

## PENGARUH KUALITAS PRODUK, DESAIN PRODUK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR VESPA MATIC DI KOTA BANDAR LAMPUNG

Harmani Harun<sup>1</sup>, Widya Sofyani<sup>2\*</sup>

<sup>1,2</sup>University of Malahayati, Indonesia

<sup>1</sup>[harmani@malahayati.ac.id](mailto:harmani@malahayati.ac.id)

<sup>2</sup>[widyasofyani775@gmail.com](mailto:widyasofyani775@gmail.com)

Received: 08-09-2024

Revised: 24-09-2024

Approved: 05-11-2024

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana kualitas, desain, dan gaya hidup produk memengaruhi keputusan konsumen dalam membeli Vespa Matic di Kota Bandar Lampung. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode regresi linear berganda. Sampel penelitian terdiri dari 100 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian secara parsial, demikian pula desain produk yang juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan. Secara bersamaan, kualitas produk, desain, dan gaya hidup secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian Vespa Matic di Kota Bandar Lampung.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Desain Produk, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian.

### ABSTRACT

This research seeks to assess the impact of product quality, design, and lifestyle on purchasing decisions for automatic Vespa scooters in Bandar Lampung City. A quantitative approach was adopted, utilizing multiple linear regression analysis. The sample consisted of 100 respondents, selected through purposive sampling. The statistical findings indicate that each factor such as product quality, design, and lifestyle has a positive and significant influence on purchasing decisions. Furthermore, when these factors are considered together, they significantly affect the decision to purchase automatic Vespa scooters in Bandar Lampung City.

**Keywords:** Product Quality, Product Design, Lifestyle, Purchasing Decisions.

### PENDAHULUAN

Seiring dengan kemajuan teknologi, industri otomotif Indonesia juga berkembang pesat yang ditunjang oleh era globalisasi. Salah satu konsekuensi dari pertumbuhan industri otomotif adalah peningkatan variasi sepeda motor yang ditawarkan kepada publik di pasar. Tanpa disadari, hal tersebut memberikan dampak yang negatif kepada sepeda motor berjenis tertentu yang sudah mulai kurang diminati oleh publik di era ini. Salah satu jenis sepeda motor yang semakin terpinggirkan oleh kemunculan beragam sepeda motor terbaru adalah sepeda motor berjenis vespa.

Tabel di bawah ini menunjukkan jumlah produksi motor Vespa di Indonesia dari tahun 2018 hingga 2023.

Tabel 1. 1 Jumlah produksi motor vespa di Indonesia tahun 2018-2023

Tahun	Jumlah (Unit)
2018	5.886.103
2019	6.383.108
2020	3.660.616
2021	6.487.460
2022	5.057.516
2023	7.195.623

Pembuatan vespa di Indonesia turun 43,57% pada 2020. Namun, pada 2021,

produksinya kembali meningkat. Seperti yang ditunjukkan oleh beberapa komunitas vespa di Indonesia, orang Indonesia sangat menyukai vespa. Salah satunya adalah Vespa Cowboys Jakarta; kedua adalah Scooter Club Nusantara; ketiga adalah Jakscooter; keempat adalah Sukoharjo Scooter Club; kelima adalah Vesplore; dan keenam adalah Scooter Independent Anak Jalanan. Itu menunjukkan bahwa orang Indonesia sangat menyukai motor vespa. Ada banyak alasan mengapa orang memilih untuk membeli motor vespa. Yang pertama adalah reputasi merek vespa, kemudian desain produk, dan akhirnya gaya hidup pembeli.

Kualitas produk adalah salah satu faktor yang dapat memengaruhi keputusan pembelian seseorang. Perusahaan Vespa Matic berusaha untuk memberikan produk berkualitas tinggi dengan harga terjangkau untuk membuat tampilannya lebih baik. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Lestari dan Yulianto (2018) dan Pardede dan Hadi (2015), kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan konsumen untuk membeli barang, dengan kualitas produk yang lebih tinggi dikaitkan dengan keputusan yang lebih baik, dan kualitas produk yang lebih rendah dikaitkan dengan keputusan yang lebih buruk.

Desain produk dan tingkat desain adalah salah satu komponen yang bisa memengaruhi keputusan pembelian yang lebih tinggi terkait dengan produk tersebut, sebaliknya, tingkat desain produk yang lebih rendah terkait dengan produk tersebut.

