



## Pengaruh Gaya Hidup Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Wardah Exclusive Matte Lip Cream Di Perkumpulan Rutin Ibu-Ibu Rt 03 Desa Sumberwono Kabupaten Mojokerto

Cindy Putri Dwi Lestari<sup>1</sup>, Suyono<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura

### INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel:

Diterima : 2022

Diperbaiki: 2022

Disetujui : 2022

Keywords:

*Lifestyl, price, and purchasing decision.*

### Abstract

*The purpose of this study was to determine the lifestyle. The purpose of the partial influence of lifestyle on the purchasing decision of Wardah Exclusive Matte Lip Cream at the routine association of mothers in RT 03 Sumberwono Village Mojokerto Regency, to determine the effect of price partially on the purchasing decision of Wardah Exclusive Matte Lip Cream at routine gatherings. the women of RT 03 Sumberwono Village Mojokerto Regency, knowing the influence of lifestyle and price partially on the purchasing decision of Wardah Exclusive Matte Lip Cream at the routine gathering of women from RT 03 Sumberwono Village Mojokerto Regency.*

*This research is a quantitative research with survey method. The population of this research is the women of RT 03 Sumberwono Village who are consumers or users of Wardah Exclusive Matte Lip Cream products. Because at the gathering in RT 03, Sumberwono Village, there were 104 people known. The sampling technique used non-probability sampling with purposive sampling method in order to obtain a sample of 50 employees. The data analysis technique used is multiple regression.*

*The test results simultaneously (simultaneously) show that lifestyle and price variables have a positive effect on the purchasing decision of Wardah Exclusive Matte Lipcream, it can be proven that the results obtained are 4,469. Lifestyle variables have a significant positive effect on purchasing decisions, this is evidenced by the value of  $t_{count} = 2,965 < t_{table} 1,678$ . and the correlation coefficient value shows a relationship of 15.68%. The price variable has effect on purchasing decisions, this is evidenced by the value of  $t_{count} = -0,058 < t_{table} 1,678$ . and the correlation coefficient value shows a relationship of 0.44%*

✉ Penulis Korespondensi\*

Suyono

Email:

[bosyono\\_trunojoyo@yahoo.co.id](mailto:bosyono_trunojoyo@yahoo.co.id)

P-ISSN: 2775-3093

E-ISSN: 2797-0167

DOI :

Citation : Lestari, Cindy Putri Dwi & Suyono (2022), Pengaruh Gaya Hidup Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Wardah Exclusive Matte Lip Cream Di Perkumpulan Rutin Ibu-Ibu Rt 03 Desa Sumberwono Kabupaten Mojokerto, 2 (1), hlm. 86-93

### PENDAHULUAN

Kosmetik merupakan barang yang dibutuhkan di kalangan wanita yang menyukai penampilan cantik dan percaya diri. Kebutuhan kosmetik sudah mengarah pada gaya hidup dengan berbagai macam merek kosmetik baik produk dalam negeri maupun luar negeri. Sesuai dengan teori gaya hidup menurut Suharno dan Sutarso, 2010:89 gaya hidup seseorang mempengaruhi perilakunya dalam hal memilih suatu produk agar sesuai dengan gaya hidup yang disandangnya.

Salah satu produk kosmetik yang memiliki banyak peminat adalah pada produk kosmetik untuk pewarna bibir atau disebut lipstik. Bentuk lipstik bermacam-macam yakni ada yang berbentuk padat disebut lipstik dan ada yang berbentuk cair atau krim disebut dengan lip cream. Untuk jenis dan

fungsi dari lipstik sendiri beragam untuk saat ini, yang sering digunakan oleh para wanita adalah seperti pelembab untuk melembabkan bibir yaitu satin dan sheer yang membuat bibir berkilau, dan matte yang memberi kesan bibir natural.

Wardah Cosmetics merupakan salah satu merek yang diproduksi oleh PT. Paragon Technology and Innovation. Seluruh produk yang dihasilkan Wardah Cosmetics berjumlah 200 macam dan telah mendapat sertifikasi halal oleh Majelis Ulama Indonesia. Penjualan yang dimulai sejak tahun 1995 melalui *door-to-door* ini kemudian telah berkembang menjadi 1500 outlet yang tersebar di *Department Store* dan Pusat perbelanjaan lengkap dengan konsultan kecantikannya. Di dalam *Top Brand Award* ada salah satu macam Top Brand yang berisi kategori perawatan pribadi dengan merek terfavorit. Kategori perawatan pribadi diklasifikasikan menjadi beberapa macam seperti *Body Cologne* (parfum) untuk pria dan wanita, sabun pembersih muka, bedak wajah, deodorant, lipstik, dan sebagainya.

