



**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
SEPEDA POLYGON DI MASA PANDEMI COVID 19 PADA CIVITAS
AKADEMIKA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

Umi Farida¹, Andhi Anarta², Edi Santoso³
Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of brand image, product quality, lifestyle on purchasing decisions for polygon bicycle products in the academic community of Muhammadiyah University of Ponorogo. The sample in this research is 100 respondents. The testing stages used include instrument testing, coefficient of determination test and hypothesis testing. The analysis used in this study is multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that: (1) Brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions. (2) Product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions. (3) Lifestyle has a positive and significant effect on purchasing decisions. (4) Brand image, product quality, and lifestyle simultaneously have a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords : *Brand Image; Product Quality; Lifestyle; Purchase Decision*

Correspondence to : umifarida899@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepeda Polygon Pada Civitas Akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Sampel dalam penelitian ini yakni 100 responden. Tahapan pengujian yang digunakan meliputi uji instrumen, uji koefisiensi determinasi dan uji hipotesis. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : (1) Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (3) Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (4) Citra merek, kualitas produk, dan gaya hidup secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Citra Merek; Kualitas Produk; Gaya Hidup; Keputusan Pembelian.

PENDAHULUAN

Pada awal 2020 ketakutan dan kecemasan melanda dunia, muncul virus baru yaitu covid-19. Dampak covid 19 ini membuat di tetapkannya PSBB yang mengakibatkan kejenuhan, stress, dan dampak psikologi pada masyarakat. Dalam kejenuhan di wabah covid 19 ini masyarakat berlomba lomba dalam meningkatkan imunitas tubuh agar tidak mudah sakit. Berolahraga adalah salah satu aktifitas yang sering dilakukan masyarakat dalam upaya peningkatan imunitas dan hidup secara sehat di masa pandemic ini, Penetapan PSBB pada masa pandemic ini mengakibatkan aktivitas bersepeda menjadi meningkat, hal ini hampir di rasakan di berbagai daerah dan kini bersepeda menjadi tren dunia. Civitas akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo kini juga telah mengikuti tren



tersebut. Hal ini dibuktikan dengan adanya komunitas bersepeda baik antar mahasiswa atau dosen dan karyawan.

Citra merek sepeda Polygon yang telah tertanam dengan baik di dalam benak konsumen memberikan peran yang sangat besar dalam mempengaruhi konsumen untuk membeli produk sepeda Polygon, karena citra merek memberikan gambaran secara keseluruhan terhadap merek dan kini polygon telah dikenal oleh masyarakat luas (Mauliddah et al., n.d.). Tidak hanya itu saja kualitas produk juga menjadi faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, dan dapat kita ketahui produk sepeda polygon kini memiliki kualitas yang tidak diragukan lagi, produknya mampu menembus pasar internasional (Rosmaniar et al., 2021). Bersepeda kini bukan hanya sekedar untuk berolah raga saja tetapi sudah melekat dan menjadi gaya hidup. Semenjak munculnya virus covid-19 di Indonesia ini menjadikan kenaikan permintaan sepeda polygon mencapai 100-200% dibandingkan bulan sebelumnya.

Fenomena di atas dapat menjadi salah satu faktor dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Adapun rumusan masalah yang sesuai dengan latar belakang di atas yaitu : Apakah terdapat pengaruh secara parsial maupun simultan antara citra merek, kualitas produk, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk sepeda polygon pada civitas akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

METODE PENELITIAN

Populasi dan sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen atau pengguna Sepeda Polygon pada civitas akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang jumlahnya sebanyak 133 Orang. Data tersebut di peroleh dari penyebaran angket secara online. Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin dengan hasil sebanyak 100 responden.

Metode Pengambilan Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer, dimana dalam memperoleh data tersebut menggunakan kuesioner dengan skala likert yang dibagikan secara online kepada responden.