Gaya hidup seseorang juga dapat memengaruhi apa yang mereka beli. Hal ini berdasarkan temuan dari Wijaya et al. (2018) dan Pangestu dan Suryoko (2016), yang menunjukkan bahwa gaya hidup memengaruhi keputusan pembelian secara positif dan signifikan. Kecocokan antara fitur produk yang dimaksud dan gaya hidup konsumen akan mendorong mereka untuk membeli dan membuat mereka merasa nyaman saat menggunakannya. Oleh karena itu, pelanggan juga akan merasa puas dengan produk yang mereka gunakan. Pada akhirnya, ini akan meningkatkan kesetiaan konsumen terhadap produk tersebut.

Dalam upaya untuk meningkatkan keputusan pembelian motor vespa di Indonesia, khususnya di Kota Bandar Lampung, perlu dilakukan penelitian untuk menganalisis berbagai variabel yang dapat mempengaruhinya secara signifikan. Penelitian harus dilakukan berdasarkan penjelasan sebelumnya untuk menentukan bagaimana kualitas, desain, dan gaya hidup produk mempengaruhi keputusan pembeli motor vespa matic di Kota Bandar Lampung.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Keputusan Pembelian**

Faktor-faktor seperti apa yang dibeli, apakah membeli atau tidak, kapan, di mana, dan cara pembayarannya adalah bagian dari keputusan pembelian, berdasarkan pendapat dari Fitriana, Yandri, dan Lukmanul (2019). Arfina, Sudarwati, dan Ratna (2021) mengatakan bahwa Keputusan tentang pembelian didasarkan pada analisis kebutuhan dan keinginan. Menyelesaikan masalah ini dapat membantu proses pengambilan keputusan dengan memungkinkan beberapa pilihan. Konsumen akan mengalami fase ketidakpuasan dan kepuasan setelah membeli sebuah produk, menurut Istiyanto dan Lailatan (2017). Keputusan mereka untuk membeli atau sebaliknya dipengaruhi oleh tahapan ketidakpuasan dan kepuasan ini.

Menurut Arifina, Sudarwati, dan Ratna (2021), empat metrik dapat digunakan untuk mengukur keputusan pembelian:

1. Kebutuhan yang dirasakan,
2. Kegiatan sebelum membeli,
3. Perilaku waktu memakai dan
4. Perilaku setelah membeli.

### **Kualitas Produk**

Keadaan fisik, fungsi, dan sifat produk yang dapat memenuhi selera dan kebutuhan pelanggan dengan memuaskan sesuai dengan nilai uang yang dikeluarkan dikenal sebagai kualitas produk. Menurut Halin (2018), Kualitas produk juga mencakup hal-hal seperti ketahanan, kepercayaan, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan kemudahan perbaikan. Kualitas produk dapat memengaruhi keputusan perusahaan tentang apa yang mereka beli. Kualitas produk, menurut Bansaleng et al. (2021), didefinisikan sebagai tingkat di mana suatu barang atau jasa dianggap memiliki kualitas saat berfungsi atau memiliki nilai guna yang diinginkan. Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya, seperti keawetan, kehandalan, kemudahan penggunaan, dan perbaikan, menurut Hatma & Nainggolan (2021).

**H<sub>1</sub> : Kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.**

### **Desain Produk**

Menurut Darman dan Susetyowati (2021), desain produk terdiri dari semua fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa, dan fungsi produk, sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Menurut Handayani, Derriawan, dan Tyahya (2020), desain ini juga menunjukkan nilai-nilai yang dimiliki produk, seperti penampilan unik dan menarik, yang membuatnya berbeda dari produk pesaing. Hananto (2021) mengatakan bahwa ada empat cara untuk menilai desain produk, yaitu:

1. Model: Mengukur sejauh mana produk tampak menarik bagi konsumen.
2. Gaya yang menarik: Cara menambahkan nilai kepada pelanggan melalui desain dan gaya yang berbeda.
3. Variasi: Desain produk baru yang berfungsi untuk memperbaiki masalah pada desain yang ada.
4. Up to date: Pembaruan produk yang dilakukan berdasarkan kondisi sebelumnya.

Ulfami dan Saino (2020) menemukan bahwa desain produk memengaruhi keputusan pembelian yang signifikan.

**H<sub>2</sub> : Desain produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.**

### **Gaya Hidup**

Fitriana, Yandri, dan Lukmanul (2019) mengatakan gaya hidup adalah cara seseorang hidup, menghabiskan uang, dan menghabiskan waktunya. Sukmawati dan Sri (2020) menyatakan bahwa gaya hidup adalah referensi yang digunakan seseorang untuk bertindak dan bagaimana hal itu berdampak pada perilakunya.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Pamungkas dan Eddy (2019), terdapat tiga dimensi gaya hidup, yaitu

1. Aktivitas,
2. Minat dan
3. Pendapat.

Studi oleh Salsabila Triadi, Yustiani dan Danang (2021) dan Darman dan Susetyowati (2021) menemukan bahwa gaya hidup dapat memengaruhi keputusan

pembelian seseorang dengan cara yang positif dan signifikan.

