

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN

(STUDI PADA KONSUMEN INSPIRED27 PENGGUNA E-COMMERCE SHOPEE)

Abdul Rahman Efendi, Siti Saroh, Ratna Nikin Hardati

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Islam Malang

Jl. MT Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia

LPPM Universitas Islam Malang Jl. MT Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia

Email: abdulrahmane00@gmail.com

ABSTRAK

Distro Inspired27 merupakan bisnis clothing yang berkembang di Kota Malang yang berdiri pada awal tahun 2003 dan masih bertahan ditengah persaingan industri busana lainnya sampai sekarang. Salah satu distro Inspired27 beralamat di Jl. Soekarno-Hatta D 511 Malang. Distro Inspired27 memproduksi dan menjual berbagai produk mulai dari baju, celana, tas, jaket, aksesoris dan lain-lain. Saat ini produk distro Inspired27 masih tetap menjadi andalan konsumen khususnya Kota Malang. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana pengaruh kualitas produk, harga, dan gaya hidup terhadap minat beli konsumen. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik kuesioner, observasi, dan dokumentasi. Jumlah sampel sebanyak 100 serta menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa masing-masing variabel kualitas produk, harga, dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap variabel minat beli konsumen. Selain itu semua variabel kualitas produk, harga, dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap variabel minat beli konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Gaya Hidup, dan Minat Beli Konsumen.

ABSTRACT

Distro Inspired27 is a clothing business that is growing in the city of Malang which was established in early 2003 and is still surviving in the midst of competition from other clothing industries until now. One of the Inspired27 distributions is located at Jl. Soekarno-Hatta D 511 Malang. Distro Inspired27 produces and sells various products ranging from clothes, pants, bags, jackets, accessories and others. Currently, Inspired27 distribution products are still the mainstay of consumers, especially Malang City. This study aims to see how the influence of product quality, price, and lifestyle on consumer buying interest. This type of research is quantitative. Data collection techniques using questionnaires, observation, and documentation techniques. The number of samples is 100 and using multiple linear regression analysis method. The results of this study indicate that each variable of product quality, price, and lifestyle has a positive and partially significant effect on the variable of consumer buying interest. In addition, all variables of product quality, price, and lifestyle have a positive and significant effect simultaneously on the variable of consumer buying interest.

Keywords: Product Quality, Price, Lifestyle, Consumer Buying Interest.

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha saat ini sangat mengalami kemajuan dengan pesat, salah satunya ditandai dengan munculnya perusahaan-perusahaan yang menghasilkan produk yang sama. Sehingga para pengusaha dituntut untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Dalam hal ini perusahaan harus mengetahui bagaimana pangsa pasar dari perubahan yang ada baik dari segi politik, sosial dan ekonomi. Setiap perusahaan

pasti menginginkan produk yang dihasilkannya diingat dan menjadi pilihan bagi para konsumennya. Untuk meraih pangsa pasar, maka perusahaan harus melakukan berbagai strategi yang tepat untuk menciptakan keunggulan bersaing, sehingga komoditas yang ditawarkan dapat terjual dengan baik. Hal tersebut perlu dilakukan oleh setiap perusahaan untuk mempertahankan dan memuaskan konsumen serta pelanggan yang sudah ada, salah satu contohnya pada produk fashion.

Distro Inspired27 merupakan bisnis clothing yang berkembang di Kota Malang yang berdiri pada awal tahun 2003 dan masih bertahan ditengah persaingan industri busana lainnya sampai sekarang. Salah satu distro Inspired27 beralamat di Jl. Soekarno-Hatta D 511 Malang. Distro Inspired27 memproduksi dan menjual berbagai produk mulai dari baju, celana, tas, jaket, aksesoris dan lain-lain. Saat ini produk distro Inspired27 masih tetap menjadi andalan konsumen khususnya Kota Malang. Seiring dengan bermunculan produk baru dan persaingan yang makin ketat Inspired27 masih mampu mempertahankan produknya agar tetap dikenal dan diminati oleh konsumen. Selain menjual produknya secara offline di Distribution Store atau Distribution Outlet (Distro), Inspired27 juga menjual produknya secara Online di website resmi Inspired27, Shopee, Tokopedia dan lainnya.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, menarik minat peneliti untuk melakukan penelitian berjudul “PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (STUDI PADA KONSUMEN INSPIRED27 PENGGUNA E-COMMERCE SHOPEE)”

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen Inspired27 ?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen Inspired27 ?
3. Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap minat beli konsumen Inspired27 ?
4. Apakah kualitas produk, harga, dan gaya hidup secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli konsumen Inspired27 ?

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Keller (2009:143), “kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat”. Kualitas suatu produk dapat dinilai berdasarkan sekumpulan kriteria yang berbeda mengingat kepentingan dan keterlibatan konsumen berbeda-beda. Presepsi terhadap kualitas mencerminkan perasaan konsumen secara menyeluruh mengenai suatu produk.

Harga

Menurut Tjiptono (2015:289) harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya yang dibutuhkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.

Kotler dan Keller (2009) mengatakan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang dibayarkan atas barang atau jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa.

Gaya Hidup

Gaya hidup konsumen menunjukkan bagaimana orang mengatur kehidupan pribadinya, kehidupan masyarakat, perilaku didepan umum, dan upaya membedakan statusnya dari orang lain melalui lambang-lambang sosial. Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang tercermin dalam kegiatan, minat, dan pendapat. Gaya hidup memotret interaksi “seseorang secara utuh” dengan lingkungannya (Kotler dan Keller, 2009).

Minat Beli

Kotler dan Keller (2015:36) menyatakan bahwa “minat beli konsumen merupakan sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam memilih, menggunakan, dan mengonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk yang ditawarkan”. Minat konsumen untuk membeli dapat muncul sebagai akibat adanya rangsangan (stimulus) yang di tawarkan oleh perusahaan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono 2011:11).

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di distro Inspired27 Malang yang terletak di Jl. Soekarno-Hatta D 511 Malang, Kota Malang, Jawa Timur. Waktu

penelitian dilakukan pada bulan April 2021 sampai Oktober 2021.

Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2011:63) Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel yang digunakan dalam penelitian adalah variabel independen dan variabel dependen.

1. Variabel Independen atau Variabel Bebas (X)

Menurut Sugiyono (2011:64) Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, predictor, dan antecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independen dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

X1= Kualitas Produk

X2= Harga

X3= Gaya Hidup

2. Variabel Dependen atau Variabel Terikat (Y)

Menurut Sugiyono (2011:64) Variabel ini sering disebut sebagai variabel output, kriteria, dan konsekuen. Dalam bahasa Indonesia disebut variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Y= Minat Beli

3. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel menurut Sugiyono (2015:38) adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dan Sampel

Populasi

Menurut Sugiyono (2015:81) Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek penelitian yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu

yang diterapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pada konsumen inspired27 pengguna e-commerce shopee.

Sampel

Menurut Sugiyono (2015:81) Sampel merupakan bagian dari populasi dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen inspired27. Jenis teknik pengambilan sampel yang akan digunakan peneliti berupa purposive sampling yaitu konsumen inspired27. Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2012 : 68). Pertimbangan yang digunakan yaitu:

1. Berusia > 18 tahun, cara mengetahuinya melihat dari pilihan usia yang akan diberikan saat penyebaran kuesioner. Jika kurang dari 18 tahun maka tidak sesuai dengan kriteria yang ditentukan.
2. Sering melakukan pembelian di shopee.
3. Sudah pernah membeli produk inspired27 lebih dari satu kali

Adapun penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Wibisono (2003) dalam Riduwan dan Kuncoro (2014:50) dikarenakan jumlah populasi pada penelitian ini tidak diketahui secara pasti.

