

Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Produk, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chatime di Sidoarjo

Oleh:

Bayu Alief Saptariyanto
Manajemen

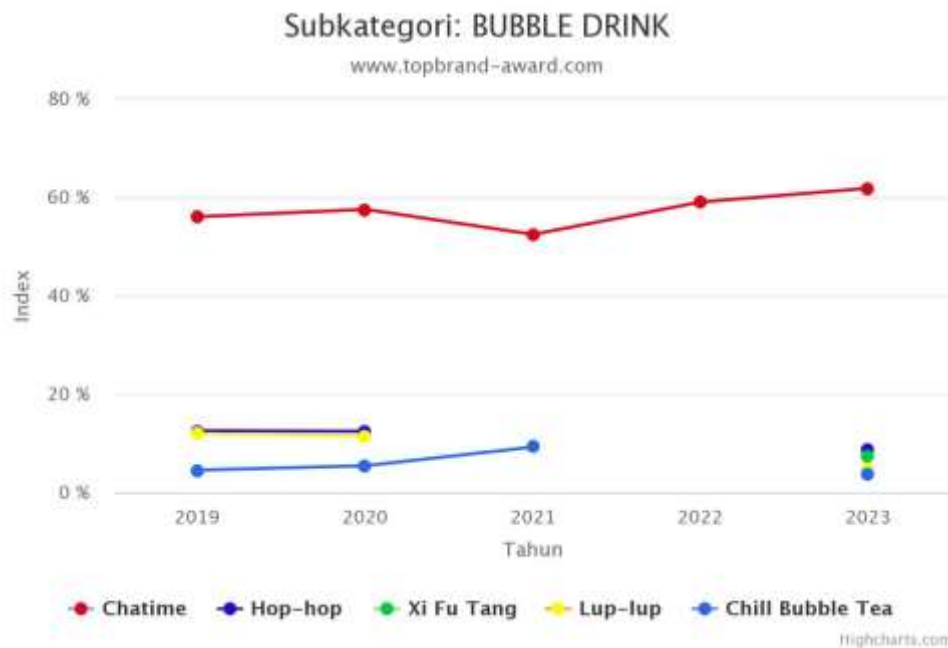
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
November ,2023

Pendahuluan

- ❑ Produk minuman boba dengan inovasi cita rasa baru yang akan mengguncang kompetitor
- ❑ Di era modern saat ini gaya hidup masyarakat sangat berpengaruh terhadap kualitas produk minuman boba sehingga kualitas produk harus diutamakan
- ❑ pertumbuhan industri minuman boba dalam negeri saat ini berkembang dengan pesat, pada tahun 2023 eksistensi produsen minuman boba seperti Chatime dari aspek konsumen menunjukkan bahwa konsumen memang receive akan produk tersebut dalam pemenuhan kebutuhan akan minuman boba dan dari aspek produsen menjadikan kondisi pasar minuman boba kental dengan persainganyang pada akhirnya mengantarkan banyak alternatif produk dan cita rasa yang beraneka ragam untuk ditawarkan kepada konsumen
- ❑ Pada penelitian ini membahas produk minuman Chatime dengan varian cita rasa dan kualitas produk yang terjamin, yang mampu mempengaruhi pada keputusan pembelian. Kemudian obyek pada penelitian ini dilakukan di Kecamatan Sidoarjo

Lanjutan Pendahuluan

Top Brand Awards Market Share Buble Milk Tea Tahun 2019, 2020, 2021, 2022, 2023



Nama Brand	2019	2020	2021	2022	2023
Chatime	56.00	57.50	52.40	59.00	61.80
Chill Bubble Tea	4.50	5.40	9.20	-	3.70
Hop-Hop	12.50	12.40	-	-	8.80
Lup-Lup	11.90	11.50	-	-	4.60
Xi Fu Tang	-	-	-	-	7.30

Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

- ❑ Apakah diantara cita rasa, kualitas produk, dan gaya hidup salah satunya berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian produk Chatime?
- ❑ Apakah variabel cita rasa, kualitas produk, dan gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Chtaime?