Untuk segi harga, Lip Cream Wardah sendiri termasuk terjangkau jika dibandingkan dengan produk dari luar negeri. Namun jika dibandingkan dengan produk dalam negeri seperti emina dengan harga Rp. 39.000,00 Pixy dengan harga Rp. 45.000,00 Wardah adalah produk yang paling tinggi dengan harga Rp. 60.000,00. Sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong dalam buku Setyningrum, dkk (2015:128) mendefinisikan bahwa harga sebagai sejumlah uang yang diminta untuk suatu produk atau jasa. Sehingga jika dilihat dari tabel 1.3 menjelaskan bahwa harga produk Wardah Exclusive Matte Lip Cream dengan harga yang relatif mahal konsumen mengharapkan Lipcream ini dapat memberikan manfaat atau keuntungan yang sesuai dengan harga yang telah ditentukan.

Keputusan pembelian pada tiap-tiap konsumen terkadang juga dipengaruhi oleh harga yang ditawarkan produk. Menurut Tjiptono (2004) "harga diartikan sebagai satuan moneter atau ukuran lainnya yang ditukarkan agar diperoleh hak atau kepemilikan atas suatu barang dan jasa". Harga dijadikan sebagai nilai yang harus dikeluarkan untuk kepemilikan pada suatu produk yang diinginkan. Dalam teori Kotler dan Armstrong (2016:177) mengemukakan bahwasannya keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Artinya konsumen melakukan berbagai pertimbangan untuk bertindak dalam memilih suatu produk.

Desa sumberwono merupakan salah satu desa yang ada di kecamatan bangsal lebih tepatnya di Kabupaten Mojokerto. Di desa ini terdapat beberapa dusun salah satunya adalah dusun wonokerto. Pada dusun wonokerto dibagi menjadi 3 RT yaitu RT 01, RT 02, dan RT 03. Pada RT 03 yang diketuai oleh Bapak Suthoyib selalu mengadakan perkumpulan rutin. Dalam perkumpulan yang selalu diadakan tiap 1 bulan sekali tersebut dihadiri oleh para Ibu-Ibu di RT 03. Tujuan dari perkumpulan tersebut untuk mempererat silaturahmi antar lingkungan RT 03. Selain bertujuan untuk mempererat silaturahmi, biasanya para ibu-ibu dalam perkumpulan tersebut menambah wawasan dalam dunia masak, kesehatan maupun dunia make up dengan cara mendatangkan ahli bidangnya masing-masing.

Seperti yang sudah dilakukan peneliti dalam pra penelitian, bahwa seorang ibu tidak hanya dituntut untuk bisa masak dan mengurus rumah, namun juga dituntut untuk berpenampilan menarik terutama ketika berada disuatu acara penting. Sehingga dalam perkumpulan tersebut ada sharing hearing masalah fashion maupun kecantikan. Sehingga seorang ibu yang selalu identik dengan mengurus rumah saja menjadi tidak ketinggalan zaman masalah penampilan. Terutama masalah kecantikan, seorang ibu yang mengatur keuangan dalam rumah tangga selalu memilih produk yang murah namun dengan kualitas bagus.

Seperti kalangan ibu-ibu pada umumnya yang menyukai produk yang terjangkau dan kualitas bagus. Namun dengan produk Wardah *Exclusive Matte Lip Cream* yang cenderung lebih mahal dibandingkan produk lain tetap menduduki posisi teratas, karena konsumen sering kali lebih memilih produk dengan kualitas bagus namun harga yang lumayan tinggi daripada harga rendah dengan kualitas yang biasa saja.

Oleh karena itu, pada penjelasan diatas penulis ingin melakukan penelitian untuk mengetahui alasan pembelian *lipstick* produk wardah yang memiliki harga jual lebih tinggi akan tetapi menjadi nomer satu dalam hal penjualan dengan objek penelitian adalah perkumpulan rutin ibu-ibu RT 03

Desa Sumberwono Kabupaten Mojokerto. Adapun judul dari penelitian ini ialah “**Pengaruh Gaya Hidup dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Wardah *Exclusive Matte Lip Cream* Di Perkumpulan Rutin Ibu-Ibu RT 03 Desa Sumberwono**”

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis dan Sumber Data**

Dalam hal ini jenis penelitian yang digunakan ialah penelitian kuantitatif yang memiliki pengertian sebagai metode penelitian yang menggunakan analisis statistik karena data penelitian berupa angka-angka. Metode yang diterapkan dalam penelitian ini menggunakan metode survei. Menurut Freddy Rangkuti (2017:45) dengan metode survei penggalian data informasi dapat dilakukan secara terperinci karena pertanyaan dilakukan secara jelas dan peneliti dapat mengontrol pertanyaan tersebut sehingga jawaban yang dihasilkan jelas dan rinci.

Alat yang digunakan dalam proses penggalian data ini adalah menggunakan kuesioner dengan tujuan pencarian informasinya kepada responden dapat mewakili populasi. Untuk penelitian yang dilakukan ini, sasaran yang dituju adalah ibu-ibu perkumpulan di RT 03 Desa Sumberwono yang menjadi konsumen produk Wardah *Exclusive Matte Lip Cream*. Penelitian dilakukan di RT.03 Desa Sumberwono dan waktu untuk melaksanakan penelitian ini adalah mulai bulan April.

Sumber data primer adalah sumber data yang secara langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data ini diperoleh peneliti dengan melakukan penggalian data kepada responden yang telah ditentukan sebelumnya. Teknik yang dapat dilakukan dalam penggalian data primer ini adalah dengan menggunakan kuesioner (angket), wawancara, observasi (pengamatan) dan dokumentasi (Burhan Bungin, 129). Data primer yang diperoleh dari penelitian ini adalah melalui hasil kuesioner dan wawancara kepada responden dan dokumentasi (Sugiyono, 193).

### **Definisi Operasional Variabel**

Variabel independen atau variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen atau variabel terikat (Sugiyono, 2013:59). Variabel independen dalam penelitian ini adalah Gaya Hidup (X1), dan Harga (X2). Variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2013:59). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

## **HASIL**

### **1. Uji Instrumen Data**

#### **a. Uji Validitas**

Kriteria uji validitas menurut Sugiyono (2016:126) adalah bila korelasi tiap faktor tersebut positif dan besarnya 0,3 keatas maka faktor tersebut merupakan *construct* yang kuat. Selanjutnya jika korelasi dibawah 0,3 maka dapat disimpulkan instrumen tersebut tidak valid, sehingga harus diperbaiki atau dibuang. Uji validitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui keabsahan atau kebenaran instrumen. Instrumen penelitian ini gaya hidup, harga, keputusan pembelian. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 50 responden dengan nilai  $r$  tabel untuk 50 responden adalah sebesar 0,2353 untuk taraf signifikansi 0,05 (5%). Pengujian dikatakan valid apabila angka koefisien korelasi ( $r_{hitung}$ ) yang diperoleh lebih besar dari nilai  $r_{tabel}$ .

#### **b. Uji Reabilitas**

Uji reliabilitas menurut Ghazali (2018:45) merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau *construct*. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Butir kuesioner dikatakan reliabel (layak) jika *Cronbach's Alpha* > 0,6 dan dikatakan tidak reliabel (tidak layak) jika *Cronbach's Alpha* < 0,6.

### **2. Uji Asumsi Klasik**

#### **a. Uji Normalitas**

Uji Normalitas data bertujuan untuk mendeteksi distribusi data dalam satu variabel yang akan digunakan dalam penelitian apakah berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati normal (normalitas), dengan uji 1-

sample-KS atau uji Kolmogorov-Smirnov dengan syarat  $> 0.05$ . data dalam penelitian ini memiliki nilai signifikansi diperoleh sebesar 0.126 yang berarti lebih dari 0.05, sehingga data dalam penelitian ini dapat dikatakan berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui hubungan model regresi antar variabel bebas dan terikat. Model regresi dapat dikatakan baik jika tidak terjadi multikolinieritas. Multikolinieritas terjadi jika nilai tolerance  $> 0,1$  atau nilai VIF  $< 10$ . nilai tolerance dari seluruh variabel bebas dalam penelitian ini diatas 0,1. Variabel gaya hidup dan variable harga menunjukkan nilai tolerance sebesar 0.999. Nilai VIF dari seluruh variabel bebas dalam penelitian ini menunjukkan nilai  $> 10$  yaitu Variabel gaya hidup dan variable harga sebesar 1.001. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel bebas dalam penelitian ini tidak menunjukkan adanya gejala multikolinieritas yang berarti bahwa tidak adanya hubungan antara variabel bebas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Hasil regresi antara variabel independen dengan absolut residualnya menunjukkan bahwa koefisien dari masing-masing variabel independen tidak ada yang signifikan (taraf signifikansi  $> 0,05$ ). Sehingga tidak menjadi masalah heteroskedastisitas.

d. Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui bentuk hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebas. Apakah fungsi yang digunakan berbentuk linier, kuadrat, atau kubik. Dalam pengujian linieritas menggunakan aplikasi SPSS versi 21 dan merujuk pada kolom sig. pada baris *linierity* pada table anova. Jika kurang dari 0,05 maka bersifat linier. Berdasarkan dari hasil data yang di peroleh, nilai signifikansinya adalah  $> 0,05$  maka terdapat hubungan yang linier. hasil uji linieritas diketahui nilai sig. deviation from linearity 0,607  $> 0,05$  yang artinya terdapat hubungan yang linear antara Keputusan Pembelian dengan Gaya Hidup.

Hasil uji linieritas diketahui nilai sig. deviation from linearity 0,865  $> 0,05$  yang artinya terdapat hubungan yang linear antara Keputusan Pembelian dengan Harga

### 3. Uji Hipotesis

a. Uji Linier Berganda

Hasil perhitungan regresi linier berganda tersebut diatas maka dapat disusun persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$\hat{Y} = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$
$$Y = 13,187 + 0.301X_1 - 0,058X_2$$

Maksud dari persamaan tersebut adalah sebagai berikut :

1. Konstanta ( $\alpha$ )

$\alpha$  : 13,187 Artinya apabila  $X_1, X_2 = 0$ . Pada persamaan regresi tersebut menunjukkan nilai konstanta sebesar 13,187. Hal ini menyatakan bahwa jika gaya hidup dan harga terhadap keputusan pembelian dianggap konstanta, maka keputusan pembelian Wardah *Exclusive Matte Lipcream* akan konstan sebesar 13,187

2. Koefisien regresi gaya hidup ( $X_1$ )

Koefisien regresi pada variable gaya hidup sebesar 0,301 hal tersebut berarti jika variabel gaya hidup bertambah satu satuan maka variable keputusan pembelian Wardah *Exclusive Matte Lipcream* bertambah sebesar 0,301 satuan atau jika gaya hidup seseorang semakin tinggi maka semakin tinggi tingkat keputusan pembelian wardah *exclusive matte cream*

3. Koefisien regresi harga ( $X_2$ )

Koefisien regresi variabel hargasebesar -0,058 menunjukkan adanya penurunan variable harga. Apabila variable harga bertambah satu satuan maka dapat mengakibatkan penurunan tingkat keputusan pembelian Wardah *Exclusive Matte Lipcream* dengan asumsi, faktor-faktor lain dalam keadaan konstan atau tetap.

Dari perhitungan regresi diatas dapat disimpulkan bahwa variabel bebas Gaya Hidup dan Hargasecara simultan (bersama-sama) memberikan pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Wardah *Exclusive Matte Lipcream*. Sedangkan variabel Hargatidak memberikan pengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Wardah *Exclusive Matte Lipcream*.

