

PENGARUH GAYA HIDUP, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAIN BATIK MIROTA SURABAYA

Gandes Kusumodewi

Program Studi Pendidikan Tata Niaga

Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Surabaya

Email: gandeskusumodewi.07@gmail.com

Tri Sudarwanto, S.Pd. M.SM

Program Studi Pendidikan Tata Niaga

Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Surabaya

Abstrak

Tren batik yang sedang terjadi di Indonesia, menjadikan permintaan batik di pasar sangat tinggi. Banyak pilihan model kain batik membuat pemakai semakin terlihat *fashionable*. Hal ini menyebabkan semakin banyak bermunculan bisnis batik di Indonesia. Gaya hidup, kualitas produk, dan harga merupakan faktor yang ikut menentukan seseorang sebelum melakukan keputusan pembelian. Pada gaya hidup aktivitas meliputi pekerjaan, hobi, dan berbelanja; minat meliputi mode dan gengsi; pendapat meliputi terhadap diri sendiri, pendidikan, dan budaya. Kualitas produk meliputi daya tahan, kehandalan, estetika, dan kualitas yang dipersepsikan. Sedangkan harga meliputi jangkauan harga dengan daya beli konsumen, daya saing harga dengan produk sejenis, dan kesesuaian harga dengan kualitas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian kain batik di Mirota Surabaya. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode survei melalui angket yang diisi oleh responden. Sampel penelitian yang digunakan sebanyak 83 responden. Penelitian ini menggunakan metode Analisis Regresi Linear Berganda. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji t dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup (X_1), kualitas produk (X_2), dan harga (X_3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian secara parsial. Variabel yang dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian adalah variabel harga (X_3). Hasil penelitian selanjutnya, diketahui bahwa variabel gaya hidup (X_1), kualitas produk (X_2), dan harga (X_3) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Gaya hidup, kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian

Abstract

Nowadays, the existences of Batik become something which most searched and used in Indonesia. At the same time, it makes the demand of Batik increase. Various model or style of Batik helps the users look fashionable without forget one of Indonesia's cultural points. Not take it for granted, this might the reason why many businessmen/women choose Batik to gain their profits. Lifestyle, quality product, and price range play important factors to buy Batik. In lifestyle part include occupation, hobby, and shopping as the standarts. In interest part include mode and dignity of buyers. In judgement part include knowledge, education, and culture of buyers. Product quality including durability, realibility, easthetica, and perceived quality. The last, the price range also as the important part to buy Batik, it is closely related to affordable price, competitive price, and price appropriate with quality of Batik itself. As mentioned above, this study intends to know the influence of lifestyle, quality product, and price range toward buyers' decisions in order to buy fabric Batik at Mirota Surabaya. This is a quantitative research. The sample is taken using accidental technique. The data is collected using the method of survey through questionnaire filled by the respondents. The sample of this research consists of 83 respondents. This research applies the method of Multiple Linear Regression Analysis. The hypothesis is tested using t-test and F-test. The results of T-test suggest that lifestyle (X_1), product quality (X_2), and price (X_3) significantly influence the purchase decision partially. The most dominant variable in affecting the purchase decision is price price (X_3). Variables of lifestyle (X_1), product quality (X_2), and price (X_3) have simultaneous impact on the purchase decision.

Keywords: Lifestyle, product quality, and purchase decision

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Gaya hidup (*lifestyle*) adalah pola hidup seseorang di dunia yang tercermin dalam kegiatan, minat, dan pendapatan. Gaya hidup seseorang menunjukkan pola kehidupan seseorang yang bersangkutan, misalnya tercermin dalam kegiatan, minat, dan pendapat seseorang. Menurut Pride dan Ferrell, dalam Saragih (2013) menjelaskan bahwa gaya hidup seseorang juga mempengaruhi kebutuhan produk konsumen. Semakin spesifik gaya hidup seorang konsumen maka akan semakin tinggi kemungkinan pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen. Hal ini didukung dengan penelitian Yuliana (2009) menyatakan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Konsumen di Mirota Surabaya memiliki subkultur, kelas sosial, dan pekerjaan yang berbeda-beda, sehingga dapat dipastikan mempunyai gaya hidup yang berbeda pula. Namun gaya hidup konsumen kain batik di Mirota Surabaya dapat diukur melalui pengukuran dasar seseorang yang dapat dilihat dari aktifitas, minat, dan pendapatnya terhadap kain batik melalui wawancara seperti pada table 1.1 berikut.

Tabel 1 Hasil Wawancara Dengan Konsumen Kain Batik Mirota Surabaya

No.	Nama	Usia	Hasil Wawancara
1.	Wita	33	- Memakai batik saat bekerja dan sangat menyukai batik. - Suka mengikuti perkembangan <i>fashion</i> batik. - Untuk terlihat lebih percaya diri.
2.	Tris	41	- Memakai batik saat bekerja pada hari tertentu. - Suka memakai batik berkualitas. - Untuk melestarikan budaya
3.	Rina	57	- Suka berbelanja dan mengoleksi batik. - Mengikuti <i>fashion</i> batik. - Suka membeli batik berkualitas. - Mencintai produk dalam negeri.
4.	Adinda	45	- Suka memakai batik saat bekerja. - Mengoleksi batik juga di rumah. - Suka membeli batik berkualitas dan yang menambah penampilan. - Mengikuti tren berbusana saat ini.

(Sumber: Hasil wawancara pada tanggal 4 Januari 2016)

Berdasar hasil wawancara pengukuran gaya hidup konsumen kain batik di Mirota Surabaya dikelompokkan pada aktivitas meliputi pekerjaan, hobi, dan berbelanja; minat meliputi mode (*fashion*) dan *prastise*; serta pendapat meliputi terhadap diri sendiri, pendidikan, dan budaya.

Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya,

kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian yang dihasilkan, kemudahan dioperasikan dan diperbaiki, dan atribut lain yang berharga pada produk secara keseluruhan. Kualitas produk menjadi pertimbangan yang sangat penting pada saat konsumen melakukan keputusan pembelian. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Walukow, dkk (2014) bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk memiliki empat indikator yang berkaitan dengan kain batik yaitu daya tahan, kehandalan, estetika, dan kualitas yang dipersepsikan.

Mirota Surabaya berusaha menunjukkan ekstensinya dengan menawarkan berbagai macam jenis kain batik dengan kualitas yang terjamin. Jenis kain batik yang ditawarkan Mirota Surabaya begitu beragam yakni kain katun, kain sutra, kain saten atau polyester, dan kain tenun. Namun pada harga kain Rp 500.000 hingga Rp 5.000.000, jenis kain yang digunakan yakni kain sutra dan kain katun dengan teknik cap dan tulis. Selain konsumen ditawarkan kain batik dengan kualitas yang baik, konsumen juga ditawarkan dengan berbagai jenis kain batik dengan motif dan corak yang bervariasi dan menarik. Beberapa jenis kain batik yang ditawarkan oleh Mirota Surabaya seperti pada tabel 1.2 berikut.

