

**KEPUTUSAN PEMBELIAN DITINJAU DARI KUALITAS PRODUK,
LIFE STYLE DAN BRAND IMAGE (STUDI KASUS PRODUK KOSMETIK
WARDAH PADA MITRA SWALAYAN SUKOHARJO)**

Marfika Nur Haryani, Sri Hartono, Eny Kustiyah³

Islam Batik University of Surakarta

Marfikanurhayani@gmail.com

Abstract

This research aims to determine the product quality, life style, brand image on purchasing decisions of Wardah in Mitra Swalayan Sukoharjo. This type of research is quantitative. Sample 100 respondents using accidental sampling techniques. The method of analysis uses multiple linear regression with SPSS software version 21. The results of the F test indicate that product quality, life style, and brand image have a simultaneous and significant effect on purchasing decisions of Wardah in Mitra Swalayan Sukoharjo, while the results of t test indicate that product quality, life style, brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions of Wardah in Mitra Swalayan Sukoharjo.

Keywords: Product Quality, Life Style, Brand Image, Purchase Decision

PENDAHULUAN

Munculnya ancaman bisnis baru di bidang kosmetik menyebabkan perusahaan harus mengembangkan dan merebut pangsa pasar. Salah satu produk kosmetik yang saat ini sedang berupaya untuk merebut pangsa pasar adalah produk kosmetik Wardah. Salah satu kosmetik yang mengusung kosmetik “Halal”. Wardah percaya bahwa citra positif, bisa meningkatkan kepercayaan diri wanita Indonesia untuk berkarya. Memahami perilaku konsumen, diharapkan

perusahaan dapat menenangkan pasar dengan menyesuaikan produk yang dihasilkan serta mempertahankan loyalitas konsumen juga perlu diciptakan oleh perusahaan. Tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen benar-benar membeli produk yang ditawarkan (Valentin, Indah 2020). Berdasarkan pada uraian di atas peneliti layak untuk melakukan penelitian dengan judul Keputusan Pembelian Ditinjau dari Kualitas Produk, Life Style, Brand Image (Studi Kasus Pada

Produk Kosmetik Wardah Pada Mita Swalayan Sukoharjo).

LANDASAN TEORI

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian menurut Alma (2013:32) adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, physical evidence, people dan process, sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa response yang muncul produk apa yang akan dibeli.

Kualitas Produk

Kualitas produk (product quality) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya.

Life Style

Pengertian gaya hidup menurut Setiadi (2016:80) adalah cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana seseorang menghabiskan waktu mereka (aktivitas).

Brand Image

Menurut Buchari Alma (2013: 147) Brand (,, ,merek) adalah

Suatu tanda atau symbol yang memberikan identitas suatu barang atau jasa tertentu yang dapat berupa kata-kata, gambar atau kombinasi keduanya.

HASIL ANALISIS DATA

1. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Tabel
Hasil Uji Koefisien
Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	,834 ^a	,696	,686

Dilihat dari tabel diatas diperoleh nilai *adjusted R square* = 0,686 berarti diketahui bahwa pengaruh yang diberikan oleh variable independent sebesar 68,6%.

2. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel
Hasil Uji Normalitas

<i>Underestainable</i>	<i>Unstandarized Residual</i>	Keterangan
<i>Unstandardized Residual</i>	0,076	0,166

Berdasarkan hasil pengujian normalitas dengan melihat nilai *Kolmogrov-Smirnov*= sebesar 0,166 ($p>0,05$) sehingga dapat dinyatakan

n bahwa keseluruhan data yang diperoleh memiliki sebaran yang normal.

b. Uji Multikolonieritas

Tabel
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Colinarity Tolerance	Statistics VIF
Kualitas Produk	,383	2,610
Life Style	,381	2,624
Brand Image	,887	1,127

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa semua variabel independen menunjukkan tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heterokedastisitas

Tabel
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Sig
Kualitas Produk	,147
Life Style	,764
Brand Image	,520

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa semua variabel independen menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel
Koefisien Regresi

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	7,577	1,772

kualitas Produk	,273	,098
Life Style	,214	,094
Brand Image	,228	,099

Hasil analisis regresi linier

berganda pada tabel tersebut secara sistematis dapat ditulis persamaanya

$$Y = 3,983 + 0,273X_1 + 0,214X_2 + 0,228X_3$$

Uji Hipotesis

a. Uji F

Tabel
Hasil Uji F

Model	F	Sig.
1 Regression	26,292	,000 ^b
Residual		
Total		

Berdasarkan tabel tersebut diketahui bahwa Kualitas Produk (X_1), Life Style (X_2), dan Brand Image (X_3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) Produk Kosmetik Warrdah Mitra Sukoharjo.