b. Uji T

- a. Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian Wardah *Exclusive Matte Lipcream*  
 Hasil penelitian diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar 2,965 dan  $t_{tabel}$  ( $n-k-1: 50-2-1=47$ ): 1,678 sehingga dapat diketahui  $t_{hitung} = 2,965 > t_{tabel} 1,678$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima pada level of signifikan sebesar 0,05. Sehingga variabel gaya hidup ( $X_1$ ) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian wardah *exclusive matte cream* (Y) sehingga hipotesa yang diajukan terbukti kebenarannya.  
 Nilai koefisien korelasi (r) digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas gaya hidup ( $X_1$ ) terhadap variasi variabel terikat (keputusan pembelian). Dari tabel perhitungan SPSS dapat diketahui nilai koefisien korelasi sebesar 0.396 menunjukkan hubungan yang rendah terhadap variabel terikat. Koefisien determinasi menunjukkan seberapa besar variasi dari variabel bebas mampu dijelaskan terhadap variabel terikat. Dengan demikian koefisien determinasi didapatkan ( $r^2$ ) berarti, 0,1568 atau 15,68% variasi dari Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variabel bebas Gaya Hidup.
- b. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Wardah *Exclusive Matte Lipcream*  
 Hasil penelitian diperoleh  $t_{hitung}$  sebesar -0,058 dan  $t_{tabel}$  ( $n-k-1: 50-2-1=47$ ): 1,678 sehingga dapat diketahui  $t_{hitung} = -0,058 < t_{tabel} 1,678$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_2$  ditolak pada level of signifikan sebesar 0,05. Sehingga variabel harga ( $X_2$ ) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Wardah *Exclusive Matte Lipcream* sehingga hipotesa yang diajukan tidak terbukti kebenarannya.  
 Nilai koefisien korelasi (r) digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas Harga ( $X_2$ ) terhadap variasi variabel terikat (keputusan pembelian). Dari tabel perhitungan SPSS dapat diketahui nilai koefisien korelasi sebesar -0.066 menunjukkan hubungan yang rendah terhadap variabel terikat. Koefisien determinasi menunjukkan seberapa besar variasi dari variabel bebas mampu dijelaskan terhadap variabel terikat. Dengan demikian koefisien determinasi didapatkan ( $r^2$ ) berarti, 0,0044 atau 0,44% variasi dari Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variabel bebas Harga.
- c. Uji F  
 Digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS diperoleh hasil  $F_{hitung}$  sebesar 4,469. Langkah-langkah pengujian hipotesis (Uji F) :  
 1) Ketentuan yang digunakan, yaitu :  
 $H_0 : b_1 = b_2 = 0$   
 Menunjukkan secara simultan antara variabel bebas tidak memiliki pengaruh signifikan dengan variabel terikat.  
 $H_1 : b_1 \neq b_2 \neq 0$   
 Menunjukkan secara simultan antara variabel bebas memiliki pengaruh signifikan dengan variabel terikat.  
 2) Dengan taraf signifikansi  $\alpha = 0,05$   
 3) Menentukan nilai kritis  
 Cara menentukan  $F_{tabel}$  adalah dengan menentukan derajat bebas pembilang atau  $df_1$  yang berjumlah 2 variabel bebas, setelah itu menentukan derajat bebas pembaginya atau  $df_2$ ,  $df_3$  dengan rumus  $n-k-1 = 50-2-1 = 47$ , berarti nilai  $F_{tabel}$  terletak antara persilangan  $df_1$ ,  $df_2$ ,  $df_3$  (2 : 47), sehingga diperoleh Nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3.20.  
 Dari hasil perhitungan tersebut diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 4,469 yang berarti  $F_{hitung}$  (4,469)  $> F_{tabel}$  (3,20) jadi  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel bebas Gaya Hidup dan Harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Wardah *Exclusive Matte Lipcream*.
- d. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )  
 Dapat diketahui bahwa nilai koefisien derterminasi ( $R^2$ ) sebesar 0,007 atau 0,7% yang artinya variasi dari Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variabel bebas Gaya Hidup dan Harga sebesar 0,7%.

## PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup dan harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan hasil regresi linier berganda  $Y = 13,187 + 0,301X_1 - 0,058X_2$ . Untuk mengetahui pengaruh variabel gaya hidup dan harga terhadap keputusan pembelian dapat dijelaskan sebagai berikut :

### a. Pengaruh gaya hidup dengan keputusan pembelian

Berdasarkan hasil uji statistik variabel gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian hal ini dapat dibuktikan nilai signifikansi  $0,005 < 0,05$ . Hasil penelitian didukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Alvi Zumaroh Putri, Ita Rifiani Permatasari (2018) dengan judul penelitian Pengaruh gaya hidup dan harga terhadap keputusan pembelian produk muslim fashion di Elzatta Kawi Malang. Dari hasil penelitian tersebut dapat diketahui bahwa Gaya hidup dan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Menurut Kotler yang dikutip dalam Melissa Paendong, Maria, Tielung (2016) dalam jurnal pengaruh kebutuhan dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian ponsel smartfren menyebutkan bahwa Gaya hidup adalah suatu pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia.