Tabel 2 Jenis Kain Batik

No.	Jenis Kain Batik
1.	Kain batik Pacitan
2.	Kain batik Ponorogo
3.	Kain batik Tuban
4.	Kain batik Tulungagung
5.	Kain batik Sidoarjo
6.	Kain batik Batu
7.	Kain batik Madura
8.	Kain batik Solo
9.	Kain batik Jogja
10.	Kain batik Pekalongan
11.	Kain batik Kalimantan
12.	Kain batik Palembang

Sumber: Mirota Surabaya

Jenis kain yang ditawarkan di Mirota Surabaya memiliki daya tahan yang baik, dimana kain batik ini memiliki umur ekonomis yang panjang. Kain batik yang ditawarkan bisa dijahit menjadi pakaian yang dapat digunakan dalam jangka waktu yang lama. Kain batik Mirota Surabaya juga nyaman saat digunakan. Selain itu, kain batik yang ditawarkan Mirota Surabaya tidak mengalami kerusakan atau gagal pakai seperti luntur dan tidak cepat sobek.

Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga memiliki bagian yang tidak kalah pentingnya dalam membantu konsumen

mempertimbangkan keputusan pembelian. Hal ini didukung oleh penelitian Masrita (2013), bahwa variabel harga memiliki pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian batik di Showroom Dekranasda Provinsi Jambi. Harga memiliki tiga indikator yang berkaitan dengan kain batik di Mirota Surabaya yaitu jangkauan harga dengan daya beli konsumen, daya saing harga dengan produk sejenis, dan kesesuaian harga dengan kualitas.

Mirota Surabaya menawarkan harga kain batik yang bervariasi kepada konsumen. Harga yang dibayarkan oleh konsumen ketika membeli kain batik, akan disesuaikan dengan jenis kain, proses pembuatan serta corak dan motif dari kain batik tersebut. Harganya pun bervariasi, kain batik yang ditawarkan oleh Mirota Surabaya dengan harga mulai Rp 50.000,- hingga Rp 13.000.000,-. Sehingga konsumen tidak perlu khawatir akan citra mahal yang terbentuk pada Mirota Surabaya.

Mirota Surabaya telah menata *layout* ruangan untuk disesuaikan dengan harga kain batik yang ditawarkan. Kain batik dengan harga dibawah Rp 500.000 diletakkan diluar lemari, namun untuk kain batik dengan harga Rp 500.000 hingga Rp 13.000.000 diletakkan didalam lemari. Sehingga konsumen bisa menyesuaikan daya belinya dengan harga yang ditawarkan di Mirota Surabaya. Selain itu harga yang ditawarkan Mirota Surabaya dapat bersaing dengan pesaing sejenis. Dimana harga yang telah ditawarkan oleh Mirota Surabaya tidak jauh berbeda dengan pesaingnya, namun Mirota Surabaya memberikan pilihan kain batik yang lebih bervariasi. Harga kain batik yang ditawarkan di Mirota Surabaya sesuai dengan kualitas kain batiknya, yang dapat dilihat dari segi bahan dan proses pembuatannya.

Keadaan dilapangan menunjukkan bahwa batik saat ini menjadi tren di semua kalangan masyarakat. Dan batik kini telah menjadi gaya hidup bagi masyarakat, karena batik sekarang digunakan dalam kegiatan sehari-hari. Selain itu, batik juga telah mengalami perkembangan, dimana batik memiliki beragam corak dan motif yang menarik dengan harga yang bervariasi. Sehingga dengan adanya tren batik saat ini menjadikan gaya hidup, kualitas kain batik dan harga kain batik menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

Wisudawati (2014) menyimpulkan bahwa gaya hidup mempengaruhi keputusan pembelian. Lembang (2010) menyimpulkan bahwa kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian, dan harga mempengaruhi keputusan pembelian. Sedangkan Setyono (2014) menyimpulkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Dalam jurnal Yuliana (2009) menemukan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Artono (2013) menemukan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan Adri, dkk (2013) menemukan bahwa gaya hidup tidak signifikan dan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan. Syahbi (2014) menemukan

bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk berbelanja.

Berdasarkan uraian diatas ditemukan gap yang muncul dari hasil penelitian dan jurnal, bahwa ada hasil penelitian yang menyatakan variabel gaya hidup, kualitas produk, dan harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Namun hasil penelitian dan jurnal yang lain menyatakan variabel gaya hidup, kualitas produk, dan harga tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Sehingga variabel gaya hidup, kualitas produk, dan harga belum tentu memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian kain batik di Mirota Surabaya. Kebaruan penelitian ini sejauh yang penulis pahami belum pernah ada judul yang sama.

Mirota Surabaya adalah salah satu pusat perbelanjaan oleh-oleh yang menawarkan berbagai kerajinan tangan, makanan khas Surabaya, serta pusat batik yang berada di Jalan Sulawesi nomor 24 Surabaya. Mirota Surabaya hadir sebagai salah satu toko di Surabaya yang memiliki ciri khas, keunikan, dan mengusung tema budaya yang menjadi daya tarik bagi wisatawan dan juga masyarakat setempat. Sehingga menjadikan Mirota Surabaya tidak pernah sepi dari pengunjung.

Mirota Surabaya buka pada pukul 09.00-21.00 WIB dengan menyediakan berbagai variasi barang yang berasal dari dalam negeri, mulai dari Sabang hingga Merauke. Macam-macam barang yang dijual di Mirota Surabaya, antara lain pusat batik, kerajinan tangan, *furniture* kayu jati, barang antik, uang kuno, souvenir untuk oleh-oleh dan masih banyak lagi. Bukan hanya menjual berbagai macam kerajinan tradisional saja, namun Mirota Surabaya juga menawarkan beberapa makanan & minuman khas Surabaya yakni soto ayam, rujak cingur, rawon serta es dawet.

Mirota Surabaya berhasil memposisikan dirinya tidak hanya sebagai toko tujuan masyarakat untuk berbelanja tetapi juga sebagai tujuan wisata dengan unsur budaya jawa yang sangat kental. Mirota menyuguhkan konsep tradisional lengkap dengan suasana jawa. Pengunjung yang datang ke Mirota Surabaya tidak hanya dari pengunjung Surabaya dan sekitarnya, tetapi juga dari luar Surabaya, luar pulau, hingga luar negeri. Pengunjung Mirota Surabaya yang membeli produk disana tidak hanya digunakan sendiri, namun banyak juga yang dipergunakan sebagai hadiah, cinderamata, dan oleh-oleh.

Berdasar uraian diatas maka penulis tertarik untuk mengetahui hal yang mendasari seorang konsumen memutuskan melakukan keputusan pembelian kain batik di Mirota Surabaya. Dalam penelitian ini apakah gaya hidup, kualitas produk, dan harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, yang dituangkan dalam judul penelitian yaitu : "PENGARUH GAYA HIDUP, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAIN BATIK DI MIROTA SURABAYA".

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah:

1. Apakah secara parsial gaya hidup, kualitas produk, dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian kain batik di Mirota Surabaya?
2. Apakah secara simultan gaya hidup, kualitas produk, dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian kain batik di Mirota Surabaya?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan dari penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian kain batik di Mirota Surabaya secara parsial.
2. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian kain batik di Mirota Surabaya secara simultan.

KAJIAN PUSTAKA

Gaya Hidup

Mowen dan Minor (2002:282) mendefinisikan bahwa gaya hidup "bagaimana orang hidup, bagaimana mereka membelanjakan uangnya dan bagaimana mereka mengalokasikan waktu mereka". Kotler dan Keller (2009:175) mendefinisikan bahwa "gaya hidup (lifestyle) adalah pola hidup seseorang di dunia yang tercermin dalam kegiatan, minat, dan pendapatan".

Reynold dan Darden dalam Engel (1994:385) menjelaskan bahwa komponen AIO sebagai berikut:

1. *Activities* (kegiatan), tindakan nyata seperti berbelanja di toko, namun tindakan ini biasanya dapat diamati, alasan untuk tindakan tersebut jarang dapat diukur secara langsung.
2. *Interest* (minat), semacam objek, peristiwa, atau topik adalah tingkat kegairahan yang menyertai perhatian khusus maupun terus menerus kepadanya.
3. *Opinion* (opini), "jawaban" lisan atau tertulis yang orang berikan sebagai respon terhadap situasi stimulus dimana semacam "pertanyaan" diajukan.

Pengukuran AIO ini memiliki dimensi gaya hidup sebagai berikut.

Tabel 3. Dimensi Gaya Hidup

Aktivitas	Minat	Pandangan	Demographi
Pekerjaan	Keluarga	Terhadap	Usia
Hobi	Rumah	diri sendiri	Pendidikan
Kegiatan-kegiatan sosial	Pekerjaan	Isu-isu global	Penghasilan
Liburan	Komunitas	Isu politik	Pekerjaan
Hiburan	Rekreasi	Bisnis	Tempat tinggal
Keanggotaan klub	<i>Fashion</i>	Ekonomi	Geographi
Komunitas Berbelanja	Makanan	Pendidikan	Besarnya kota
Olahraga	Media	Produk	Tahap <i>family life cycle</i>
	<i>Prestise</i>	masa depan	<i>Product life cycle</i>
	Prestasi	Kebudayaan	

Sumber: Consumer Behaviour Engel (dalam Hurriyati, 2010:93)

Kualitas Produk

Mowen dan Minor (2002:90), mendefinisikan bahwa "kualitas produk (product quality) sebagai evaluasi menyeluruh pelanggan atas kebaikan konerja barang dan jasa". Kotler dan Armstrong (2007:347) mendefinisikan bahwa:

Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian yang dihasilkan, kemudahan dioperasikan dan diperbaiki, dan atribut lain yang berharga pada produk secara keseluruhan.

Garvin, dalam Tjiptono dan Diana (2003:27) menyebutkan delapan dimensi kualitas produk sebagai berikut::

1. Kinerja (*performance*) yaitu karakteristik operasi pokok dari produk inti.
2. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*) yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
3. Keandalan (*realibility*) yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai.
4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*) yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
5. Daya tahan (*durability*) yaitu berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.
6. *Serviceability* yaitu meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi; penanganan keluhan yang memuaskan.
7. Estetika (*easthetica*) yaitu daya tarik produk terhadap panca indera.
8. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*) yaitu persepsi konsumen terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk.

Harga

Kotler dan Keller (2009:67) mendefinisikan bahwa "harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya". Kotler dan Armstrong (2007:430) mendefinisikan bahwa "harga adalah jumlah semua nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa".

Menurut pendapat kertajaya (2006), dalam Cahya (2015) indikator dari harga antara lain :

1. Kesesuaian harga produk dengan manfaat yang didapat
Kesesuaian harga produk dengan manfaat yang didapat yaitu apabila penetapan akan sesuatu harga produk memberikan manfaat yang cukup setara bagi konsumen.
2. Kesesuaian harga dengan produk dengan kualitas produk
Kesesuaian harga dengan produk dengan kualitas produk yaitu dimana harga yang ditetapkan oleh

produk sesuai dengan kualitas yang dimiliki oleh produk tersebut.

Sedangkan menurut Tjiptono (2008), dalam Cahya (2015) ada beberapa indikator dalam mengukur harga diantaranya adalah :

1. Jangkauan harga dengan daya beli konsumen
Jangkauan harga dengan daya beli konsumen, yaitu apabila harga yang ditetapkan oleh suatu produk masih dapat dibeli atau dijangkau oleh konsumen.
2. Daya saing harga dengan produk sejenis
Daya saing harga dengan produk sejenis adalah ketika harga yang ditetapkan oleh produk tertentu dapat bersaing di pasaran dengan produk sejenis.
3. Kesesuaian harga dengan kualitas
Kesesuaian harga dengan kualitas yaitu ketika harga yang ditawarkan kepada konsumen sesuai dengan kualitas yang didapatkan konsumen, barang yang dibeli tidak mudah rusak dan awet dalam jangka waktu lama.

Keputusan Pembelian

Kotler dan Keller (2007:201) menjelaskan bahwa “keputusan pembelian adalah cara individu, kelompok, organisasi memilih, membeli, memakai, dan memanfaatkan barang, jasa, gagasan, pengalaman dalam rangka memuaskan kebutuhan hasrat”.