Kategori SDGs

Penelitian ini sesuai dengan indikator 9 *Sustainable development goals* (SDGs) yaitu Industri, Inovasi, dan Infrastruktur (*Industry, Innovation, And Infrastructure*)

Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini mengingat dua perspektif secara spesifik :

- Teoritis
- Praktis

Metode

Jenis dan Teknik Penelitian



menggunakan metode kuantitatif dengan Teknik simple random sampling

Jenis Sumber Data



Jenis Data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder

Teknik Pengumpulan Data



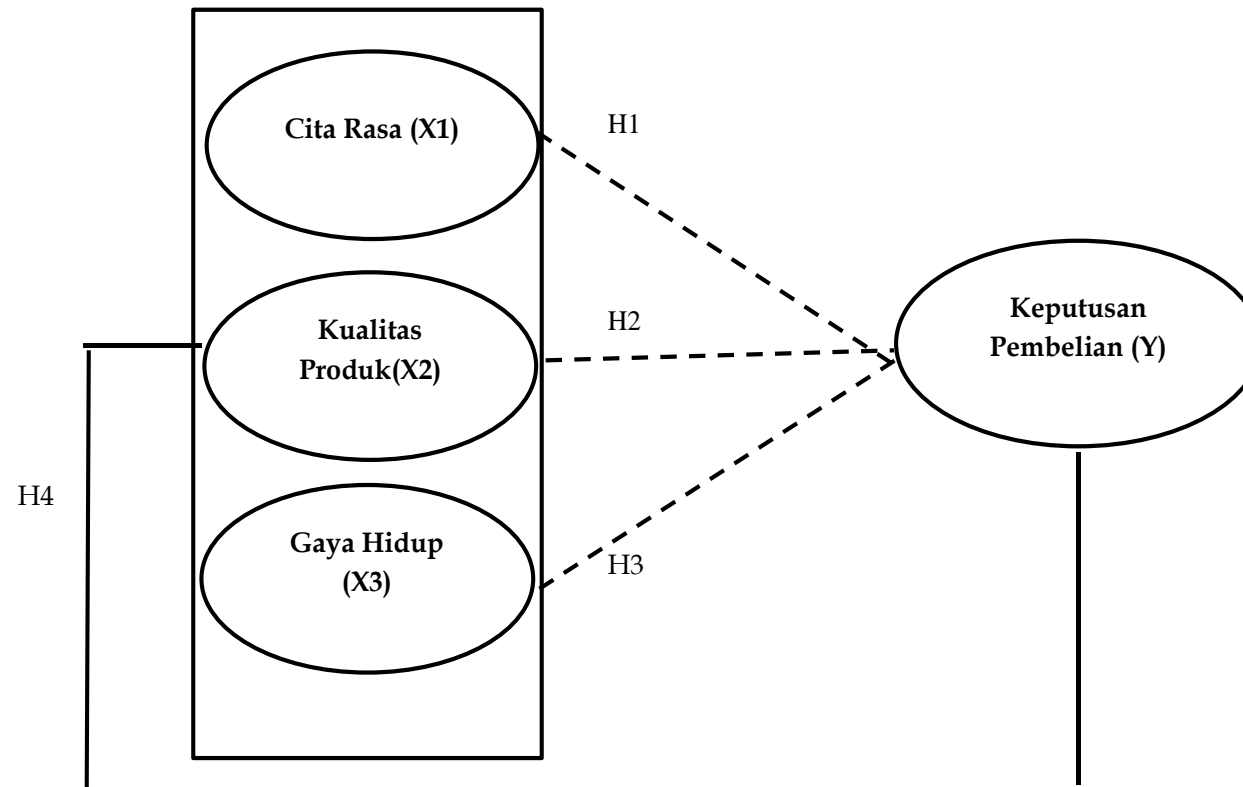
Menggunakan kuisisioner, observasi, dan studi kepustakaan

Pengolahan Data



Pengolahan Data pada penelitian ini menggunakan software SPSS 26

Kerangka Konseptual



Lanjutan Kerangka Konseptual

Keterangan :



X1

: Pengaruh antara variabel

X2

: Cita Rasa

X3

: Kualitas Produk

Y

: Gaya Hidup

: Keputusan Pembelian

Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1 : Terdapat pengaruh cita rasa terhadap keputusan pembelian secara parsial
- H2 : Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian secara parsial
- H3 : Terdapat pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian secara parsial
- H4 : Terdapat pengaruh cita rasa, kualitas produk, gaya hidup terhadap Keputusan pembelian secara simultan

Hasil dan Pembahasan

- Uji Validitas

Pada tabel 3.2 menunjukkan bahwa nilai variabel cita rasa (X1), kualitas produk (X2), gaya hidup (X3), dan Keputusan pembelian (Y) r hitung $>$ r tabel memiliki nilai sig. (2-tailed) $< 0,05$, menunjukkan validitas seluruh variabel dan item pernyataan yang digunakan dalam pengukuran.

