

Performance

Journal of Management and Entrepreneurship

Available at <https://jurnal.unbrah.ac.id/index.php/performance>

Pengaruh Distribusi dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha N-Max Di Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat

Mai Yustika, Harry Wahyudi, Amrullah

Fakultas Ekonomi Universitas Baiturrahmah

ARTICLE INFO

Keywords:

Distribusi; Gaya Hidup; Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh distribusi dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Yamaha N-MAX di Kecamatan Gunung Tuleh, Kabupaten Pasaman Barat. Teknik pengumpulan data penelitian melalui kuisioner dengan skala likert dan teknik penarikan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria masyarakat Kecamatan Gunung Tuleh, Kabupaten Pasaman Barat dan masyarakat pengguna sepeda motor Yamaha N-MAX. Penarikan sampel menggunakan rumus accidental sampling didapatkan 96 responden, teknik analisis data pada penelitian ini yaitu analisis regresi linear berganda yang terdiri dari uji parsial (t), uji simultan (f), dan koefisien determinan (R-Square). Berdasarkan hasil perhitungan aplikasi SPSS dari uji t diperoleh variabel distribusi $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,004 > 1,661$ artinya H_a diterima H_0 ditolak, dengan nilai signifikansi ($sig = 0,048 < 0,05$), *life style* $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $10,002 > 1,661$ dan nilai ($sig=0,000<0,05$) artinya H_a diterima H_0 ditolak. Dapat disimpulkan distribusi dan gaya hidup berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hasil uji F diketahui bahwa nilai F hitung 62,178 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$), hal ini berarti secara bersama-sama variabel distribusi dan gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil dari koefisien determinasi diperoleh hasil sebesar 0,572 atau 57,2% artinya persentase sumbang pengaruh distribusi dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain sebesar 42,8%.

A. Latar Belakang

Pada saat ini setiap perusahaan merasakan gejala yang begitu berat untuk menghadapi persaingan yang ada. Persaingan ini disebabkan oleh semakin banyaknya perusahaan baru, semakin kuatnya perusahaan lama dan makin banyaknya perusahaan yang bekerja sama dengan perusahaan luar. Hal ini juga yang membuat setiap perusahaan berusaha untuk terus

meningkatkan kualitas perusahaannya. Hal ini menyebabkan setiap perusahaan memperkuat penjualannya.

Salah satu cara untuk meningkatkan penjualan yaitu dengan memperhatikan keputusan pembelian. Karena dengan adanya keputusan pembelian maka perusahaan menghasilkan penjualan yang dapat dipakai untuk meningkatkan kualitas perusahaan. Salah satu cara untuk meningkatkan keputusan pembelian adalah dengan cara memperlancar distribusi.

Distribusi yang tepat akan membuat tersedianya produk di tengah-tengah masyarakat, sehingga masyarakat akan mudah untuk mendapatkan produk tersebut. Selain itu faktor gaya hidup juga akan mempengaruhi keputusan pembelian karena banyak orang yang membeli suatu produk atau barang karena gaya hidup bukan karena kebutuhan. Gaya hidup adalah gambaran tingkah laku, pola dan cara hidup yang ditunjukkan bagaimana aktivitas seseorang, minat dan ketertarikan serta apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri.

Pada penelitian ini, peneliti mengambil salah satu produk sepeda motor merek Yamaha N-MAX sebagai subyek penelitian, karena sepeda motor Yamaha N-MAX banyak diminati dikalangan masyarakat, karena sepeda motor Yamaha N-MAX ini irit bahan bakar, bagasi lapang, desain yang mewah dan mudah dimodifikasi. Merek Yamaha N-MAX sebagai pelopor serta market leader dalam industry otomotif terutama kendaraan roda dua di Indonesia, sangat perlu untuk memilih strategi yang tepat dalam mempertahankan dan menumbuhkan penjualannya di tengah persaingan yang ketat dengan produsen lain.

Dari uraian-uraian diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih jauh mengenai pengaruh distribusi dan gaya hidup yang dimiliki sepeda motor merek Yamaha N-MAX terhadap keputusan pembelian konsumen. Penulis melihat bahwa aktivitas pemasaran dari produk sepeda motor Yamaha N-MAX mengalami perkembangan yang sangat pesat dimata masyarakat Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat.

Mengacu pada permasalahan dan penjelasan sebelumnya maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Distribusi dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha N-MAX di Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat.**

B. Landasan Teori

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan suatu tindakan yang dilakukan konsumen untuk membeli suatu produk atau tidak. Menurut Nugroho (2019: 63) ‘Keputusan pembelian adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya’. Sedangkan menurut Kotler (2019 :224) “Keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk”.

Distribusi

“Distribusi dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen ke konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang diperlukan (jenis, jumlah, harga, tempat dan saat dibutuhkan)” (Tjiptono, 2018: 4). Sedangkan menurut Kotler (2017: 65) “Distribusi merupakan alat yang anda gunakan untuk menghantarkan/mengirimkan tawaran anda dan alat dimana penduduk harus mengaksesnya”.

Gaya Hidup

Menurut Soepono, dkk (2015: 15) berpendapat bahwa gaya hidup menunjukkan seseorang individu bagaimana orang tersebut hidup, serta membelanjakan uangnya dan mengatur waktu mereka dengan sebaik-baiknya”. Sedangkan menurut Setiadi (2016: 3) “Gaya hidup adalah cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana seseorang bagaimana menghabiskan waktunya (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (minat), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri (opini)”.

C. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karna masih harus dibuktikan kebenarannya. Berdasarkan rumusan masalah dan kerangka konseptual yang telah diuraikan diatas maka dapat diformulasikan hipotesis sebagai berikut:

H1: Distribusi (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha N-MAX di Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat (Y)

H2: Gaya hidup (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha N-MAX di Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat (Y).

H3: Distribusi (X1), Gaya hidup (X2) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha N-MAX di Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat (Y).

D. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian Kuantitatif. Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode pasitivistik karna berlandasan pada filsafat positivisme. Metode ini disebut metode kuantitatif karna data dan penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik, Sugiyono (2017: 7).

Menurut Sugiyono (2017: 136) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kecamatan Gunung Tuleh, Kabupaten Pasaman Barat.

Jenis data yang digunakan adalah data Kuantitatif. Data Kuantitatif adalah data yang diperoleh berdasarkan hasil penyebaran kuesioner dari responden yaitu masyarakat Kecamatan Gunung Tuleh, Kabupaten Pasamana Barat yang menggunakan sepeda motor merk Yamaha.

E. Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Analisis Regresi Linear Berganda

Uji Parsial

Variabel distribusi dengan nilai t hitung 2,004 dan nilai (sig=0,048<0,05), dengan df= 96-2=94 maka diperoleh t tabel sebesar 1,661. Dari hasil diatas dapat dilihat bahwa t hitung > t tabel atau 2,004 > 1,661, artinya Ha diterima dan H0 ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwasanya variabel distribusi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha N-MAX di Kecamatan Gunung Tuleh kabupaten Pasaman Barat.

Variabel gaya hidup dengan nilai t hitung 10,002 dan nilai (sig=0,000<0,005) dengan nilai df = 96-2=94 maka diperoleh t tabel sebesar 1,661. Dari hasil diatas dapat dilihat bahwa t hitung > t tabel atau 10,002 >1,661, artinya Ha diterima dan H0 ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwasanya variabel gaya hidup berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha N-MAX di Kecamatan Gunung Tuleh kabupaten Pasaman Barat.

Uji Simultan

Berdasarkan Uji F diketahui bahwa nilai F hitung 62,178 dan F tabel 3,094 ($F_{hitung} > F_{tabel}$) sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak dengan nilai signifikan sebesar ($0,000 < 0,05$). Hal ini berarti secara bersama-sama variabel distribusi dan gaya hidup berpengaruh bersama-sama terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha N-MAX di Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat.

Uji Determinan

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan R sebesar 0,572 artinya persentase sumbang pengaruh distribusi dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian sebesar 57,2%, sedangkan sisanya 42,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

F. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah di uraikan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: (1) Koefisien regresi distribusi terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha N-MAX di Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat, dimana nilai t hitung 2,004 dan nilai ($sig = 0,048 < 0,05$). Dengan $df = 96 - 2 = 94$ diperoleh t tabel sebesar 1,661. Dari hasil diatas dapat dilihat bahwa t hitung $>$ t tabel atau $2,004 > 1,661$ maka distribusi berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha N-MAX di Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat, (2) Koefisien regresi gaya hidup terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha N-MAX di Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat, dimana nilai t hitung 10,002 dan nilai ($sig = 0,000 < 0,05$). Dengan $df = 96 - 2 = 94$ diperoleh t tabel sebesar 1,661. Dari hasil diatas dapat dilihat bahwa t hitung $>$ t tabel atau $10,002 > 1,661$ maka gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha N-MAX di Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat, (3) Berdasarkan Uji F diketahui bahwa F hitung sebesar 62,178 dan F tabel sebesar 3,094 ($F_{hitung} > F_{tabel}$) dengan nilai signifikan sebesar ($0,000 < 0,05$). Hal ini berarti bersama-sama variabel distribusi dan gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha N-MAX di Kecamatan Gunung Tuleh Kabupaten Pasaman Barat.

G. Daftar Pustaka

- Daryanto. 2013. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Cetakan II. Januari 2013. PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera. Bandung.
- Engel, J.F., Blackell, R.D., & Miniard, P.W. 2017. *Perilaku Konsumen*. Jakarta. Bina Rupa Aksara. Hal. 3.
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah (2013) *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kasali, Rhenald. 2015. *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, dan Positioning*. Cetakan kelima. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Amstrong. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Edisi ketiga belas. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Keller. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Ketiga Belas. Jakarta: Prenhalindo
- Kotler, Philip. 2017. *Marketing for Competitiveness*. Mizan Media Utama: Bandung
- Kotler, Philip dan Lane Keller. 2014. *Prinsip-prinsip Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat

- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 2014. *Principles of Marketing*, 12th Edition, Jilid 1 Terjemahan Bob Sabrab Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2014). *Prinsip-prinsip Manajemen*. Edisi 14, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 2012. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Machfoedz, Mahmud. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Bumi Aksara. Jakarta. Setiadi, SE., MM. (2013)
- Nugroho J. Setiadi, SE., MM. (2013). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Setiadi. (2016), *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Kencana.
- Setyaningrum, Ari. 2015. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- Soepono, et al. 2015. *Analisis Kualitas Produk, Brand Image, dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Wanita di Mississippi Manado Town Square*. Jurnal EMBA. Vol. 3 No. 1. Hal 1096-1105.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sunyoto, Danang. 2015. *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana Untuk Mengenal Konsumen)*. Yogyakarta: CAPS (Center of Akademik Publishing Service).
- Sunyoto, Danang. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tjiptono, Fandi. 2018. *Strategi Pemasaran*. Edisi Tiga. Yogyakarta: Andi.
- Widiyanto, M.A. (2013). *Statistika Terapan*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo