebesar 4,497, menyatakan bahwa keputusan pembelian sebesar 4,497 apabila nilai dari masing-masing variabel gaya hidup dan pendapatan dianggap konstan atau bernilai nol. Koefesien regresi untuk variabel Gaya Hidup (X1) sebesar 0,467 menyatakan bahwa gaya hidup akan meningkat sebesar 1% atau 46,7%, maka keputusan pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 1% atau 46,7% dengan asumsi nilai variable independen lainnya bernilai tetap.

Dan nilai dari koefesien regresi untuk variabel Pendapatan (X2) sebesar - 0,54 yang menyatakan bahwa nilai pendapatan akan mengalami kenaikan sebesar Rp 1,-, maka keputusan pembelian yang akan dilakukan akan mengalami penurunan sebesar Rp 1,- dengan asumsi nilai variable independen lainnya bernilai tetap.

4.2 Uji Hipotesis

Uji Signifikan Parsial (Uji-T)

Pengujian hipotesis pertama yang dilakukan yaitu uji signifikan secara parsial (Uji-T). Pengujian (Uji-T) bertujuan untuk menguji keberartian dari model regresi tersebut dari masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikatnya. Tabel 3, menyajikan hasil Uji-T dari model regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3. Hasil Uji-T

Coefficients ^a		
Model	t	Sig.
(Constant)	1,989	,049
1 Gaya Hidup	13,198	,000
Pendapatan	-,508	,613

a. Dependent Variable: KP

Sumber : Output IBM SPSS v. 24

Berdasarkan hasil uji hipotesis atau Uji-T yang disajikan pada Tabel 3, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut yaitu :

1. Variabel gaya hidup (X₁) memiliki nilai t hitung sebesar 13,198, sedangkan nilai t tabel sebesar 1,982 dengan nilai signifikansi (*p-value*) adalah sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} = 13,198 < t_{tabel} = 1,982$ dengan nilai *p-value* (sig.) $0,000 < 0,05$. Artinya, secara parsial variabel Gaya Hidup (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Sehingga hipotesis yang diajukan dalam rumusan penelitian ini untuk pengambilan keputusan adalah *Ho1 ditolak* dan *Ha1 diterima*.
2. Variabel Pendapatan (X₂) memiliki nilai t hitung sebesar -0,508 sedangkan nilai t tabel sebesar 1,982 dan nilai signifikan (*p-value*) adalah sebesar 0,613. Hal ini menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} = -0,508 < t_{tabel} = 1,982$ dengan nilai *p-value* (sig.) $0,613 > 0,05$. Artinya, secara parsial variabel pendapatan (X2) negatif tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian

(Y). Sehingga hipotesis yang diajukan dalam rumusan penelitian ini untuk pengambilan keputusan adalah *Ho2 diterima* dan *Ha2 ditolak*.

Simultan (Uji-F)

Pengujian hipotesis selanjutnya yang dilakukan adalah pengujian secara simultan untuk keseluruhan variabel independen terhadap variabel dependen. Uji-F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh dari variabel Gaya Hidup dan Pendapatan secara bersama-sama (Simultan) terhadap Keputusan Pembelian. Berikut hasil uji-F yang disajikan pada Tabel 4 yaitu sebagai berikut :

Tabel 4 Hasil Uji F

ANOVA ^a		
Model	F	Sig.
1 Regression	89,337	,000 ^b
Residual		

a. Dependent Variable: KP

b. Predictors: (Constant), P, GH

Sumber : Output IBM SPSS v. 24

Hasil Uji-F hitung dari variabel gaya hidup (X1) dan pendapatan (X2) adalah masing-masing sebesar 89,337 dan memiliki nilai signifikansi (*p-value*) sebesar 0,000. Berdasarkan hasil Uji-F , maka nilai F hitung yang dimiliki X1 dan X2 yaitu sebesar $89,337 > 3,08$ dengan nilai signifikansi (*p-value*) sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga, dapat diartikan bahwa variabel gaya hidup dan pendapatan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, maka berdasarkan hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah untuk pengambilan keputusannya bahwa *Ho3 ditolak* dan *Ha3 diterima*.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tujuan dari pengujian koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas (*independent variabel*) yang memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya (*dependent variabel*). Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai *adjusted R square*. Dalam di bawah ini yaitu Tabel 5, disajikan hasil nilai koefisien determinasi sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Determinasi