$$n = \left(\frac{Z_{\alpha/2} \cdot \sigma}{e} \right)^2$$

$$n = \left(\frac{(1,96)(0,25)}{0,05} \right)^2 = 96,04$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel

$Z_{\alpha/2}$: Nilai table Z (nilai yang didapat dari table normal atas tingkat keyakinan, dimana tingkat kepercayaan 95%)

σ : Standart deviasi populasi (0,25 = sudah ketentuan)

e : Tingkat kesalahan penarikan sampel (dalam penelitian ini diambil 5%)

Berdasarkan perhitungan diatas, maka jumlah sampel yang digunakan adalah 96,04 responden. Maka jumlah sampel dibulatkan menjadi 100 responden.

Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2019:199) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Peneliti akan menyebarkan kuesioner kepada konsumen inspired27 yang telah dipilih oleh peneliti sendiri berdasarkan pertimbangan tertentu. Peneliti memilih konsumen yang pernah berbelanja produk inspired menggunakan ecommerce shoppe. Tujuan penyebaran kuesioner untuk memperoleh data terkait indikator-indikator variabel penelitian.

2. Observasi

Menurut Sugiyono (2019:213) Observasi sebagai teknik pengambilan data yang mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga obyek – obyek alam yang lain. Jadi Observasi Adalah metode pengumpulan data melalui pengamatan langsung atau peninjauan secara cermat dan langsung dilapangan seperti kualitas produk, dan harga baju dan informasi-informasi lain yang di butuhkan.

3. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2015:329) dokumen merupakan catatan harian peristiwa yang sudah berlalu. dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, biografi. Dokumen yang berbentuk gambar misalnya foto. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung dan lain-lain. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode kuesioner dan observasi dalam penelitian kuantitatif.

Teknik Analisis Data

Uji Instrumen

a) Uji Validitas

Validitas adalah “suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrument” Simamora (2010:22). Sebuah penelitian dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan oleh peneliti dan juga dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara cepat. Validnya sebuah data pada tiap variabel ditunjukkan pada nilai KMO (Kaiser Meyer Oikin) yang berada pada angka diatas 0,50.

b) Uji Reliabilitas

Menurut Arikunto (2010:170) mengatakan bahwa “Reliabilitas mengarah pada suatu pengertian bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrument tersebut reliable dan handal”.

Uji Normalitas

Menurut Sanusi (2011:183) “Tujuan dari uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah dari validitas dan reliabilitas data mempunyai distribusi normal atau tidak”.

Regresi Linear Berganda

Menurut Supriyanto dan Maharani (2013:65) Regresi linear berganda digunakan untuk menghitung pengaruh atau ramalan dua atau lebih variabel X terhadap satu variabel Y.

Uji Hipotesis

a) Uji Parsial (t)

Uji Parsial (t) pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau *independent* secara individual dalam menerangkan variasi variabel *dependent* (Ghozali, 2018:98).

b) Uji Simultan (F)

Menurut Ghozali (2018:98) Uji simultan (F) digunakan untuk menguji bahwa seluruh variabel *independent* secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel *dependent*.

c) Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2018:97) Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel *dependent*.

PEMBAHASAN PENELITIAN**Karakteristik Responden**

a) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Frequency	Percent
Laki Laki	42	42
Perempuan	58	58
Total	100	100

Sumber: Data diolah, Oktober 2021

b) Karakteristik Responden Berdasarkan Rentang Usia

Tabel 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frequency	Percent
18-22 tahun	83	83
23-30 tahun	16	16
31 tahun	1	1
Total	100	100

Sumber: Data diolah, Oktober 2021

c) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Tabel 3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frequency	Percent
Mahasiswa	79	79
Wiraswasta	5	5
Pegawai	5	5
Lainnya	11	11
total	100	100

