

Pengaruh Gaya Hidup Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Informa Jambi Town Square Kota Jambi

Ahmad Tarmizi*, Denny Asmas, Dimas Kurniawan

Fakultas Ekonomi, Universitas Batanghari Jambi

*Correspondence: tarmiziahmad42@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh gaya hidup konsumen terhadap keputusan pembelian dalam membeli produk di Informa Jambi Town Square Kota Jambi. Pendekatan yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan model regresi linier sederhana. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan sampel berjumlah 95 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian di Informa Jambi Town Square Kota Jambi.

Kata kunci: Gaya Hidup, Keputusan Pembelian, Town Square Kota Jambi

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the influence of consumer lifestyle on purchasing decisions at Informa Jambi Town Square in Jambi City. The approach used was a quantitative method with a simple linear regression model. Questionnaires were distributed to a sample of 95 respondents. The results indicate that lifestyle variables have a positive and significant effect on purchasing decisions at Informa Jambi Town Square in Jambi City.

Keywords: Lifestyle and Purchasing Decisions, Town Square in Jambi City

PENDAHULUAN

Peter & Olson (2010) mendefinisikan perilaku konsumen atau *consumer behavior* sebagai dinamika interaksi dari *afeksi* dan *kognisi*, perilaku dan lingkungan yang mana bertujuan untuk mengubah perilaku konsumen dikehidupannya. Meningkatnya jumlah golongan kelas menengah di Indonesia yang bertumbuh secara signifikan, menjadikan para pelaku bisnis di Indonesia banyak mengembangkan usahanya yang menjadikan kelas menengah sebagai segmen pasarnya, termasuk bisnis ritel.

Salah satu kebutuhan yang sangat diperlukan manusia adalah kebutuhan akan rumah. Rumah merupakan kebutuhan pokok bagi setiap manusia, yang dimana rumah berfungsi sebagai tempat hunian dan tempat untuk menikmati kehidupan yang nyaman. Selebihnya fungsi dari rumah adalah sebagai tempat berkumpulnya keluarga atau teman. Tetapi saat ini selain memiliki fungsi utama sebagai tempat tinggal, rumah juga sudah menjadi tempat menunjukkan tingkat sosial seseorang sebagai sebuah gaya hidup kehidupan manusia modern (Alma, 2014).

Lebih lanjut, Kotler & Armstrong (2020) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang ada 2 (dua), yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individu dan faktor yang berasal dari luar individu. Faktor internal yaitu sikap,

pengalaman, pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, dan persepsi. Tingginya permintaan akan rumah juga berdampak pada peningkatan permintaan alat-alat perlengkapan rumah tangga. Kebutuhan terhadap alat-alat perlengkapan rumah tangga yang terus meningkat menjadikan Indonesia sebagai negara dengan penjualan tertinggi dan mencapai dua digit dalam sektor penjualan perlengkapan rumah tangga.

Gaya hidup menurut Kotler & Armstrong (2020); Priansa (2017) adalah pola hidup seseorang dalam dunia kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam kegiatan, minat, dan pendapat. Pengaruh keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh gaya hidupnya, artinya setiap terjadi peningkatan gaya hidup maka keputusan konsumen untuk melakukan pembelian juga meningkat. Selanjutnya, Kotler & Armstrong (2020); Priansa (2017) menyatakan bahwa keputusan pembelian konsumen, sebenarnya bukanlah hanya merupakan satu tindakan saja (misalnya karena produk), melainkan terdiri dari beberapa tindakan yang satu sama lainnya saling berkaitan (Tarmizi et al, 2024).

Informa Jambi Town Square yang berdiri sejak tahun 2013, kini menjadi salah satu pilihan utama konsumen untuk berbelanja perlengkapan rumah tangga dan gaya hidup di Kota Jambi, karena dinilai memiliki kelengkapan produk, dan produk berkualitas baik dengan harga kompetitif.

Tabel 1
Jumlah Pertahun Member Informa di Jambi Town Square Tahun 2021-2025

Tahun	Jumlah Member (Orang)	Perkembangan (%)
2021	1.264	-
2022	1.389	9,88
2023	1.550	11,59
2024	1.870	20,64
2025	2.071	10,74
Rata-rata	1.629	13,21

Sumber: Informa Jambi Town Square (data olahan)

Berdasarkan Tabel 1 dapat diketahui bahwa rata-rata jumlah pertahun member pada informa Jambi Town Square dalam 5 (lima) tahun terakhir terus mengalami peningkatan, yaitu sebesar 13,21%. Sedangkan Tabel 2 menjelaskan bahwa terdapat beberapa keluhan member pada Informa Jambi Town Square yaitu dibagian produk

dan harga. Dimana produk pada Informa Jambi Town Square dapat menunjukan gaya hidup dan status sosial seseorang ketika hendak melakukan keputusan pembelian. Kemudian harga pada produk furniture Informa Jambi Town Square terfokus pada segmen kelas menengah keatas.