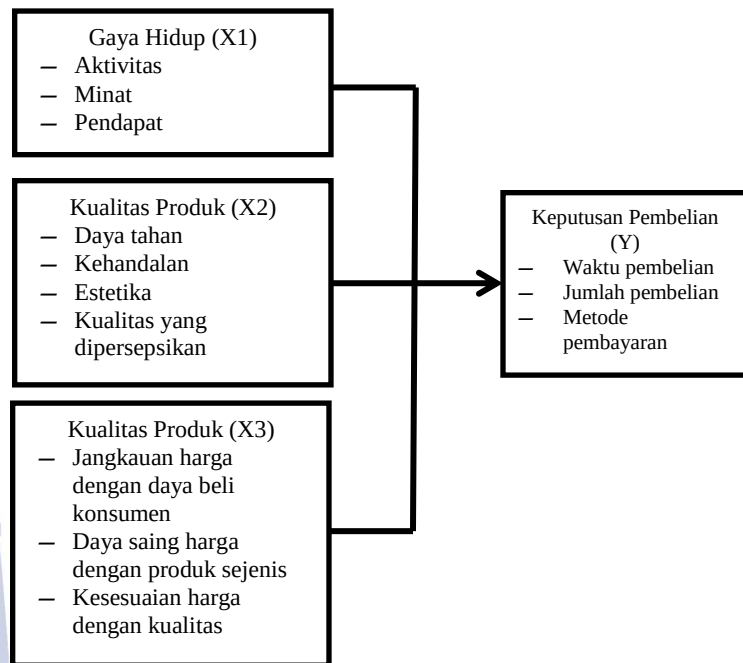
Kotler dan Keller (2009:188) menyatakan bahwa pada tahap keputusan pembelian, pilihan yang mungkin diambil konsumen yaitu:

1. Pilihan produk, Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan yang lain.
2. Pilihan merek, Konsumen harus memutuskan merek mana yang akan dibeli.
3. Pilihan penyalur, Konsumen harus mengambil keputusan penyalur mana yang akan dikunjungi.
4. Waktu pembelian, yaitu Keputusan konsumen dalam pemilihan waktu pembelian berbeda-beda
5. Jumlah pembelian, yaitu Konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibelinya pada suatu saat.
6. Metode pembayaran, yaitu konsumen mempertimbangkan jenis metode pembayaran yang bisa dilakukan untuk melakukan pembelian.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti hubungan antara variabel bebas gaya hidup (X_1), kualitas produk (X_2), dan harga (X_3), dan variabel terikatnya keputusan pembelian (Y).

Rancangan penelitian ini digambarkan sebagai berikut:



Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah melakukan pembelian kain batik mulai harga Rp 500.000 hingga Rp 5.000.000. Jumlah populasi dalam penelitian adalah 105 konsumen.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*.

Untuk menentukan ukuran sampel penelitian dari populasi tersebut dapat digunakan rumus dari Taro Yamane, (dalam Riduwan, 2012:65) sebagai berikut :

$$n = \frac{105}{105 \cdot (0.05)^2 + 1}$$

$$n = \frac{105}{1,2625}$$

$$n = 83,1683168317$$

$$n = 83$$

Jadi, total sampel yang diambil sebanyak 83 responden.

Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel yang akan diteliti (Riduwan, 2012:78). Untuk memperoleh data dalam penelitian ini, maka instrumen penelitian yang digunakan adalah angket berdasarkan identifikasi variabel dan untuk memudahkan peneliti dalam membuat angket.

Tabel 4. Kisi-Kisi Angket

No.	Variabel	Sub Variabel	Indikator Penelitian	Konstruk	No. Item		
1.	Gaya Hidup	Aktivitas	Pekerjaan	1. Wajib mengenakan batik 2. Suka memakai batik	1-2		
			Hobi	1. Penyuka batik 2. Hobi mengoleksi batik	3-4		
			Berbelanja	1. Suka berbelanja batik 2. Berbelanja sampai menemukan batik	5-6		
		Minat	Mode (<i>fashion</i>)	1. Tertarik memakai batik 2. Mengikuti perkembangan batik 3. Batik yang <i>fashionable</i>	7-9		
			<i>Prestise</i>	1. Batik yang berkualitas 2. Batik menambah penampilan	10-11		
		Pendapat	Terhadap diri sendiri	1. Terlihat formal 2. Lebih percaya diri	12-13		
			Pendidikan	1. Mencintai produk negeri 2. Melestarikan budaya bangsa	14-15		
			Budaya	1. Terlihat nasionalis 2. Batik menjadi tren berbusana	16-17		
		2.	Kualitas Produk	-	Daya Tahan	1. Kain batik memiliki kualitas baik 2. Kain batik tahan lama (<i>awet</i>)	18-19
					Kehandalan	1. Kain batik tidak cepat rusak/sobek 2. Kain batik tidak mudah luntur	20-21
Estetika	1. Kain batik memiliki motif bervariasi 2. Kain batik memiliki corak bervariasi 3. Kain batik memiliki corak menarik				22-24		
Kualitas yang dipersepsikan konsumen	1. Kain batik memiliki keunggulan produk 2. Kain batik nyaman ketika digunakan				25-26		
3.	Harga				-	Jangkauan harga dengan daya beli konsumen	1. Harganya bervariasi 2. Harganya terjangkau
		Daya saing harga dengan produk sejenis	1. Harga dapat bersaing di pasar 2. Harga dapat bersaing dengan produk sejenis	29-30			

			Kesesuaian harga dengan kualitas	1. Harga sesuai dengan keawetan kain batik 2. Harga sesuai dengan kualitas kain batik	31-32
			Waktu pembelian	1. Diberikan pilihan waktu yang panjang 2. Dapat berkunjung sesuai keinginan	33-34
4.	Keputusan Pembelian	-	Jumlah pembelian	1. Dapat membeli lebih dari satu kain batik 2. Diberikan banyak pilihan produk	35-36
			Metode pembayaran	1. Kemudahan pembayaran 2. Pembayaran tunai dan non tunai	37-38

Adapun pengukuran yang dilakukan dengan menggunakan skala likert. Sugiyono (2012:134), skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial dan menunjukkan tingkat kesetujuan atas ketidak setujuan responden. Skala yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Skala netral dihapuskan karena dengan adanya skala netral mengakibatkan responden lebih memiliki kecenderungan untuk memilih alternatif tengah atau netral terutama bagi reponden yang ragu-ragu dalam memilih jawaban dan hal ini dianggapnya sebagai pilihan yang aman (Widoyoko, 2013:106-107). Dengan empat pilihan ini, diharapkan mampu mengungkap perbedaan sikap responden lebih akurat.

Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendukung penelitian ini, teknik yang digunakan dalam pengumpulan data melalui teknik observasi, wawancara, dan angket.

Uji Instrumen

Uji instrumen pada penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu, uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dan uji reliabilitas dilakukan dengan mengambil 30 responden diluar sampel yang digunakan.