Sumber: Data diolah, Oktober 2021

d) Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna E-commerce Shopee

Tabel 4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna

Pengguna Shopee	Frequency	Percent
Ya	88	88
Tidak	12	12
total	100	100

Sumber: Data diolah, Oktober 2021

e) Karakteristik Responden Seberapa Sering Membeli Produk Inspired27

Tabel 5
Karakteristik Responden Seberapa Sering Membeli Produk Inspired27

Membeli	Frequency	Percent
1 Kali	48	48
Lebih 1 Kali	52	52
Total	100	100

Sumber: Data diolah, Oktober 2021

Uji Instrumen

a) Uji Validitas

Dalam penelitian ini Uji Validitas dapat menverifikasi validitas dari setiap variabel individu dalam variabel Experiential Marketing. Validitas data untuk setiap variabel menampilkan nilai KMO (Kaiser Meyer Olkin) di atas 0,50. Data diperoleh dari perhitungan aplikasi SPSS sebagai berikut:

Tabel 6
Hasil Uji Validitas “KMO (Kaiser Meyer Olkin)”

No	Variabel	Nilai KMO	Keterangan
1	Kualitas Produk (X1)	0,744	VALID
2	Harga (X2)	0,617	VALID
3	Gaya Hidup (X3)	0,808	VALID
4	Minat Beli (Y)	0,738	VALID

Sumber: Data diolah, Oktober 2021

b) Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapat data sesuai dengan

tujuan pengukuran, untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode Alpha cronbach diukur berdasarkan skala Alpha Cronbach's 0 sampai dengan 1. Semakin dekat ke 1 semakin dapat diandalkan data tersebut. Variabel dapat dianggap reliabel jika hasil dari (Cronbach's Alpha > 0,60). Data yang diperoleh dari perhitungan uji reliabilitas menggunakan aplikasi SPSS berikut dapat diperoleh:

Tabel 7
Hasil Uji Reliabilitas

Varia bel	Instrum en	Cronbach' s Alpha	Keteranga n
X1	Kualitas Produk	0,850	RELIABE L
X2	Harga	0,732	RELIABE L
X3	Gaya Hidup	0,688	RELIABE L
Y	Minat Beli	0,740	RELIABE L

Sumber: Data diolah, Oktober 2021

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah variabel dependen dan variabel independen atau semua variabel mempunyai data distribusi yang normal atau sebaliknya. Situasi untuk menentukan keputusan data normal yaitu:

1. Jika hasil data probabilitas adalah (asym.sig) < 0.05. Merupakan kategori tidak normal dan,
2. Jika hasil data probabilitas adalah (asym.sig) > 0.05. Dapat disimpulkan bahwa data normal.

Tabel 8

Hasil Uji Normalitas One-Sample

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	1,26509857
Most Extreme Differences	Absolute	0,068
	Positive	0,063
	Negative	-0,068
Test Statistic		0,068
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Kolmogorov-Smirnov Test

Sumber: Data diolah, Oktober 2021

Regresi Linear Berganda

Diketahui bahwa nilai koefisien regresi dari variabel Kualitas Produk (X_1) = 0,293, Harga (X_2) = 0,120, Gaya Hidup (X_3) = 0,527. Maka persamaan regresi yang dihasilkan sebagai berikut:

$$Y = 0.488 + 0,293 X_1 + 0,120 X_2 + 0,527 X_3$$

Uji Hipotesis

a) Uji Parsial (t)

Pada hasil Uji Parsial (t) diketahui Variabel Kualitas Produk (X_1) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Variabel Minat Beli Konsumen (Y) dengan taraf signifikansi $0.000 < 0.050$. Variabel Harga (X_2) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Variabel Minat Beli Konsumen (Y) secara parsial dengan taraf signifikansi $0.045 < 0.050$. Variabel Gaya Hidup (X_3) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Variabel Minat Beli Konsumen (Y) secara parsial dengan taraf signifikansi $0.000 < 0.050$.

b) Uji Simultan (F)

Pada hasil Uji Simultan (F) diketahui semua variabel Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), Gaya Hidup (X_3) secara

simultan mempunyai pengaruh positif dan signifikansi terhadap Minat Beli (Y) dengan nilai $F_{hitung} > F_{table}$ ($58,630 > 2.70$).