Uji Instrumen

- a. Uji validitas adalah dapat digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. uji validitas digunakan untuk mengetahui suatu kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam menjelaskan suatu variabel, Sugiyono (2017). Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program SPSS 22. Ketentuan yang digunakan yaitu apabila r hitung $>$ r tabel dan nilai r positif pada tingkat signifikansi 5% maka dapat kita simpulkan bahwa butir item tersebut valid.
- b. Uji reliabilitas merupakan alat ukur konsistensi dalam penggunaan kuesioner, maksudnya apabila pengukuran di ulang kembali atau di ujikan kembali hasilnya reliabel atau tidak, bisa dikatakan reliabel apabila hasilnya tetap sama, Sugiyono (2017). Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program SPSS 22. Kriteria penilaiannya yaitu jika nilai Alpha $>$ 0,6, maka reliabel.

Alat Analisis Data

- a. Analisis regresi linier berganda adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh nilai dari beberapa variabel independen (variabel bebas) terhadap Variabel dependen (variabel terikat), Sugiyono (2017). Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program SPSS 22. Persamaan regresi linear berganda yang digunakan sebagai berikut :
$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$
- b. Koefisiensi determinasi (R^2) menyatakan bahwa koefisiensi determinasi (R^2) merupakan alat yang digunakan untuk menentukan besar sumbangan variabel independen (X) Dalam menjelaskan variabel dependen (Y), Ghozali (2013).



Uji Hipotesis

- a. Uji t (Uji Parsial) merupakan uji yang di gunakan untuk mengetahui besar pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel depeden dengan tingkat signifikan sebesar 5%. Dengan ketentuan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi < 0.05 maka variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, dan sebaliknya, Sugiyono (2014).
- b. Uji F (Uji Simultan) digunakan “untuk menguji tingkat pengaruh variabel independen yang di masukan dengan model regresi terhadap variabel dependen secara simultan. Jika signifikansi $F < 0,05$ atau $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan hipotesis alternatif diterima. Hal ini berarti, secara simultan ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) dan sebaliknya, Sugiyono (2014).

HASIL PENELITIAN

Uji Validitas

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Citra Merek (X1)	1	0.731	0.1966	Valid
	2	0.796	0.1966	Valid
	3	0.856	0.1966	Valid
	4	0.771	0.1966	Valid
Kualitas Produk (X2)	1	0.654	0.1966	Valid
	2	0.773	0.1966	Valid
	3	0.788	0.1966	Valid
	4	0.723	0.1966	Valid
	5	0.774	0.1966	Valid
	6	0.772	0.1966	Valid
	7	0.716	0.1966	Valid
	8	0.753	0.1966	Valid
Gaya Hidup (X3)	1	0.816	0.1966	Valid
	2	0.879	0.1966	Valid
	3	0.801	0.1966	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	1	0.738	0.1966	Valid
	2	0.773	0.1966	Valid
	3	0.739	0.1966	Valid
	4	0.752	0.1966	Valid
	5	0.780	0.1966	Valid

Sumber : Data Primer diolah SPSS 22

Hasil dari tabel 1 yang didapatkan nilai r hitung dari semua item pertanyaan variabel yang mana mempunyai nilai r hitung $> r_{tabel}$, maka dapat di simpulkan seluruh indikator penelitian ini dapat dikatakan valid yang menunjukkan bahwa data yang ada layak untuk digunakan menjadi alat ukur data dalam penelitian.



Uji Reliabilitas

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>cronbach's Alpha</i>	Kriteria	Keterangan
Citra Merek (X1)	0.798	0.600	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	0.885	0.600	Reliabel
Gaya Hidup (X3)	0.777	0.600	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0.812	0.600	Reliabel

Sumber : Data Primer diolah SPSS 22

Hasil tabel 2 diatas menyatakan bahwa semua variabel independen dan dependen bernilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Hal tersebut memberi arti bahwa semua pertanyaan variabel seperti citra merek (X1), kualitas produk (X2), gaya hidup (X3) dan keputusan pembelian (Y) dinyatakan dapat digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 3 Hasil Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a				
Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
B	Std. Error	Beta		
3.715	1.746		2.128	.036
.464	.099	.409	4.677	.000
.186	.054	.299	3.458	.001
.277	.123	.178	2.246	.027