Hasil temuan teoritik menunjukkan bahwa tanggapan sebagian besar responden terhadap Gaya Hidup adalah "Kurang Setuju" karena dari semua pernyataan memiliki nilai rata-rata 3,965. Dari 4 pernyataan mengenai Gaya Hidup, semuanya memiliki rata-rata diatas 3 dengan rata-rata terendah sebesar 3,40 pada pernyataan "Anda membeli karena mengikuti *trend*" dan rata-rata tertinggi sebesar 4,34 pada pernyataan "Anda sering gonta-ganti lipstik sebelum memutuskan membeli Wardah *Exclusive Matte Lip Cream*".

Pada variabel tersebut mengindikasikan bahwa para responden di desa Sumberwono memutuskan untuk membeli Wardah *Exclusive Matte Lipcream* tidak berdasarkan mengikuti trend melainkan sebelum membeli produk tersebut para responden melakukan survey dengan membeli produk *Lipcream* dengan merk yang lain, hingga akhirnya saat mencoba Wardah *Exclusive Matte Lipcream* para responden merasa bahwa produk tersebut sesuai dengan apa yang dibutuhkan.

Para responden dalam hal ini adalah Ibu – Ibu desa Sumberwono termasuk ke dalam Ibu – ibu yang selektif dikarenakan berdasarkan hasil pengisian kuesioner dapat diketahui bahwa para responden kurang setuju pada pernyataan membeli karena mengikuti *Trend*. Hal yang dilakukan oleh para responden dalam proses pencarian produk adalah terus mencoba berbagai jenis merk dari produk yang serupa sampai menemukan produk yang sesuai dengan kebutuhannya. Hal tersebut sudah menjadi kebiasaan setiap perempuan. Sedangkan untuk saat ini proses pengenalan produk ke masyarakat sangat mudah disampaikan, dengan adanya bantuan social media, maka dalam sekejap masyarakat akan mengetahui produk tersebut. Dengan adanya kemudahan dalam pengenalan produk tersebut membuat perempuan mencoba berbagai macam jenis lipcream dari merk yang lain. Perempuan tidak akan mengikuti trend jika trend tersebut tentang berhias diri. Karena setiap perempuan memiliki karakteristik wajah tersendiri dan selera masing – masing. Perempuan cenderung akan menghabiskan banyak waktu dan materi hanya untuk mencari produk yang sesuai dengan keinginannya dan kebutuhannya. Sehingga keputusan pembelian suatu produk tidak ditentukan dari trend apa yang saat ini sedang diminati banyak orang. Melainkan melakukan keputusan pembelian hanya untuk mencoba produk tersebut, apakah produk tersebut lebih baik dari produk yang selama ini dipakainya. Ketika seseorang sudah menemukan produk yang sesuai dengan kebutuhannya maka cenderung akan memberitahukan secara tidak langsung kepada orang lain bahwa produk tersebut bagus. Dari proses gaya hidup tersebut akan memberikan impact kepada pemilik *Brand* karena secara tidak langsung konsumennya sudah melakukan promosi untuk produk yang dijualnya.

Variabel gaya hidup merupakan variabel yang paling memberikan pengaruh besar terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis statistik bahwa gaya hidup mempunyai koefisien determinasi didapatkan ( $r^2$ ) berarti, 0,1568 atau 15,68% variasi dari Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variabel bebas Gaya Hidup.

### b. Pengaruh Harga dengan Keputusan Pembelian

Variabel Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini disebabkan karena harga merupakan patokan utama dari konsumen atau pembeli sebelum melakukan pembelian sebuah

barang. Banyak konsumen yang menilai suatu produk melalui harga yang telah ditentukan. Menurut Tjiptono dan Chandra (2012:319) Harga bagi sebagian konsumen dijadikan sebagai satu-satunya pertimbangan dalam membeli produk.

Hasil temuan secara teoritik menunjukkan bahwa tanggapan sebagian besar responden terhadap Harga adalah "Kurang Setuju" karena dari semua pernyataan memiliki nilai rata-rata 3,867. Dari 3 pernyataan mengenai Harga, semuanya memiliki rata-rata diatas 3 dengan rata-rata terendah sebesar 3,58 pada pernyataan "Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produknya" dan rata-rata tertinggi sebesar 4,24 pada pernyataan "Harga yang ditawarkan sesuai dengan kondisi keuangan Anda".