**H<sub>3</sub> : Gaya Hidup berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian**

## METODE PENELITIAN

### Desain Penelitian

Riset ini dirancang sebagai deskriptif kuantitatif. Dengan menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data, akan mudah untuk membuat kesimpulan setelah penyebaran kuesioner atau setelah kegiatan pengumpulan dan analisis data selesai, agar penelitian dapat dianggap sebagai selesai.

### Populasi dan Sampel

Fokus penelitian ini adalah penduduk Kota Bandar Lampung. Sampling non-probability dan purposive digunakan dalam metode pengambilan sampel. Responden harus memenuhi kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti, termasuk orang-orang yang tinggal di Kota Bandar Lampung yang berusia lebih dari 17 tahun dan telah membeli dan menggunakan motor Vespa. Menurut Hair et al. (2014), sampel yang disarankan dalam penelitian ini adalah 100 responden.

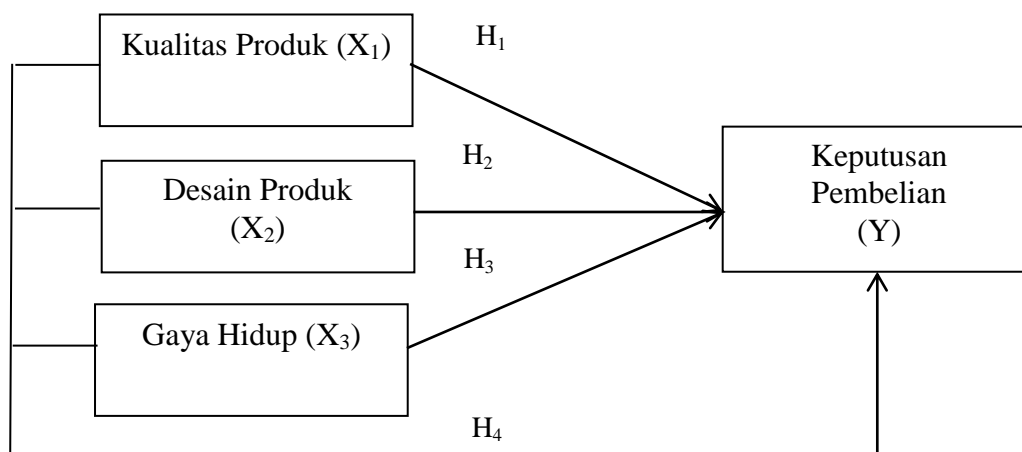
### Teknik Analisis

Teknik analisa yang dipergunakan berupa

1. Uji validitas dan uji reliabilitas,
2. Pengujian asumsi klasik
3. Pengujian regresi linear berganda, dan
4. Uji hipotesis, yang terdiri dari uji T dan F, serta koefisien determinasi.

Penelitian ini dilakukan menggunakan data primer dengan menggunakan model regresi linear sederhana. Peneliti menggunakan metode survei untuk mengumpulkan data tersebut, yaitu dengan membagikan kuesioner kepada responden baik secara langsung maupun online (menggunakan *Google Form*). Penelitian ini menggunakan data kuantitatif, atau data yang dapat dihitung dalam bentuk angka.

Kerangka pikir dalam penelitian ini sebagai berikut :



**HASIL DAN PEMBAHASAN**  
**Hasil Analisis Data**  
**Uji Validitas**

**Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas**

Variabel	Indikator	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Ket
Kualitas Produk (X <sub>1</sub> )	X <sub>1</sub> .P1	0,575	0,1966	Valid
	X <sub>1</sub> .P2	0,652	0,1966	Valid
	X <sub>1</sub> .P3	0,745	0,1966	Valid
	X <sub>1</sub> .P4	0,682	0,1966	Valid
	X <sub>1</sub> .P5	0,586	0,1966	Valid
Desain Produk (X <sub>2</sub> )	X <sub>2</sub> .P1	0,700	0,1966	Valid
	X <sub>2</sub> .P2	0,665	0,1966	Valid
	X <sub>2</sub> .P3	0,692	0,1966	Valid
	X <sub>2</sub> .P4	0,623	0,1966	Valid
	X <sub>2</sub> .P5	0,662	0,1966	Valid
Gaya Hidup (X <sub>3</sub> )	X <sub>3</sub> .P1	0,789	0,1966	Valid
	X <sub>3</sub> .P2	0,811	0,1966	Valid
	X <sub>3</sub> .P3	0,748	0,1966	Valid
	X <sub>3</sub> .P4	0,760	0,1966	Valid
	X <sub>3</sub> .P5	0,710	0,1966	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y.P1	0,635	0,1966	Valid
	Y.P2	0,635	0,1966	Valid
	Y.P3	0,759	0,1966	Valid
	Y.P4	0,730	0,1966	Valid
	Y.P5	0,590	0,1966	Valid