Tabel 2
Tabel Keluhan Member Pada Informa di Jambi Town Square Tahun 2021-2025

No	Bagian	Keluhan
1.	Produk	1. Produk-produk furniture pada Informa Jambi Town Square Terlalu Mewah 2. Produk-produk furniture pada Informa Jambi Town Square dapat menunjukan gaya hidup dan status sosial seseorang 3. Produk-produk furniture pada Informa Jambi Town Square merupakan produk brand ternama
2.	Harga	1. Harga produk furniture pada Informa Jambi Town Square Terbilang mahal bagi kelas menengah kebawah tidak untuk kelas menengah keatas 2. Harga produk furniture pada Informa Jambi Town Square dapat berubah sewaktu-waktu

Sumber: Informa Jambi Town Square (data olahan)

Berdasarkan fenomena jumlah member pertahun pada Informa Jambi Town Square terus meningkat dari tahun 2021 sampai tahun 2025, dan gaya hidup konsumen menjadi faktor penentu tingkat konsumen melakukan pembelian produk di informa Jambi Town Square, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh gaya hidup konsumen terhadap keputusan pembelian produk pada Informa di Jambi Town Square.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif (Sugiyono, 2019) dengan jumlah populasi adalah seluruh konsumen pada Informa di Jambi Town Square pada tahun 2025 sebanyak 2.071 orang, sedangkan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin (1960) didapatkan dari hasil perhitungan berjumlah 95 partisipan (Sarwono, 2012). Alat analisis data menggunakan regresi linier sederhana dengan rumus (Syekh, 2011):

$$Y = \alpha + \beta X + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian; α = Konstanta; β = Koefisien Regresi; X = Gaya Hidup Konsumen; dan ε = Error

Untuk mengetahui hubungan (korelasi) antara variabel independen dan dependen dapat diketahui jika nilai korelasi (R) < 1, dengan ketentuan: 0,00 – 0,199 = sangat rendah; 0,200 – 0,399 = rendah; 0,400 – 0,599 = sedang; 0,60 – 0,799 = kuat; dan 0,800 – 0,100 = sangat kuat (Supardi, 2013). Selanjutnya, nilai koefisien determinasi (R -square), yaitu besaran yang mengukur ketepatan garis regresi. Nilai R -square berada diantara 0 hingga 1.

Uji t ini bertujuan untuk menguji bagaimana pengaruh secara parsial dari variabel bebas (gaya hidup konsumen) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian) yaitu dengan membandingkan t-tabel dan t-hitung. Jika t-hitung > t-tabel artinya H_0 ditolak H_1 diterima terdapat pengaruh gaya hidup konsumen terhadap keputusan pembelian, dan jika t-hitung < t-tabel artinya H_0 diterima H_1 ditolak tidak terdapat pengaruh gaya hidupkonsumen terhadap keputusan pembelian.

HASIL

Tabel 3
Hasil Regresi Linier Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	3,848	,195			19,684	,000
Gaya Hidup	,318	,102	,472		5,163	,000

Sumber: data olahan

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui persamaan regresinya dalam penelitian ini adalah: $Y = 3,848 + 0,318X + \varepsilon$. Artinya: besarnya pengaruh gaya hidup sebesar 0,318 artinya apabila gaya hidup Informa Jambi Town Square meningkat 1; maka keputusan pembelian Informa Jambi Town Square akan meningkat sebesar 0,318. Tabel 3 juga menjelaskan nilai t-hitung (5,163) > t-tabel 0,2017 (t tabel); maka H_0 ditolak dan H_1

diterima, artinya ada pengaruh positif dan signifikan antara gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada Informa Jambi Town Square. Temuan ini selaras dengan penelitian Setiawan (2018) yang menyatakan keputusan pembelian produk Informa Jambi Town Square dipengaruhi oleh gaya hidup yang menganut nilai-nilai prestige dan menunjukkan status sosial seseorang.

Tabel 2
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,472 ^a	,223	,214	,35687

Sumber: data olahan

Tabel 2 menjelaskan koefisien korelasi antara gaya hidup (X) terhadap keputusan pembelian adalah 0,472 artinya terdapat hubungan yang kuat antara variabel gaya hidup (X) dan keputusan pembelian (Y), dan nilai koefisien determinasi R-square sebesar 0,223 angka ini menyatakan bahwa variabel gaya hidup (X) mampu menjelaskan variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 22,3% dan sisanya sebesar 77,7% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

SIMPULAN

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada Informa Jambi Town Square. Pengaruh positif dan signifikan antara gaya hidup terhadap keputusan pembelian adalah bahwa pola hidup, minat, dan opini konsumen menjadi pendorong utama penjualan. Semakin konsumen mengidentifikasi suatu produk dengan gaya hidup mereka, semakin besar pula kemungkinan mereka untuk melakukan pembelian. Hasil penelitian ini diharapkan pada penelitian selanjutnya menambah variabel mediasi, karena gaya hidup dapat menjadi jembatan antara faktor personal eksternal (seperti pendapatan) dengan keputusan akhir

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Jasa*. Edisi Revisi, Alfabeta.
- Kotler, P., & Armstrong, G., 2020, *Principles of Marketing*, Pearson Education
- Peter, J. P., Olson, J. C., 2010. *Consumer Behavior & Marketing Strategy*, McGraw-Hill

- Priansa, D. J., 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, Alfabeta
- Syekh, S., 2011, *Pengantar Statistik Ekonomi Sosial*, Gaung Persada,
- Sarwono, J., 2012. *Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif (Menggunakan Prosedur SPSS): Tuntunan Praktis dalam Menyusun Skripsi*. Elex Media Koputindo.
- Setiawan, A. T., 2018, Pengaruh Gaya Hidup dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa S1 Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang yang Membeli, Menggunakan dan Mengetahui Smartphone Samsung Galaxy Series), *Skripsi*, Universitas Brawijaya
- Supardi. 2013. *Aplikasi Statistika Dalam Penelitian Konsep Statistika yang Lebih Komprehensif*. Change Publication.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta
- Slovin, E., 1960, *Slovin's Formula for Sampling Technique*. <https://prudencexd.weebly.com/>
- Tarmizi, A., Asmas, D., Natasya, Y., Adisetiawan, R. 2024, Kualitas Pelayanan dan Bauran Promosi Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Ak Phone Jambi Kota Jambi, *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 24(3), 2966-2973