Menurut Maria Agatha (2018) Hubungan antara harga dengan keputusan pembelian yaitu harga mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian, semakin tinggi harga maka keputusan pembelian semakin rendah, sebaliknya jika harga rendah keputusan pembelian berubah semakin tinggi. Konsumen sendiri memiliki persepsi mengenai harga, bahwa semakin tinggi harga suatu produk makin tinggi pula kualitas produk. Hal tersebut terjadi ketika konsumen tidak memiliki petunjuk lain dari kualitas produk selain harga.

Sedangkan berdasarkan hasil kuesioner dapat diketahui bahwa responden merasa netral harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produknya. Merujuk pada jurnal Maria Agatha (2018) yang menyebutkan bahwa konsumen akan memiliki persepsi mengenai harga dan kualitas produk jika tidak memiliki petunjuk lain. Hal ini sesuai dengan hasil dari pengisian kuesioner. Bahwa para responden lebih setuju bahwa harga yang ditawarkan sesuai dengan kondisi keuangan mereka. Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa yang dilakukan para responden sebelum membeli tidak hanya melihat berapa harga yang ditawarkan melainkan melihat apakah keuangan yang dimiliki masih memadai dan tidak kekurangan. Sehingga meskipun harga tersebut sedikit lebih mahal dari harga yang sebelumnya telah dibeli tidak memberikan pengaruh kepada responden. Karena patokan utama dari para responden di desa Sumberwono adalah kondisi keuangan tidak hanya tentang kualitas.

Merupakan hal yang umum dan wajar jika patokan utama para responden adalah kondisi keuangan, karena ditengah pandemic seperti ini sangat memberikan pengaruh untuk semuanya. Seperti pekerjaan, penghasilan, pengeluaran pun ikut bertambah dengan membeli masker dan handsanitizer guna mendukung protokol kesehatan. Sehingga sebelum membeli sesuatu para responden akan melakukan perhitungan sendiri apakah kondisi keuangan masih mencukupi jika melakukan pembelian produk tersebut.

Variabel Harga tidak termasuk kedalam variabel yang memberikan pengaruh besar terhadap keputusan pembelian hal ini dapat dilihat dari hasil analisis statistik bahwa harga mempunyai korefisien determinasi didapatkan ( $r^2$ ) berarti, 0,0044 atau 0,44% variasi dari Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variabel bebas Harga.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil suatu kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel gaya hidup berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian hal ini dibuktikan dari nilai  $t_{hitung} = 2,965 > t_{tabel} 1,678$ . dan nilai koefisien korelasi menunjukkan hubungan sebesar 15,68%.
2. Variabel Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini disebabkan karena harga bagi sebagian konsumen dijadikan sebagai satu-satunya pertimbangan dalam membeli produk.
3. Hasil pengujian secara bersama-sama (simultan) menunjukkan bahwa variabel gaya hidup dan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Warda *Exclusive Matte Lipcream*, hal ini dapat dibuktikan hasil an tersebut diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 4,469 yang berarti  $F_{hitung} (4,469) > F_{tabel} (3,20)$ .

Berdasarkan hasil penelitan maka dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut:

- a. Berdasarkan nilai R square disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk meneliti pengaruh variabel lain terhadap keputusan pembelian yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti kualitas produk, citra merk, perilaku konsumen, dan lain sebagainya.
- b. Berdasarkan hasil uji hipotesis bahwa variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Maka masukan untuk Produk Wardah *Exclusive Matte Lipcream* adalah memberikan penawaran harga yang lebih menarik. Misalnya dengan adanya promo gratis produk yang lain, atau adanya diskon harga.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan. 2013. Metode penelitian sosial & ekonomi: format-format kuantitatif dan kualitatif untuk studi sosiologi, kebijakan, publik, komunikasi, manajemen, dan pemasara edisi pertama. Jakarta: kencana prenatal media group.
- Freddy, Rangkuti. 2017. Customer Care Excellent Meningkatkan Kinerja Perusahaan melalui Pelayanan Prima Plus Analisis Kasus Jasa Raharja. Jakarta : Pustaka Utama.
- Kotler Philip, Amstrong Gary. 2013. Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi ke-12. Jakarta. Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): Marketing Management, 15th Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Lestari, Ratih. "Sejarah Kosmetik". Dalam <http://www.wanita.me/sejarahkosmetik/>,
- Philip Kotler, Kevin Lane Keller. 2008. Marketing Management, Thirteenth edition. Erlangga.
- Sugiono. 2004. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT. Alfabet.
- Tjiptono, F. (2008). Service, quality, and satisfaction. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2012, Pemasaran Strategik. Yogyakarta,