Hasil uji ditunjukkan dalam Tabel 4.1, validitas IBM SPSS 26.0 menunjukkan bahwa nilai  $r_{hitung}$  kualitas produk (X<sub>1</sub>) pernyataan 1 (P1) 0,575, desain produk (X<sub>2</sub>) pernyataan 1 (P1) 0,700, gaya hidup (X<sub>3</sub>) pernyataan 1 (P1) 0,789, keputusan pembelian (Y) pernyataan 1 (P1) 0,635 >  $r_{tabel}$  0,1966, untuk memastikan bahwa data ini diperoleh dari kuesioner yang disebarluaskan adalah akurat.

**Uji Reliabilitas**

**Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas**

NO	VARIABEL	Cronbach alpha	Keterangan
1.	Kualitas Produk (X <sub>1</sub> )	0,742	Reliabel
2.	Desain Produk (X <sub>2</sub> )	0,787	Reliabel
3.	Gaya Hidup (X <sub>3</sub> )	0,820	Reliabel
4.	Keputusan Pembelian (Y)	0,789	Reliabel

Seperti yang ditunjukkan pada tabel 4.2, uji reliabilitas dilakukan dengan IBM SPSS 26.0. Hasil menunjukkan bahwa data dari kuesioner yang disebarluaskan berkualitas tinggi dan memiliki nilai Cronbach alpha lebih dari 0,70.

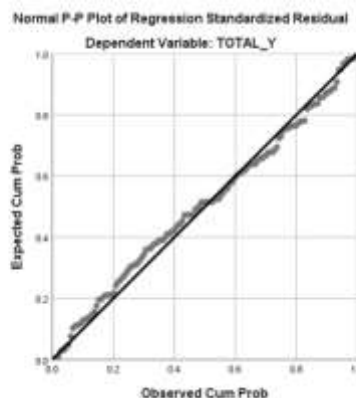
**Uji Asumsi Klasik**

Menurut Ghozali (2018), untuk menguji asumsi dalam pemodelan regresi linear berganda, uji asumsi klasik diperlukan. Ini diperlukan untuk melanjutkan analisis data tanpa menghasilkan hasil yang bias. Uji normalitas, heteroskedastisitas, dan

multikolinearitas digunakan untuk dalam penelitian ini, uji asumsi klasik dilakukan.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah residual dari model regresi yang diteliti berdistribusi normal. Untuk menguji normalitas, plot probabilitas normal diamati. Tempat-tempat yang menunjukkan data akan mengikuti garis diagonal pada plot jika distribusi data residual normal; jika tidak, distribusi data residual tidak normal. Dalam studi ini, setelah melakukan uji normalitas menggunakan *normality probability plot* pada SPSS 26.0, hasil yang diperoleh adalah sebagai berikut :



Sumber : SPSS Data Diolah Tahun 2024

**Gambar 4. 1 Hasil Uji Normality Probability Plot**

Dalam gambar 4.1, dapat dilihat bahwa data tersebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut. Ini menunjukkan pola distribusi normal, yang menunjukkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

Hasil uji normalitas dapat diperoleh dengan melihat nilai probabilitas plot yang digunakan. Data tersebar mengikuti arah garis diagonal dan di sekitar garis diagonal, yang menunjukkan pola distribusi normal. Ini menunjukkan bahwa nilai residual berdistribusi normal:

**Tabel 4. 3 Hasil Uji Normalitas Tabel**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
		Unstandardized Residual
N		142
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.79306870
Most Extreme Differences	Absolute	.055
	Positive	.047
	Negative	-.055
Test Statistic		.055
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