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data Primer diolah SPSS 22

Berdasarkan tabel 3 diatas diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 3.715 + 0.464X1 + 0.186X2 + 0.277X3 + e$$

Persamaan regresi linear berganda tersebut menghasilkan gambaran sebagai berikut :

1. Konstanta bernilai 3,715 dan memiliki nilai positif. Nilai tersebut bisa di artikan pada saat variabel citra merek (X1), kualitas produk (X2), dan gaya hidup (X3) tidak ada atau dalam keadaan konstan, maka nilai keputusan pembelian (Y) sebesar 3,715 dan nilai tersebut merupakan pengaruh dari variabel lain yang tidak dimasukan dalam model regresi.
2. Variabel citra merek (X1) mempunyai nilai 0,464 dimana ini menunjukkan adanya pengaruh positif antara variabel citra merek terhadap keputusan pembelian. Artinya apabila variabel citra merek (X1) meningkat 1 satuan maka keputusan pembelian (Y) meningkat 0,464 satuan dengan asumsi variabel lain konstan.
3. Variabel kualitas produk (X2) mempunyai nilai 0,186 dimana ini menunjukkan adanya pengaruh positif antara variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Artinya apabila variabel kualitas produk (X2) meningkat 1 satuan , maka keputusan pembelian (Y) meningkat 0,186 satuan dengan asumsi variabel lain konstan.
4. Variabel gaya hidup (X3) mempunyai nilai 0,277 dimana ini menunjukkan adanya pengaruh positif antara variabel gaya hidup terhadap Keputusan pembelian. Artinya apabila variabel gaya hidup (X3) meningkat 1 satuan, maka keputusan pembelian (Y) meningkat 0,277 satuan dengan asumsi variabel lain konstan.



Koefisien Determinasi

Tabel 4 Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.726 ^a	.527	.512	2.00978

a. Predictors: (Constant), Citra Merek, Kualitas Produk, Gaya Hidup

Sumber : Data Primer diolah SPSS 22

Tabel 4 diatas menunjukkan hasil dari adjusted R Square sebesar 0,512 yang mengandung pengertian bahwa nilai sumbangan yang diberikan variabel independen (Citra merek (X1), kualitas produk (X2), dan gaya hidup (X3)) terhadap variabel dependen (Keputusan pembelian (X3)) sebesar 51,2% dan sisanya 48,8% merupakan sumbangan dari variabel lain di luar variabel dalam penelitian ini.

Uji t (Parsial)

Tabel 5 Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients^a				
Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
B	Std. Error	Beta	T	Sig.
3.715	1.746		2.128	.036
.464	.099	.409	4.677	.000
.186	.054	.299	3.458	.001
.277	.123	.178	2.246	.027

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data Primer diolah SPSS 22

Berdasarkan hasil dari tabel 5 diketahui nilai signifikansi untuk variabel citra merek (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $4,677 > t$ tabel 1,984, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel citra merek (X1) terhadap keputusan pembelian (Y). variabel kualitas produk (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,458 > t$ tabel 1,984, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas produk (X2) terhadap keputusan pembelian (Y). variabel gaya hidup (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah sebesar $0,027 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,246 > t$ tabel 1,984, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel gaya hidup (X3) terhadap keputusan pembelian (Y).



Uji F (Simultan)

Tabel 6 Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	431.235	3	143.745	35.587	.000 ^b
1 Residual	387.765	96	4.039		
Total	136.587	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

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

Sumber : Data Primer diolah SPSS 22

Dari tabel 6 diatas diketahui nilai F hitung sebesar 35,587 dengan nilai signifikan 0,000 kemudian pada taraf signifikansi 5% dan $df = (k-1) : (n-k) = (4-1) : (100-4) = 3 : 96$ maka nilai F tabel sebesar 2,70, karena F hitung $35,587 > F$ tabel 2,70 maka dapat disimpulkan bahwa citra merek, kualitas produk, dan gaya hidup secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sepeda Polygon pada civitas akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