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	sig. (2-tailed)	Deskripsi
Cita Rasa	1	0,574	0,196	0,000	Valid
	2	0,746	0,196	0,000	Valid
	3	0,698	0,196	0,000	Valid
	4	0,744	0,196	0,000	Valid
Kualitas Produk	1	0,720	0,196	0,000	Valid
	2	0,913	0,196	0,000	Valid
	3	0,874	0,196	0,000	Valid
Gaya Hidup	1	0,788	0,196	0,000	Valid
	2	0,820	0,196	0,000	Valid
	3	0,685	0,196	0,000	Valid
Keputusan Pembelian	1	0,513	0,196	0,000	Valid
	2	0,762	0,196	0,000	Valid
	3	0,819	0,196	0,000	Valid
	4	0,591	0,196	0,000	Valid

Hasil dan Pembahasan

- Uji Reliabilitas

Pada tabel 3.3 variabel literasi (X1) menunjukkan nilai Cronbach's alpha r hitung $>$ r tabel, $0,767 > 0,60$ jadi dikatakan valid dan reliabel. Pada variabel inklusi keuangan (X2) menunjukkan nilai Cronbach's alpha r hitung $>$ r tabel, $0,870 > 0,60$ jadi dikatakan valid dan reliabel. Pada variabel perilaku keuangan (X3) menunjukkan nilai Cronbach's alpha r hitung $>$ r tabel $0,871 > 0,60$ maka bisa dikatakan valid dan reliabel. Pada variabel keputusan investasi (Y) menunjukkan nilai Cronbach's alpha r hitung $>$ r tabel $0,808 > 0,60$ jadi dikatakan valid dan reliabel.

Tabel 3.3 Uji Reliabilitas

Variable	N of Items	Hasil Cronbach's alpha	Koefisien Cronbach's alpha	Deskripsi
Cita Rasa	4	0,636	$> 0,60$	Reliabel
Kualitas Produk	3	0,790	$> 0,60$	Reliabel
Gaya Hidup	3	0,647	$> 0,60$	Reliabel
Keputusan Pembelian	4	0,608	$> 0,60$	Reliabel

Hasil dan Pembahasan

- Uji Normalitas

Pada tabel 3.4 menunjukkan bahwa pada uji normalitas bisa juga diyakinkan dengan menggunakan uji One-Sampel Kolmogorov-Smirnov Test pada uji ini dikatakan valid dan signifikan jika hasil Asymp. Sig. (2-tailed) $> 0,05$. Pada tabel 3.4 menunjukkan bahwa hasil uji One-Sampel Kolmogorov-Smirnov Test pada Asymp. Sig. (2-tailed) $0,192$ $c,d > 0,05$ dan dikatakan valid dan berdistribusi normal.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		0,0000000
	Std. Deviation		1,14135775
Most Extreme Differences	Absolute		0,107
	Positive		0,083
	Negative		-0,107
Test Statistic			0,107
Asymp. Sig. (2-tailed)			,007 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		,192 ^d
99% Confidence Interval	Lower Bound		0,182
	Upper Bound		0,202
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.			

Hasil dan Pembahasan

- Uji Multikolinearitas

Pada tabel 3.5 nilai masing-masing variabel pada kolom VIF menunjukkan berdistribusi tidak ada masalah multikolinearitas yaitu nilai variabel cita rasa sebesar $2,040 < 10$, nilai variabel kualitas produk sebesar $1,313 < 10$, nilai variabel gaya hidup sebesar $1,691 < 10$ VIF lebih kecil dari 10. Yang berarti model regresi tidak terkena gejala multikolinearitas. Dan nilai *Collinearity Tolerance* pada setiap variabel $>0,05$.

		Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Linearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	0,177	1,096		0,161	0,872		
	Cita_Rasa	0,233	0,086	0,219	2,695	0,008	0,490	2,040
	Kualitas_Produk	0,536	0,068	0,513	7,880	0,000	0,762	1,313
	Gaya_Hidup	0,389	0,093	0,308	4,168	0,000	0,591	1,691

a. Dependent Variable: Kep_Pembelian

Hasil dan Pembahasan

- Uji t

Hasil uji t penelitian ini pada tabel 5 menunjukkan tingkat signifikansi parsial positif antara ketiga variabel independen (Cita Rasa (X1), Kualitas Produk (X2), dan Gaya Hidup (X3)) dan variabel dependen (keputusan pembelian) ditinjau dari uji signifikansi terhadap pengaruh variabel sebagai berikut:

H1 Variabel Cita Rasa (X₁)

Pada tabel 3.6 menunjukkan bahwa variabel cita rasa (X1) berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel terikat keputusan pembelian (Y) dengan nilai t hitung signifikansi pada variabel cita rasa (X1) sebesar 2,695, nilai t tabel 1,661 dan pada nilai signifikansi 0,008 < 0,05. Disimpulkan hipotesis nol (H0) ditolak dan hipotesis alternatif (Ha) diterima.