Hasil uji validitas dengan menggunakan program SPSS 16.0 *for windows* diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 5. Uji Validitas

No.	Indikator Pernyataan	Pearson Correlation	Sig.	Keterangan
1	X _{1,1}	0,620	0,000	Valid
2	X _{1,2}	0,640	0,000	Valid
3	X _{1,3}	0,482	0,007	Valid
4	X _{1,4}	0,664	0,000	Valid
5	X _{1,5}	0,679	0,000	Valid
6	X _{1,6}	0,560	0,001	Valid
7	X _{1,7}	0,620	0,000	Valid

8	X _{1,8}	0,702	0,000	Valid
9	X _{1,9}	0,406	0,026	Valid
10	X _{1,10}	0,406	0,026	Valid
11	X _{1,11}	0,679	0,000	Valid
12	X _{1,12}	0,463	0,010	Valid
13	X _{1,13}	0,442	0,014	Valid
14	X _{1,14}	0,640	0,000	Valid
15	X _{1,15}	0,608	0,000	Valid
16	X _{1,16}	0,640	0,000	Valid
17	X _{1,17}	0,383	0,037	Valid
18	X _{2,1}	0,419	0,021	Valid
19	X _{2,2}	0,764	0,000	Valid
20	X _{2,3}	0,537	0,002	Valid
21	X _{2,4}	0,667	0,000	Valid
22	X _{2,5}	0,573	0,001	Valid
23	X _{2,6}	0,510	0,004	Valid
24	X _{2,7}	0,597	0,000	Valid
25	X _{2,8}	0,547	0,002	Valid
26	X _{2,9}	0,545	0,002	Valid
27	X _{3,1}	0,548	0,002	Valid
28	X _{3,2}	0,772	0,000	Valid
29	X _{3,3}	0,608	0,000	Valid
30	X _{3,4}	0,462	0,010	Valid
31	X _{3,5}	0,631	0,000	Valid
32	X _{3,6}	0,505	0,004	Valid
33	Y ₁	0,727	0,000	Valid
34	Y ₂	0,677	0,000	Valid
35	Y ₃	0,737	0,000	Valid
36	Y ₄	0,673	0,000	Valid
37	Y ₅	0,632	0,000	Valid

Sumber: diolah peneliti

Berdasarkan tabel 5, dapat dilihat bahwa semua nilai sig hitung lebih kecil dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator pada instrumen penelitian dinyatakan valid.

Hasil uji reliabilitas dengan menggunakan program SPSS 16.0 for windows diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 6. Uji Reliabilitas

Item	Nilai Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
X ₁	0,869	0,60	Reliabel
X ₂	0,741	0,60	Reliabel
X ₃	0,621	0,60	Reliabel
Y	0,719	0,60	Reliabel

Sumber: diolah peneliti

Berdasarkan tabel 6, nilai Cronbach's Alpha dari semua item lebih dari 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item instrumen atau angket yang digunakan sudah reliabel dan layak digunakan untuk mengumpulkan data.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolineritas

Ghozali, (2013:105), Uji Multikolineritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen).

b. Uji Glejser

Gujarati, (2003), dalam Ghozali (2013:), Uji Glejser dilakukan untuk mendeteksi uji heteroskedastisitas dengan cara meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen.

c. Uji Normalitas

Ghozali (2013:160), Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.

d. Uji Linearitas

Ghozali, (2013:166), Uji Linearitas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Apakah fungsi yang digunakan dalam suatu studi empiris sebaiknya berbentuk linear, kuadrat, atau kubik.

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Riduwan (2012:155), Analisis regresi linear berganda adalah alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada tidaknya hubungan fungsi atau kausal antara dua variabel bebas atau lebih dan satu variabel terikat. Analisis regresi linear berganda dengan tiga variabel bebas, yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana :

Y = Variabel dependen, yaitu keputusan pembelian

a = Konstanta dari persamaan regresi

b₁ = Koefisien regresi dari gaya hidup

X₁ = Variabel gaya hidup

B₂ = Koefisien regresi dari kualitas produk

X₂ = Variabel kualitas produk

b₃ = Koefisien regresi dari harga

X₃ = Variabel harga

e = error

3. Koefisien Determinasi (R²)

Ghozali, (2012:97), Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen

4. Uji Hipotesis

a. Uji t

Ghozali (2009:17), menjelaskan bahwa "Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen".

b. Uji F

Ghozali (2009:16), menjelaskan bahwa "Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen".

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Berikut merupakan karakteristik responden pada penelitian ini, dengan jumlah 83 responden, sebagai berikut:

Tabel 7. Karakteristik Responden

Karakteristik		Jumlah	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	28	33,7%
	Perempuan	55	66,3%
Frekuensi Pembelian	1 Kali	24	28,9%
	2-4 Kali	35	42,2%
	> 5 kali	24	28,9%
Harga Kain yang Dibeli	Rp 500.000 - Rp 1.499.999	82	98,8%
	Rp 1.500.000 - Rp 2.999.999	1	1,2%
	Rp.3.000.000-Rp 5.000.000	0	0%

Sumber: data primer (diolah peneliti)

Berdasarkan tabel 7 menunjukkan bahwa pada karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh perempuan yaitu sebanyak 55 atau sebesar 66,3%. Pada karakteristik responden berdasarkan frekuensi pembelian didominasi oleh 2-4 kali yaitu sebanyak 35 atau sebesar 42,2%. Dan harga kain yang banyak dibeli oleh konsumen rentang harga Rp 500.000-Rp 1.499.999 sebesar 82 atau 98,8%.

Hasil Analisis Data

Tabel 8. Hasil Analisis Data

No	Jenis Uji	Hasil Uji			Syarat	Keterangan
1.	Uji Linieritas	0,000			< 0,05	Terdapat hubungan linier
2.	Uji Multikolineritas	Nilai Tol dan VIF			Nilai toleranc e > 0,10 dan nilai VIF < 10	Tidak terjadi multikoloneritas
			Tol	VIF		
		G H	.701	1.426		
		K P	.647	1.546		
		H	.636	1.572		
3.	Uji Normalitas	0,805			Nilai Asymp. Sig. > 0,05	Nilai residual berdistribusi normal
4.	Uji Glejser	GH	.487 .459 .072		Signifikan > 0,05	Tidak terjadi heterokedastisitas

Sumber: Hasil output SPSS for windows 16.0

1. Uji Linieritas

Hasil pengujian linieritas dari persamaan regresi pada penelitian ini dengan melihat signifikansi dengan syarat harus < 0,05. Hasil uji ANOVA terdapat hasil bahwa nilai signifikansi menunjukkan angka 0,000 dan nilai tersebut < 0,05.

2. Uji Multikolonieritas

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa seluruh vaeiabel bebas (X) yang digunakan dalam

penelitian ini mempunyai nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10, maka hal ini berarti dalam persamaan regresi tidak ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau bebas multikolonieritas, sehingga seluruh variabel bebas (X) tersebut dapat digunakan dalam penelitian. Jika nilai tolerance < 0,10 atau sama dengan nilai VIF > 10 maka terjadi multikolonieritas.

3. Uji Normalitas

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai Asymp. Signifikansi dari Unstandardized Residual sebesar 0,805 > 0,05, maka persamaan model regresi linier berganda memenuhi asumsi normalitas, sehingga dapat digunakan dalam penelitian.

4. Uji Glejser

Hasil tampilan output SPSS for windows 16.0 dengan jelas menunjukkan bahwa tidak ada satupun variabel independen yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen nilai Absolut Ut (AbsUt). Hal ini terlihat dari probabilitas signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5%. Jadi dapat disimpulkan model regresi tidak mengandung adanya Heteroskedastisitas.