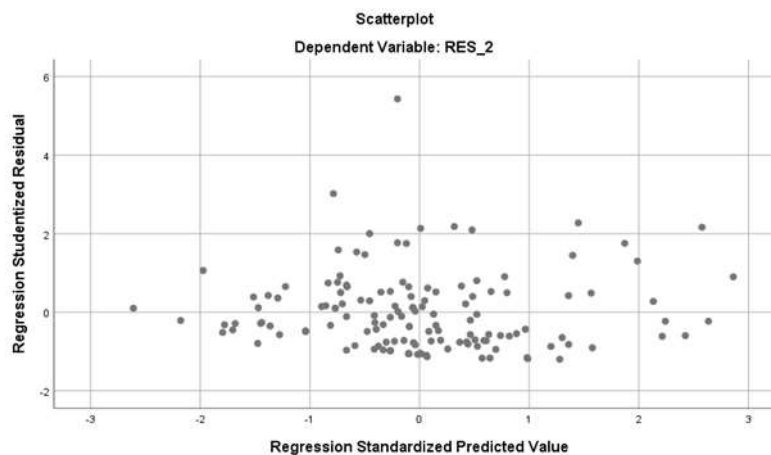
Hasil dari uji normalitas metode Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa nilai signifikansi 0,200 lebih besar dari 0,05, yang menunjukkan bahwa nilai residual

berdistribusi normal. Hasil ini disajikan dalam tabel 4.3.

b. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan dalam model regresi untuk mengetahui apakah ada ketidaksamaan dalam varians antara pengamatan. Jika hasilnya positif, varian residual dari masing-masing pengamatan tetap; jika tidak, varian tersebut disebut homokedastisitas. Sebaliknya, ketika variasi berbeda muncul. Model yang baik adalah ketidakhadiran heteroskedastisitas.

Gaya heteroskedastisitas digunakan sebagai dasar pengambilan keputusannya: heteroskedastisitas terjadi jika ada pola yang jelas, seperti pola titik-titik yang ada; jika tidak, heteroskedastisitas tidak terjadi jika poin, atau titik, tersebar di bawah 0 pada sumbu Y.



Sumber : Data diolah tahun 2024

**Gambar 4. 2 Hasil Uji Heterokedastisitas**

Gambar 4.2 menunjukkan bahwa titik-titik tidak membentuk pola yang jelas dan tersebar secara acak di atas dan di bawah pola. Selain itu, pada sumbu Y terdapat angka 0 (nol), yang menunjukkan bahwa heteroskedastisitas tidak terjadi.

c. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah ada korelasi antara variabel independen menurut model regresi. Uji variabel inflasi (VIF) dan toleransi dapat digunakan untuk mengetahui apakah ada multikolinearitas atau tidak. Model regresi yang bebas dari multikolinearitas terjadi ketika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai toleransi lebih dari 0,1. Jika nilai VIF lebih dari 10 dan nilai toleransi lebih dari 0,1, maka multikolinearitas terjadi. Hasil uji multikolinearitas ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4. 4 Hasil Uji Multikolinearitas**

No	Variabel	Nilai Tolerance	Nilai VIF	Keterangan
1	Kualitas Produk (X <sub>1</sub> )	0,695	1,440	Valid
2	Desain Produk (X <sub>2</sub> )	0,985	1,015	Valid
3	Gaya Hidup (X <sub>3</sub> )	0,701	1,426	Valid

Hasil uji multikolinearitas menggunakan SPSS 26.0, yang disajikan dalam tabel 4.4, menunjukkan bahwa nilai toleransi untuk variabel kualitas produk (X<sub>1</sub>) adalah 0,695 > 0,1 dengan nilai VIF 1,440 < 10; untuk desain produk (X<sub>2</sub>) nilai toleransinya adalah 0,985 > 0,1 dengan nilai VIF 1,015 < 10; dan untuk gaya hidup (X<sub>3</sub>) nilai toleransinya adalah 0,701 > 0,1 dengan nilai VIF 1,426 < 10. Dari hasil ini dapat

disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada variabel kualitas produk, desain produk, dan gaya hidup.

**Analisis Regresi**

Ghozali (2018) memberikan penjelasan tentang bagaimana Analisis regresi menentukan hubungan antara variabel independen dan dependen serta kekuatan hubungan antara dua atau lebih variabel. Ini juga menunjukkan arah hubungan antara variabel independen dan dependen. Analisis regresi linear berganda, uji simultan, uji koefisien determinasi, uji parsial (uji T), dan uji R-Square yang disesuaikan adalah semua prosedur yang digunakan dalam penelitian ini.

a. Uji Parsial (Uji T)

Keputusan ini diambil dengan membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel. Jika nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel, ini menunjukkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan, sedangkan jika nilai t hitung lebih rendah, berarti variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Selain itu, nilai signifikansi di bawah 0,05 menunjukkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen, dan nilai signifikansi d di bawah 0,05 menandakan bahwa b:

**Tabel 4. 5 Hasil Uji T**

No	Variabel	T <sub>hitung</sub>	T <sub>tabel</sub>	Sig	Keterangan
1	Kualitas Produk (X <sub>1</sub> )	2,346	1,985	0,000	Valid
2	Desain Produk (X <sub>2</sub> )	3,284	1,985	0,000	Valid
3	Gaya Hidup (X <sub>3</sub> )	5,038	1,985	0,000	Valid

Untuk mencari nilai t tabel maka memerlukan rumus :

$$t \text{ tabel} = t (\alpha/2 : n-k-1) = t (0,025:96) = 1,985$$

Keterangan :

$\alpha = 0,05$  (5%)

k = Jumlah variabel independen (bebas)

n = Jumlah sampel (responden)

Berdasarkan hasil uji parsial pada tabel 4.6 dapat dijelaskan bahwa :

- a) variabel kualitas produk (X<sub>1</sub>) memiliki nilai t<sub>hitung</sub> 2,346 > t<sub>tabel</sub> 1,985 serta nilai signifikansi 0,000 < 0,05, artinya variabel kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y). H1, yang mengklaim kualitas produk, merasa tidak puas dengan keputusan untuk membeli Motor Vespa Matic di Kota Bandar Lampung;
- b) variabel desain produk (X<sub>2</sub>) memiliki nilai t<sub>hitung</sub> 3,284 > t<sub>tabel</sub> 1,985 serta nilai signifikansi 0,000 < 0,05, artinya variabel desain produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y). Dengan demikian, H2 yang menyatakan bahwa desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian motor Vespa Matic di Kota Bandar Lampung diterima;
- c) variabel gaya hidup (X<sub>3</sub>) memiliki nilai t<sub>hitung</sub> 5,038 > t<sub>tabel</sub> 1,985 serta nilai signifikansi 0,000 < 0,05, artinya variabel gaya hidup berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y). Dengan demikian, H3, yang berbicara tentang gaya hidup, tidak senang dengan keputusan untuk membeli Motor Vespa Matic di Kota Bandar Lampung.

b. Uji Simultan (Uji F)

Untuk membuat keputusan ini, nilai f hitung dan nilai f tabel dibandingkan. Nilai f hitung lebih besar daripada nilai f tabel, yang menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap masing-masing variabel dependen. Di sisi lain, nilai f hitung yang lebih rendah menunjukkan bahwa variabel independen tidak berpengaruh terhadap masing-masing variabel dependen. Setelah uji bersama dengan SPSS 26.0 dilakukan, penelitian ini menghasilkan hasil berikut :

**Tabel 4. 6 Hasil Uji F**

No	Variabel	F hitung	F tabel	Sig	Keterangan
1	Kualitas Produk (X <sub>1</sub> )				
2	Desain Produk (X <sub>2</sub> )	49,670	3,09	0,000	Valid
3	Gaya Hidup (X <sub>3</sub> )				

Sumber : Data diolah tahun 2024

Kualitas produk, desain produk, dan gaya hidup berpengaruh terhadap Keputusan secara bersamaan atau secara bersama-sama, menurut hasil uji simultan yang ditunjukkan pada tabel 4.7. Dengan demikian, H<sub>4</sub> menyatakan bahwa kualitas produk, desain produk, dan gaya hidup berpengaruh terhadap Keputusan secara bersamaan atau secara bersama-sama.

c. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R-Square*)

Uji koefisien determinasi (*Adjusted R-Square*) digunakan untuk mengukur sejauh mana model mampu menjelaskan variasi pada variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berkisar dari 0 (0%) hingga 1 (100%). Nilai koefisien determinasi yang rendah menunjukkan bahwa variabel independen memiliki kemampuan yang sangat terbatas dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen. Setelah melakukan uji koefisien determinasi dengan SPSS 26.0, penelitian ini menghasilkan temuan berikut:

**Tabel 4. 7 Hasil Uji *Adjusted R-Square***

No	Variabel	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of The Estimate
1	Kualitas Produk (X <sub>1</sub> )				
2	Desain Produk (X <sub>2</sub> )	0,584	0,679	0,663	2,49727
3	Gaya Hidup (X <sub>3</sub> )				

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (*Adjusted R-Square*) yang tercantum pada tabel 4.8, diperoleh nilai sebesar 0,679 atau 67,9%. Ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel kualitas produk (X<sub>1</sub>), desain produk (X<sub>2</sub>), dan gaya hidup (X<sub>3</sub>) secara simultan terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 67,9%. Sisanya, yaitu 32,1% (100% - 67,9%), dipengaruhi oleh variabel lain di luar model regresi ini atau variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

d. Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini, analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel kualitas produk, desain produk, dan gaya hidup sebagai variabel independen terhadap keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Berikut ini adalah hasil dari pengolahan data analisis regresi berganda yang dilakukan dalam penelitian ini:

**Tabel 4. 8 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda**

No	Variabel	B	Std. Error
1	Constanta	16,156	1,552
2	Kualitas Produk (X <sub>1</sub> )	0,446	0,076

No	Variabel	B	Std. Error
3	Desain Produk (X <sub>2</sub> )	0,373	0,057
4	Gaya Hidup (X <sub>3</sub> )	0,562	0,065

Persamaan berikut untuk analisis regresi linear berganda dibuat, seperti yang ditunjukkan dalam tabel 4.9:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

$$Y = 16,156 + 0,446X_1 + 0,373X_2 + 0,562X_3$$

- Konstanta  $\alpha = 16,156$  menggambarkan seberapa besar pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Apabila variabel kualitas produk (X<sub>1</sub>), desain produk (X<sub>2</sub>), dan gaya hidup (X<sub>3</sub>) meningkat 1 satuan, maka nilai variabel keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 16,156;
- Nilai Koefisien X<sub>1</sub> ( $\beta_1$ ) 0,446 pada kualitas produk (X<sub>1</sub>) adalah bernilai positif untuk keputusan pembelian karena menunjukkan bahwa jika variabel kualitas produk meningkat satu satuan, maka nilai variabel tersebut akan meningkatkan keputusan pembelian sebanyak 0,446;
- Nilai koefisien X<sub>2</sub> ( $\beta_2$ ) 0,373 pada variabel desain produk (X<sub>2</sub>), yang menunjukkan bahwa jika variabel desain produk meningkat satu satuan, maka nilai variabel keputusan pembelian akan meningkat sebanyak 0,373.
- Nilai koefisien X<sub>3</sub> ( $\beta_3$ ) 0,562 Variabel gaya hidup (X<sub>3</sub>) memiliki nilai positif terhadap keputusan pembelian, yang berarti bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam gaya hidup akan menghasilkan nilai variabel keputusan pembelian sebesar 0,562.

Hasil dari model regresi penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, desain produk, dan gaya hidup berbanding lurus dengan keputusan pembelian. Ini berarti bahwa jika variabel kualitas, desain, dan gaya hidup produk meningkat, maka variabel keputusan pembelian juga meningkat.

## PEMBAHASAN

### Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Motor Vespa Matic

H1 diterima berdasarkan hasil uji parsial (uji T) yang menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan persentase jawaban, 56,5% responden setuju, 25% netral, dan 13% sangat setuju bahwa kualitas produk memengaruhi keputusan mereka untuk membeli motor Vespa Matic.

Analisis deskriptif mengindikasikan bahwa kualitas produk Vespa Matic banyak dibicarakan di Kota Bandar Lampung, yang dapat mendorong konsumen untuk membuat keputusan pembelian yang lebih baik.

Penelitian Alfarisi et al. (2019) menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara dalam membeli sepatu Converse. Sebaliknya, penelitian oleh Fetrisen dan Aziz (2019) menunjukkan bahwa kualitas produk tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan mahasiswa dalam membeli sepatu Converse.

### Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Motor Vespa Matic

Hasil perhitungan uji parsial (uji T) menunjukkan bahwa variabel desain produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, yang berarti H2 diterima. Berdasarkan persentase jawaban responden, sebanyak 43% menyatakan setuju, 36% netral, dan 17% sangat setuju dengan pernyataan bahwa desain produk

mempengaruhi keputusan pembelian motor Vespa Matic.

Model motor Vespa terbukti mempengaruhi keputusan pembelian secara signifikan di Kota Bandar Lampung, sesuai dengan temuan penelitian sebelumnya oleh Darman dan Susetyowati (2021) serta Tannia dan Ni Nyoman (2021), yang menyatakan bahwa desain produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian..

### **Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Motor Vespa Matic**

Hasil perhitungan uji parsial (uji T) menunjukkan bahwa variabel gaya hidup memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, yang berarti H3 diterima. Berdasarkan persentase jawaban responden, sebanyak 51% setuju bahwa gaya hidup memengaruhi keputusan untuk membeli motor Vespa, 31% menjawab netral, dan 16% sangat setuju.