H2 Variabel Kualitas Produk (X₂)

Variabel kualitas produk (X2) secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel keputusan pembelian (Y) dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan Ha diterima dengan nilai t hitung 7,880 > 1,661 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05.

H3 Variabel Gaya Hidup (X₃)

Variabel gaya hidup (X3) berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y) dengan nilai t hitung 4,168 > t tabel 1,661 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 maka dapat diartikan H0 ditolak dan Ha diterima.

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,177	1,096		0,161	0,872
	Cita_Rasa	0,233	0,086	0,219	2,695	0,008
	Kualitas_Produk	0,536	0,068	0,513	7,880	0,000
	Gaya_Hidup	0,389	0,093	0,308	4,168	0,000

a. Dependent Variable: Kep_Pembelian

Hasil dan Pembahasan

- Uji f

Hipotesis yang digunakan dalam pengujian ini adalah:

H0: Variabel-variabel bebas yaitu cita rasa, kualitas produk, gaya hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian.

Ha: Variabel-variabel bebas yaitu cita rasa, kualitas produk, gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian.

H4 Variabel cita rasa, kualitas produk, gaya hidup

Dilihat dari tabel 3.7 nilai F hitung $71,267 > F$ tabel $2,699$ dan nilai kepentingan $0,000b < 0,05$ maka H_0 diakui (H_a ditolak). Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Cita Rasa, Kualitas Produk, Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian baik secara independen maupun simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	287,223	3	95,741	71,267	,000 ^b
	Residual	128,967	96	1,343		
	Total	416,190	99			
a. Dependent Variable: Kep_Pembelian						
b. Predictors: (Constant), Gaya_Hidup, Kualitas_Produk, Cita_Rasa						

Hasil dan Pembahasan

- Uji Koefisien Determinasi Berganda

Berdasarkan tabel 3.8 dapat disimpulkan bahwa nilai koefisien korelasi berganda (R) sebesar 0,831, koefisien determinasi berganda (R^2) sebesar 0,690 dan 0,680 merupakan koefisien determinasi (Adj R^2). Hal ini menunjukkan bahwa faktor Rasa dan Kualitas Produk, Gaya Hidup dapat menjelaskan keputusan pembelian pada R 83,1% sisanya sebesar 16,9%, (R^2) 69,0 % dan sedangkan sisanya sebesar 31,0% dijelaskan pada variabel lain, pada (Adj R^2) 68,0% dan sedangkan sisanya sebesar 32,0%, untuk sisanya dijelaskan oleh variabel lainnya juga.

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,831 ^a	0,690	0,680	1,159
a. Predictors: (Constant), Gaya_Hidup, Kualitas_Produk, Cita_Rasa				
b. Dependent Variable: Kep_Pembelian				

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Cita Rasa (X1), Kualitas Produk (X2), dan Gaya Hidup (X3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y), dalam penelitian ini populasi yang dijadikan sebagai sampel yaitu masyarakat di Kabupaten Sidoarjo yang pernah mengkonsumsi produk minuman Chatime di Sidoarjo dengan populasi 100 responden yang dijadikan sampel penelitian ini.

Keterbatasan pada penelitian ini yaitu peneliti hanya mampu melakukan penelitian dengan hasil variabel Kualitas Produk yang berdominan mempengaruhi. Peneliti memberikan saran untuk peneliti selanjutnya, dalam melakukan penelitian terdapat keterbatasan yang dihadapi oleh peneliti yaitu pada saat peneliti membagikan kuesioner alangkah baiknya membagikan kuesioner dengan melalui *Google Form* dan kuesioner manual. Dikarenakan hal itu akan memungkinkan peneliti untuk bertindak cepat atas temuan. Optimal untuk survei dengan responden non-teknis yang diisi secara manual atau dilakukan menggunakan *Google Form*.

Terima Kasih