5. Uji F

Hasil uji F menunjukkan bahwa F hitung sebesar 45.502 didukung pula dengan tingkat tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang nilainya lebih kecil dari 0,05 atau 5%. Dengan demikian Ho ditolak dan Ha diterima.

6. Uji t

Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung untuk variabel gaya hidup (X1) adalah sebesar 2.297 didukung pula dengan tingkat signifikansi sebesar 0,024 < 0,05 atau 5%, variabel kualitas produk (X2) adalah sebesar 3.195 didukung pula dengan tingkat signifikansi sebesar 0,002 < 0,05 atau 5%, dan variabel harga (X3) adalah sebesar 5.767 didukung pula dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 atau 5%. Hal ini menunjukkan Ho ditolak Ha diterima

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil uji regresi linier berikut ini:

Tabel 9. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Coefficientsa

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	-.567	1.502	
Gaya Hidup (X ₁)	.063	.027	.187
Kualitas Produk (X ₂)	.157	.049	.271
Harga (X ₃)	.445	.077	.493

Sumber: Hasil output SPSS for windows 16.0

Berdasarkan tabel 9, maka dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = -0,567 + 0,063X_1 + 0,157X_2 + 0,445X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

X₁ = Gaya Hidup

X₂ = Kualitas Produk

X₃ = Harga

e = eror

Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Berikut ini hasil koefisien determinasi

Tabel 10. Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.796 ^a	.633	.619	1.03433

Sumber : Hasil output SPSS for windows 16.0

Berdasarkan hasil tabel 10, dapat diketahui bahwa koefisien determinasi atau nilai Adjusted R Square sebesar 0,619. Hal ini berarti bahwa besarnya kontribusi variabel bebas gaya hidup (X₁), kualitas produk (X₂), dan harga (X₃) secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian kain batik di Mirota Surabaya yaitu sebesar 0,619 atau 61,9%. Sedangkan sisanya sebesar 38,1% disebabkan oleh faktor-faktor lain diluar variabel-variabel yang dipergunakan dalam penelitian ini.

Pembahasan

1. Pengaruh Gaya Hidup (X₁), Kualitas Produk (X₂), dan Harga (X₃) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Kain Batik Di Mirota Surabaya secara parsial.

- Variabel gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian kain batik di Mirota Surabaya.

Hasil penelitian berdasarkan Uji t menunjukkan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian kain batik di Mirota Surabaya. Hasil uji t pada penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 2.297 didukung pula dengan tingkat signifikansi sebesar $0,024 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa variabel gaya hidup secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

Berdasarkan angket penelitian yang diperoleh dari penilaian responden, secara keseluruhan responden memiliki persepsi yang tinggi mengenai gaya hidup, tercermin pada besarnya nilai rata-rata total sebesar 3,28. Akan tetapi variabel gaya hidup pada pembelian kain batik di Mirota Surabaya memiliki pengaruh yang

paling rendah dibandingkan dengan variabel lainnya.

Dari hasil angket penelitian yang diperoleh, konsumen kain batik di Mirota Surabaya memiliki gaya hidup yang telah diukur berdasarkan aktivitas, minat, dan pendapat konsumen terhadap batik. Berdasarkan aktivitas, konsumen kain batik Mirota Surabaya memiliki aktivitas yang meliputi pekerjaan, hobi, dan berbelanja. Berdasarkan minat, konsumen kain batik Mirota Surabaya memiliki minat yang meliputi mode (fashion) dan prastise. Dan berdasarkan pendapat, konsumen kain batik Mirota Surabaya memiliki pendapat yang meliputi terhadap diri sendiri, pendidikan, dan budaya.

Pekerjaan dalam aktivitas ini merupakan aktivitas atau kegiatan konsumen yang berkaitan penggunaan batik. Konsumen kain batik Mirota Surabaya rata-rata adalah seorang pekerja, dimana sebagian dari mereka ada yang diwajibkan untuk mengenakan batik pada hari tertentu dan ada sebagian yang memang suka mengenakan batik saat bekerja. Sehingga konsumen kain batik Mirota Surabaya membeli kain batik untuk dijadikan pakaian yang digunakan saat bekerja.

Hobi dalam aktivitas ini merupakan kegiatan atau aktivitas yang sering dilakukan dan disukai oleh konsumen yang berkaitan dengan batik. Konsumen kain batik Mirota Surabaya sebagian dari mereka ada yang memang penyuka batik. Sehingga mereka membeli kain batik untuk dijadikan hobi mengoleksi batik

Berbelanja dalam aktivitas ini merupakan kegiatan atau aktivitas membeli suatu produk. Konsumen kain batik Mirota Surabaya sebagian dari mereka ada yang memang suka menggunakan waktunya untuk berbelanja batik. Konsumen ini biasanya akan berbelanja batik sampai menemukan batik yang disukai.

Mode (*fashion*) dalam minat ini adalah kecenderungan konsumen mengikuti perkembangan batik. Dimana konsumen kain batik Mirota Surabaya sebagian besar dari mereka minat membeli kain batik di Mirota Surabaya karena memiliki ketertarikan terhadap batik. Konsumen ini juga tertarik membeli kain batik Mirota Surabaya yang memiliki motif dan corak batik yang fashionable. Hal ini dikarenakan mereka mengikuti perkembangan fashion khususnya batik.

Prastise (*gengsi*) dalam minat ini merupakan sebuah keinginan dan harapan untuk mendapat penilaian dan pengakuan atas simbol dan statusnya dari masyarakat atas batik yang dikenakan. Sebagian dari konsumen kain batik Mirota Surabaya minat memilih membeli kain batik di Mirota Surabaya karena suka memakai batik yang berkualitas dan menambah penampilannya di masyarakat.

Terhadap diri sendiri dalam pendapat ini adalah cara pandang konsumen terhadap diri sendiri melalui pandangan serta penilaian

seseorang terhadap dirinya sendiri. Konsumen kain batik Mirota Surabaya memiliki pendapat bahwa mereka merasa terlihat lebih formal dengan memakai batik, serta mereka terlihat lebih percaya diri saat memakai batik di acara-acara tertentu.

Pendidikan dalam pendapat ini adalah cara pandang konsumen terhadap pembelajaran bagi setiap individu untuk mencapai pengetahuan dan pemahaman yang lebih baik mengenai suatu obyek. Konsumen kain batik Mirota Surabaya memiliki pendapat bahwa saat mengenakan batik mereka terlihat mencintai produk dalam negeri, serta saat mereka menggunakan batik terlihat ikut melestarikan budaya bangsa. Karena dengan menggunakan batik maka kita mengambil andil dalam melestarikan seni budaya yang dimiliki oleh bangsa Indonesia.