b. Uji t

Tabel
Hasil Uji t

Model	t	Sig.
1 (Constant)	4,276	,000
KP	2,791	,006
LS	2,282	,025

BI 2,311 ,023

Berdasarkan tabel tersebut diketahui bahwa kualitas produk, *life style*, *brand image* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) Produk Kosmetik Wardah Mitra Sukoharjo .

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kualitas Produk, *Life Style* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Kometik Wardah Di Mitra Sukoharjo

Kualitas produk, *life style* dan *brand image* sangat berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada produk kosmetik Wardah Hal ini karena variabel ini mempunyai peran penting dalam kepuasan konsumen pada produk kosmetik Wardah.

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kometik Wardah Di Mitra Sukoharjo

Kualitas Produk memiliki pengaruh paling dominan terhadap Keputusan

Pembelian Produk kosmetik Wardah . Hal ini dikarenakan dengan kualitas yang dihasilkan akan sangat mempengaruhi bertambahnya Konsumen.

3. Pengaruh *Life Style* Terhadap Keputusan Pembelian Kometik Wardah Di Mitra Sukoharjo

Pengaruh *Life Style* terhadap keputusan Pembelian pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah, *Aktivitas* , minat dan opini mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

4. Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Kometik Wardah Di Mitra Sukoharjo

Bahwa *Brand Image* sangat berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik wardah, karena *Merk* yang sudah terkenal akan menimbulkan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen.

KESIMPULAN

1. Hasil Uji F menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk, Life Style, dan Brand Image berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Terhadap Keputusan Pembelian Kometik Wardah Di Mitra Sukoharjo
2. Hasil uji t menunjukkan bahwa :
 - a. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Kometik Wardah Di Mitra Sukoharjo.
 - b. Life Style berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Kometik Wardah Di Mitra Sukoharjo.
 - c. Brand Image berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Kometik Wardah Di Mitra Sukoharjo.
3. Hasil Koefisien Determinasi
Dari hasil uji koefisien determinasi diatas didapatkan

nilai Adjusted R Square sebesar 0,434 atau (43,4%).

SARAN

1. Bagi pengelola manajemen Mitra Sukoharjo, sebaiknya lebih memperhatikan dan membuat strategi lebih baik lagi untuk melakukan program potongan harga karena efektif membuat konsumen tertarik melakukan pembelian yang ditunjang dengan memiliki pengaruh paling tinggi.
2. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya menambah variabel yang diteliti yaitu selain variabel Kualitas Produk, Life Style Dan Brand Image seperti: promosi, Inovasi Produk, lokasi dan sebagainya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Anjeli Dan Delila, 2021 Life Style Dan Kepercayaan Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Halal Wardah Jurnal Manajemen Sains
- Alma, Buchari. 2002 Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfa Beta

Bernarto,2020 The Influence of
Brand Awareness, Brand
Image, and Brand Trust on
Brand Loyalty,

Dahmiri,Ett All 2020 Pengaruh
Lifestyle Terhadap
Keputusan Pembelian
Kosmetik Wardah Di Kota
Jambi Jurnal Manajemen
Terapan dan Keuangan
(Mankeu) Vol. 9 No. 01, April
2020 P-ISSN: 2252-8636, E-
ISSN: 2685-9424

Hidayati dan Yuaiandari,2020 Pengaruh
Beauty Vlogger, Citra Merek
Dan Label Halal Terhadap
Minat Beli Produk Kosmetik
Wardah JSMA
(Jurnal Sains Manajemen &
Akuntansi) Volume 12 No. 1 /
Mei / 2020

Iful dan Budhi 2016The Influence Price
And Quality Product
Influence On Consumer
Purchase Decision

Lily dan Syarief,2017)Effect Of Product
Quality, Perceived Price And
Brand Image On
Purchase Decision Mediated
By Customer Trust (Study On
Japanese Brand Electronic
Product)

Lesmana,2019 Pengaruh Kualitas
Produk Dan Citra Merek
Terhadap Keputusan
Pembelian Kosmetik
Wardah PT Paragon
Tehnology And Innovation
Manajemen Pemasaran