Menurut Arifina, Sudarwati, dan Ratna (2021) serta Darman dan Susetyowati (2021), gaya hidup di Kota Bandar Lampung dapat mempengaruhi keputusan untuk membeli motor Vespa. Penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki dampak positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian motor Vespa.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian motor Vespa Matic di Kota Bandar Lampung, begitu pula dengan desain produk dan gaya hidup yang juga memengaruhi keputusan tersebut. Selain itu, secara keseluruhan, kualitas produk, desain, dan gaya hidup turut mempengaruhi keputusan pembelian motor Vespa Matic di Kota Bandar Lampung.

### **Saran**

Untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap motor Vespa, perusahaan sebaiknya fokus pada peningkatan kualitas produk yang lebih unggul. Dengan begitu, konsumen akan lebih mudah mengingat Vespa saat ingin membeli motor, yang pada akhirnya dapat berdampak positif pada proses pemasaran. Desain produk Vespa juga bisa terus ditingkatkan, mengingat banyak konsumen tertarik pada Vespa karena desainnya. Perusahaan diharapkan semakin meningkatkan kreativitas dalam pengembangan desain motor Vespa dan memperkuat citra mereknya. Disarankan agar peneliti yang akan datang menambah atau mengubah variabel independen, serta meningkatkan jumlah sampel penelitian.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Alfarisi, M. S. (2019). Komunitas Vespa Modern: Kajian Terhadap Pembentukan Identitas Dan Gaya Hidup.
- Arifina, Enggar; Sudarwati, Ratna Damayanti. (2021). Keputusan Pembelian Vespa Matic ditinjau dari Brand Image, Lifestyle dan media sosial di Surakarta. Jurnal Ilmiah Edunomika: Vol. 05, No. 01, Hal. 96-102.
- Bansaleng, J. M., Sepang, J. L., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Kartu XL di Manado. Jurnal EMBA, 331–340.
- Chandra, Andres Prijaya dan Thomas Santoso.(2019). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Outlet mini Melts Surabaya. Agora, Vol 7, No 1.

- Darman, La Ode dan Susetyowati Sofia. (2021). Pengaruh Desain Produk, Promosi dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha N-,MAX pada PT. HASJRAT ABADI MOTOR Kota Sorong. *Jurnal Perkusi: Vol.1, No.3, Hal. 346-351.*
- Farisi, Salman. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *The National Conferences Management and Business (NCMAB), Hal.689-705.*
- Fetrisen, & Aziz, N. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek AICOS Produksi PT. Bumi Sarimas Indonesia. *OSF Preprints, 1, 1-9.*
- Fitirana; Yandri Sudodo dan Lukmanul Hakim. (2019). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Oriflame (Studi Kasus pada Konsumen Oriflame di Kabupaten Sumbawa). *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS: Vol.2, No.1.*
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Edisi Ketujuh.* Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halin, H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Semen Baturaja Di Palembang Pada PT. Semen Baturaja (Persero) Tbk. *3, 167-182.*
- Hatma, D., & Nainggolan, B. M. . (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan pembelian Di Katering Yvonne's. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis, 16(1), 1-14.*
- Hair et.al. 2014. *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (Pls Sem).* USA: SAGE.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edii13. Jilid 1.* Jakarta:Erlangga.
- Nasution, Siti Lam'ah, Christine Herawati Limbong dan Denny Ammari Ramadhan Nasution. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Ecommerce Shopee. *Jurnal Ecobisma, Vol.7, No.1, Hal.43-53.*
- Pamungkas, Palguno Achmad dan Eddy Guridno. (2019). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Gaya Hidup terhadap Loyalitas pengguna motor Vespa di Jakarta Selatan. *Jurnal Ilmu Manajemen: Volume 15, No. 1, Hal. 8697.*
- Putri, Niken Anggoro, Burhanudin AY, Sarsono. (2021). Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Hand Sanitizer Dettol pada masa pandemi Covid-19 di Luwes Gentan. *Jurnal Ekbis, Vol. 22, No.1, Hal. 69-87.*
- Tannia, Putu Vivin dan Ni N yoman Yulianthini. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor merek PCX. *Jurnal Manajemen dan Bisnis, Vol.3, No.2, Hal.87-94.*
- Triadi, Salsabila; Yustiani Rahayu dan Danang Kusnanto. (2021). Pengaruh gaya hidup dan harga terhadap keputusan pembelian handphone. *JURNAL MANAJEMEN: VOL. 13, No. 2, Hal.257-263.*
- Ulfami, Paquita dan Saino. (2020). Pengaruh Desain Produk, Keragaman Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada online shop Giyomi melalui Shopee. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN) : Volume 08 No 01, Hal. 702-708.*