Budaya dalam pendapat ini adalah cara pandang konsumen berpendapat bahwa telah terjadi perubahan budaya saat ini. Konsumen kain batik Mirota Surabaya memiliki pendapat bahwa mereka akan terlihat lebih nasionalis dengan memakai batik, karena batik adalah warisan budaya dunia milik Indonesia. Serta mereka terlihat seperti mengikuti tren berbusana dengan memakai batik yang sedang menjadi budaya di Indonesia saat ini.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan pendapat Pride dan Ferrell (dalam Saragih 2013) menjelaskan bahwa gaya hidup seseorang juga mempengaruhi kebutuhan produk konsumen, preferensi merek, tipe media yang digunakan dan bagaimana dan dimana mereka melakukan pembelian barang. Semakin spesifik gaya hidup seorang konsumen maka akan semakin tinggi kemungkinan pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen.

Hasil penelitian ini juga juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Yuliana (2009) menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian batik tulis Danar Hadi. Dapat disimpulkan bahwa gaya hidup mempengaruhi keputusan pembelian kain batik di Mirota Surabaya

- b. Variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian kain batik di Mirota Surabaya.

Hasil penelitian berdasarkan Uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian kain batik di Mirota Surabaya. Hasil uji t pada penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 3.195 didukung pula dengan tingkat signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa variabel kualitas produk secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

Berdasarkan angket penelitian yang diperoleh dari penilaian responden, secara keseluruhan

responden memiliki persepsi yang tinggi mengenai kualitas produk, tercermin pada besarnya nilai rata-rata total sebesar 3,26. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk dari kain batik di Mirota Surabaya menjadi salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen ketika mengambil keputusan pembelian.

Dari hasil angket penelitian yang diperoleh kain batik yang ditawarkan oleh Mirota Surabaya memiliki daya tahan yang baik, sehingga kain batik yang ditawarkan oleh Mirota Surabaya dapat digunakan dalam jangka waktu yang lama. Kain batik yang ditawarkan oleh Mirota Surabaya juga memiliki kehandalan yang baik. Hal ini dapat dilihat dari kain batik Mirota Surabaya yang tidak mudah sobek dan tidak mudah luntur ketika dicuci.

Kain batik yang ditawarkan Mirota Surabaya memiliki estetika yang menarik. Hal ini dapat dilihat dari berbagai jenis batik, motif dan corak kain batik yang bervariasi dan menarik. Dalam hasil angket penelitian yang diperoleh estetika yang dimiliki oleh kain batik yang ditawarkan oleh Mirota Surabaya memiliki rata-rata mean yang cukup tinggi. Sehingga hal ini menunjukkan bahwa estetika kain batik yang ditawarkan oleh Mirota Surabaya menjadikan daya tarik konsumen untuk membeli.

Kain batik yang ditawarkan Mirota Surabaya memiliki kualitas yang baik atau keunggulan produk. Kain batik memiliki keunggulan yakni nyaman ketika digunakan. Hal ini dikarenakan kain batik pada harga Rp 500.000 hingga Rp 5.000.000 menggunakan kain katun dan sutra.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan pendapat Kotler dan Keller (2009:143), bahwa kualitas sebagai totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Hal ini menyatakan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memuaskan kebutuhan atau keinginan konsumen, maka kualitas produk dari kain batik di Mirota Surabaya harus mendapat perhatian, karena kualitas produk memiliki kaitan erat dengan pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen.

Hasil penelitian ini juga juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Walukow, dkk (2014) menunjukkan bahwa kualitas produk secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Banten Center Sonder Minahasa. Dapat disimpulkan bahwa kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian kain batik di Mirota Surabaya.

- c. Variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian kain batik di Mirota Surabaya.

Hasil penelitian berdasarkan Uji t menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian kain batik di Mirota Surabaya. Hasil uji t pada penelitian menunjukkan bahwa harga mempengaruhi

keputusan pembelian sebesar 5.767 didukung pula dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa variabel harga secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian dan memiliki pengaruh yang lebih besar dibandingkan dengan faktor yang lain.

Berdasarkan angket penelitian yang diperoleh dari penilaian responden, secara keseluruhan responden memiliki persepsi yang tinggi mengenai harga, tercermin pada besarnya nilai rata-rata total sebesar 3,29. Hal ini menunjukkan bahwa harga kain batik di Mirota Surabaya menjadi salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen ketika mengambil keputusan pembelian.

Dari hasil angket penelitian yang diperoleh kain batik yang ditawarkan oleh Mirota Surabaya memiliki jangkauan harga dengan daya beli konsumennya. Hal ini dikarenakan Mirota Surabaya menawarkan bervariasi harga kain batik yang dapat disesuaikan dengan kemampuan daya beli konsumen. Mirota Surabaya membagi kain batik menjadi tiga segmen, yaitu segmen bawah, segmen menengah, dan segmen atas. Dalam penelitian ini dilakukan pada segmen menengah. Konsumen pada segmen menengah diberikan variasi harga kain batik, yakni mulai Rp 500.000 hingga Rp 5.000.000 yang dapat disesuaikan dengan daya beli konsumen.

Kain batik yang ditawarkan Mirota Surabaya memiliki daya saing harga dengan produk sejenis. Harga kain batik yang ditawarkan oleh Mirota Surabaya memang tidak berbeda jauh dengan harga yang ditetapkan oleh pesaingnya, namun di Mirota Surabaya konsumen dihadapkan pada bervariasi jenis, motif, dan corak kain batik yang menarik. Sehingga memberikan pilihan kain batik yang lebih banyak pada konsumen, walaupun harganya tidak beda jauh dengan produk sejenisnya.

Kain batik yang ditawarkan Mirota Surabaya memiliki kesesuaian harga dengan kualitas. Harga kain batik yang ditawarkan sudah disesuaikan dengan kualitas kain batik yang dapat dilihat dari bahan dan proses pembuatannya. Semakin mahal harga kain batik, maka semakin baik kualitas dari kain batik tersebut.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan pendapat Kotler dan Armstrong (2007:439), bahwa harga adalah jumlah semua nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Maka jelas bahwa harga memiliki pengaruh yang besar dibandingkan faktor yang lainnya. Hal ini dikarenakan, walaupun harga kain batik yang harus dibayarkan oleh konsumen tidak murah, namun konsumen mendapatkan kain batik dengan kualitas yang baik.

Hasil penelitian ini juga juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Masrita (2013) menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan

terhadap keputusan pembelian, serta memiliki pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian batik Jambi. Dapat disimpulkan bahwa harga mempengaruhi keputusan pembelian kain batik di Mirota Surabaya.