PEMBAHASAN

Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepeda Polygon Pada Civitas Akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Hasil penelitian pada variabel variable citra merek secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian produk sepeda polygon pada civitas akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Artinya dengan citra merek yang baik akan berdampak atau mempengaruhi pada proses pengambilan keputusan pembelian.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepeda Polygon Pada Civitas Akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Hasil penelitian pada variabel kualitas produk (X2) secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) produk sepeda polygon pada civitas akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Artinya dengan kualitas produk yang baik akan berdampak atau mempengaruhi pada proses pengambilan keputusan pembelian.

Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepeda Polygon Pada Civitas Akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Hasil penelitian pada variabel gaya hidup (X3) secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) produk sepeda Polygon pada civitas akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Artinya gaya hidup seorang konsumen memiliki dampak atau mempengaruhi pada proses pengambilan keputusan pembelian.

Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepeda Polygon Pada Civitas Akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Hasil dari penelitian ini varibel citra merek, kualitas produk, dan gaya hidup secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sepeda Polygon pada civitas akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel citra merek, kualitas produk, dan gaya hidup secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk sepeda Polygon pada civitas akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo.



SIMPULAN

1. Variabel Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk sepeda Polygon pada civitas akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk sepeda Polygon pada civitas akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Pembelian produk sepeda Polygon pada civitas akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Citra merek kualitas produk dan gaya hidup secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk sepeda Polygon pada civitas akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Saran

1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian kepada perusahaan Polygon diharapkan mampu memberikan pengaruh yang menjadikan citra merek konsumen terhadap sepeda Polygon lebih baik dan kuat, agar konsumen lebih merasa puas dan mampu menciptakan loyalitas. Kepada Perusahaan Polygon diharapkan lebih meningkatkan kualitas produk khususnya dalam bidang keistimewaan agar keinginan konsumen dapat terpenuhi dan mampu mempengaruhi keputusan pembelian yang menjadikan peningkatan penjualan produk. Kepada Perusahaan Polygon diharapkan perusahaan mampu memahami gaya hidup konsumen yang berkaitan dengan aktivitas, dan dari aktivitas yang di inginkan konsumen tadi perusahaan harus mampu memberikan apa yang di butuhkan konsumen dalam melakukan aktivitas tersebut.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Kepada peneliti selanjutnya yang tertarik atau akan mengkaji lebih dalam lagi tentang citra merek, kualitas produk, gaya hidup dan keputusan pembelian diharapkan lebih dapat mengembangkan penelitian ini agar hasil penelitian lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2013). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Pers.
- C, M. M. (2013). Perilaku Konsumen. Jakarta: Erlangga.
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS (Edisi ke-7). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hakim, Y. S. (2019). Pengaruh Gaya Hidup, Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pembelian Kosmetik Oriflame (Studi Kasus Pada Konsumen Oriflame di Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(12), 01-09.
- Katarjaya, H. (2013). Positioning, Diferensiasi, and Brand. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Keller, K. &. (2012). Marketing Management 13. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Keller, K. &. (2016). Manajemen Pemasaran (Edisi ke-15). Erlangga.
- Mauliddah, N., Fatihudin, D., & Roosmawarni, A. (2021). *Pengantar Ekonomi Mikro*. Purbalingga: CV. Eureka Media Aksara



- Rosmaniar, A., Oktaviani, M., & Mauliddah, N. (2021). Public Relation Moderates Between Sales Promotion With Purchase Decisions On XX Ready Foods In 2020. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*. <https://doi.org/10.47233/jebd.v23i1.160>
- Sangadji, S. E. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta.
- Santoso, S. (2013). *Statistika Ekonomi Plus Aplikasi SPSS*. Ponorogo: Umpo Press.
- Soliha, N. A. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga Terhadap Proses Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic "Honda". *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, 10(1), 44.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2014). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sunyoto, D. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus) Cetakan ke-1*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).