Model	R	R-Square	Adjusted R-Square
1	0,792	0,628	0,621

Sumber : Output IBM SPSS v. 24

Hasil uji koefisien determinasi (R²) yang disajikan diatas, menunjukkan bahwa nilai pada kolom *Adjusted R-Square* sebesar 0,621 atau 62,1%. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya persentase untuk variabel independen yaitu gaya hidup (X₁) dan pendapatan (X₂) adalah sebesar 62,1% dan sisanya sebesar 37,9% disebabkan oleh faktor-faktor lainnya di luar dari model penelitian ini.

5. Keterbatasan dan Agenda Penelitian Mendatang

Penelitian ini memiliki keterbatasan dari sisi sampel penelitian, yaitu hanya mengambil salah satu jenis helm, sehingga hasil penelitian kemungkinan tidak bisa digeneralisasi untuk pembeli produk yang lain. Penentuan lokasi sampel untuk penelitian ini belum dijelaskan lebih spesifik untuk objek dari penelitian tersebut. Sehingga penelitian mendatang, lokasi pengambilan sampel diperluas jangkauan lokasi untuk pengambilan sampel. Riset selanjutnya disarankan dapat menggunakan berbagai variasi objek kajian (sampel pada produk helm merek lainnya) sehingga temuan penelitian lebih dapat digeneralisasi dan lebih variatif.

6. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis sebelumnya, maka dapat diperoleh temuan penelitian sebagai berikut : pertama, Gaya Hidup (X1) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) yaitu sebesar 13,198. Sehingga semakin baik gaya hidup akan mendorong terjadinya keputusan pembelian. Kedua, pendapatan (X2) negatif tidak memiliki pengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) yaitu sebesar -0,508. Sehingga pendapatan bukan merupakan faktor yang mendorong terjadinya pengambilan keputusan.

Ketiga, Gaya Hidup (X1) dan Pendapatan (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) yaitu sebesar 0,000. Sehingga semakin baik gaya hidup dan pendapatan secara simultan akan mendorong terjadinya keputusan pembelian. Variabel gaya hidup merupakan variabel yang dominan atas keputusan pembelian. Sehingga, meningkatnya keputusan pembelian dapat ditunjang dengan gaya hidup masyarakat yang selalu ingin terlihat trend dan selalu mengikuti perkembangan zaman.

Daftar Pustaka

- Anissa, Budi. Utami *et al.* (2015). Pengaruh Harga, Pendapatan, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah D’Kranji Residence Tahap II Bekasi Barat. *Epigram*. Vol. 12, No. 2. Hal: 91-97.
- Fautngiljan, V. V *et al.* (2014). Gaya Hidup dan Tingkat Pendapatan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Menggunakan Produk Asuransi Prudential Di Kota Manado . *Jurnal Emba*. Vol. 2.No. 3. Hal: 1192-1202.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 19*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran, 13th Edition, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2011). *Manajemen Pemasaran, 14th Edition*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip. & Armstrong G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran, 12th Edition, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Noor, Juliansyah. (2011). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Prenanda Media Group.
- Novia, Diana. Prastiwi. (2010). Pengaruh Brand Image Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian. Vol. 5, No. 3. Hal. 6.
- Otogen. Helm Sebagai Pelindung dan Gaya Hidup. Diakses tanggal 02 Agustus 2018 dari www.beritagar.id.

- Pusat Data. Undang-undang No. 22 Tahun 2009, Tentang Lalu Lintas Dan Angkutan Jalan. Diakses 05 Agustus 2018 dari www.hukumonline.com.
- Puspita, Yohanna & Untarini, Nindira. (2014). Analisis Perbedaan Gaya Hidup Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Adidas Di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*. Vol. 2, No. 4. Hal: 1503-151.
- Sadono, Sukirno. (2009). *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2017). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. (2011). *Metode Penelitian Ekonomi: Alat Statistik & Analisis Output Komputer*. Yogyakarta: Caps Publishing.