2. Pengaruh Gaya Hidup (X_1), Kualitas Produk (X_2), dan Harga (X_3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) Kain Batik Di Mirota Surabaya secara simultan.

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda maka diketahui nilai koefisien regresi masing-masing variabel bebas memiliki tanda positif. Hasil uji hipotesis dari uji F menunjukkan F hitung sebesar 45.502, dengan taraf signifikansi sebesar 0,000 yang nilainya lebih kecil dari 0,05 atau 5%. Hal ini menunjukkan hubungan yang searah antara variabel gaya hidup (X_1), kualitas produk (X_2), dan harga (X_3) secara simultan (bersama-sama) terhadap keputusan pembelian (Y) kain batik di Mirota Surabaya. Nilai koefisien berganda disesuaikan (Adjusted R^2) sebesar 0,619 atau 61,9% menunjukkan hubungan yang kuat dari perubahan keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh variabel gaya hidup (X_1), kualitas produk (X_2), dan harga (X_3). Sedangkan sisanya 38,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel-variabel yang dipergunakan dalam penelitian ini.

Dari hasil uji F diketahui bahwa variabel bebas gaya hidup (X_1), kualitas produk (X_2), dan harga (X_3) memiliki pengaruh yang signifikan secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan pembelian kain batik di Mirota Surabaya. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dengan uji F, penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Yuliana (2009), menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Serta penelitian Artono (2013) menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Menurut Pride dan Ferrell (dalam Saragih 2013) menjelaskan bahwa gaya hidup seseorang juga mempengaruhi kebutuhan produk konsumen, preferensi merek, tipe media yang digunakan dan bagaimana dan dimana mereka melakukan pembelian barang. Semakin spesifik gaya hidup seorang konsumen maka akan semakin tinggi kemungkinan pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen. Menurut Kotler (2005:214), konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan banyak dipengaruhi oleh persepsinya terhadap product, price, place, promotion (marketing mix) yang telah diterapkan oleh perusahaan selama ini.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa gaya hidup, kualitas produk, dan harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian kain batik di Mirota Surabaya.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan pembahasan dari hasil analisis data pada Bab IV dengan menggunakan program SPSS for windows 16.0, dapat disimpulkan bahwa:

1. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa variabel gaya hidup (X1) mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y) kain batik di Mirota Surabaya. Variabel kualitas produk (X2) mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y) kain batik di Mirota Surabaya. Harga (X3) mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y) kain batik di Mirota Surabaya.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan pada gaya hidup (X1), kualitas produk (X2), dan harga (X3) terhadap keputusan pembelian kain batik di Mirota Surabaya secara simultan.
3. Variabel harga (X3) memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan variabel independen yang lainnya.

Saran

Berdasarkan pembahasan dari hasil analisis data terdapat beberapa saran, diantaranya sebagai berikut :

1. Pada hasil penelitian ini harga adalah variabel yang memiliki pengaruh dominan daripada variabel lainnya, sehingga sebaiknya Mirota Surabaya tidak hanya melakukan pengelompokkan kain batik sesuai dengan jenis kain batiknya saja namun juga dapat dikelompokkan berdasarkan harganya. Hal ini bertujuan memudahkan konsumen ketika ingin membeli kain batik di Mirota Surabaya.
2. Berdasarkan penilaian responden pada angket yang telah di bagi, untuk kualitas produk dari kain batik dengan harga paling murah pada segmen menengah sebaiknya tetap menggunakan pewarna yang berkualitas baik agar tidak terjadi luntur saat kain batik sedang dicuci.
3. Berdasarkan penilaian responden pada angket yang telah di bagi, untuk harga dari kain batik yang ditawarkan oleh Mirota Surabaya sebaiknya menambah lebih banyak varian harga yang lebih terjangkau agar konsumen bisa menjangkau harga kain batik yang ditawarkan.
4. Untuk peneliti selanjutnya, dapat melakukan penelitian pada konsumen berpenghasilan tinggi apakah akan memiliki kecenderungan yang sama dengan konsumen yang memiliki penghasilan antara Rp 1.000.000 hingga Rp 5.000.000.

DAFTAR PUSTAKA

- Adri, W., Kamener, D., & Rossha, Z. (2013). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Merek Levis Di Kota Padang*, 1, No.2, 501-525.
- Artono, A. (2013). *Manajemen. Pengaruh Pelayanan, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Batik Di Rumah Batik PT. Batik Danar Hadi Semarang*, 2 No. 4, 113-128.
- Cahya, Eva. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Sony Experia Z Series Di Counter Insight Plaza Marina Surabaya Program Studi S1 Pendidikan Tata Niaga*. Skripsi tidak diterbitkan. Surabaya. PPs Universitas Negeri Surabaya
- Engel, J., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1994). *Perilaku Konsumen* (13 ed., Vol. 1). Jakarta: Binarupa Aksara.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hurriyati, R. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran* (13 ed., Vol. 1; 2). Jakarta: Erlangga.
- Marsita. (2013). *Jurnal Dinamika Manajemen. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Batik Jambi (Studi Di Show Room Dekranasda Provinsi Jambi)*, 1 (3).
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen* (5 ed., Vol. 1; 2). Jakarta: Erlangga.
- Purwati, Setiawan, H., & Rohmawati. (2012). *JENIUS. Pengaruh Harga Dan kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Matic (Studi Kasus Pada PT Nusantara Solar Sakti)*, 2 (3), 260-277.
- Riduwan. (2012). *Belajar Mudah Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Saragih, C. V. (2013). *Jurnal MIX. Pengaruh Kualitas Produk, Ketersediaan Produk, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lulur Mandi Sumber Ayu Di Jakarta*, 3 (2), 231-246.
- Sugiyono. (2012). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Syahbi, A. (2014). *Pengaruh Harga, Produk, Pelayanan, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Berbelanja Busana Muslim (Studi Kasus Karita Square Yogyakarta)*.
- Tjiptono, F. &. (2003). *Total Quality Management* (Revisi ed.). Yogyakarta: Andi.
- Walukow, A. L., Mananeke, L., & Sepang, J. (2014). *Jurnal EMBA. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Bentenan Center Sonder Minahasa*, 2 (3), 1737-1749.

- Widoyoko, E. P. (2013). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Yuliana, Ratna. (2009). *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Batik Tulis Danar Hadi (Studi Konsumen Wanita Pada Outlet Danar Hadi Diponegoro Surabaya)*, (online), (HYPERLINK "<http://www.scribd.com/doc/50589318/JURNAL-PENGARUH-GAYA-HIDUP-TERHADAP-KEPUTUSAN-PEMBELIAN>" \l "scribd" <http://www.scribd.com/doc/50589318/JURNAL-PENGARUH-GAYA-HIDUP-TERHADAP-KEPUTUSAN-PEMBELIAN#scribd> , diakses 14 Januari 2016)