c) Koefisien Determinasi (R^2)

Pada hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) diketahui nilai *Adjusted R Square* = 0,636 yang menunjukkan kontribusi pengaruh dari variabel kualitas produk (X_1), harga (X_2), gaya hidup (X_3) pada persamaan regresi terhadap minat beli (Y) sebesar 63,6% dan 36,4% diwakili oleh variabel bebas lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Gaya Hidup terhadap Minat Beli maka kesimpulan yang dapat ditarik dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli. Artinya semakin baik kualitas produk diterapkan maka akan semakin meningkatkan minat beli konsumen. Hal ini didasarkan pada hasil uji hipotesis uji (t) dengan nilai taraf signifikansi $0,05 > 0,000$ dan diketahui nilai $t_{hitung} 5,617 > 1,66055 t_{tabel}$. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli, sehingga **H1 diterima**.
2. Harga berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli. Artinya semakin baik penetapan harga diterapkan maka akan semakin meningkatkan minat beli konsumen. Hal ini di dasarkan pada hasil uji hipotesis uji (t) dengan nilai taraf signifikansi $0,05 > 0,000$ dan diketahui nilai $t_{hitung} 2,028 > 1,66055 t_{tabel}$. Hal ini menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli, sehingga **H2 diterima**.
3. Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli. . Artinya semakin baik gaya hidup diterapkan maka akan semakin meningkatkan minat beli konsumen. Hal ini di dasarkan pada hasil uji hipotesis uji (t) dengan nilai taraf signifikansi $0,05 > 0,000$ dan diketahui nilai $t_{hitung} 3,885 > 1,66055 t_{tabel}$. Hal

ini menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli, sehingga **H3 diterima**.

4. Variabel kualitas produk (X_1), harga (X_2), gaya hidup (X_3) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel minat beli konsumen (Y). Hal tersebut dibuktikan dengan taraf signifikansi $F_{hitung} > F_{table}$ ($58.630 > 2.70$) dengan taraf signifikansi $0.000 < 0.05$. Maka uji simultan variabel kualitas produk, harga dan gaya hidup terhadap minat beli H_0 ditolak dan H_a diterima.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, selanjutnya dapat diusulkan saran yang dapat dipergunakan untuk bahan pertimbangan bagi pihak pemasaran perusahaan dan bagi peneliti selanjutnya sebagai berikut:

1. Bagi pihak perusahaan atau pengelola Distro Inspired27
 - a) Berdasarkan hasil penelitian, terdapat item yang memiliki rata-rata (mean) terkecil pada variabel Kualitas Produk (X_1) dengan indikator Estetika yaitu sebesar (3,93). Berdasarkan data tersebut dapat disarankan kepada pengelola Distro Inspired27 untuk selalu memberikan penampilan produk yang selalu inovatif dan trend.
 - b) Pengelola Distro Inspired27 diharapkan juga meningkatkan perhatian khusus akan pentingnya Kualitas Produk di benak konsumen, karena variabel Kualitas Produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Minat Beli, diantaranya yaitu dengan menjaga Kualitas Produk fashion dan lebih inovatif dalam membuat rancangan model fashion yang akan menjadi trend masa kini. Hal tersebut sangat berpengaruh saat konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan dapat melibatkan para konsumen mancanegara sebagai responden. Serta disarankan untuk mencoba melakukan penelitian pada distro-distro yang berbeda. Hal ini dilakukan untuk melihat bagaimana hasil

yang diperoleh jika variabel-variabel dalam penelitian ini diaplikasikan untuk distro-distro lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar Sanusi. (2011). Metode Penelitian Bisnis. Jakarta : Salemba Empat.
- Arikunto, S. (2010). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25, Edisi 9. Semarang: UNDIP.
- Henry Simamora. (2010). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta : Gramedia.
- Kotler dan Keller. (2009). Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip And Kevin Lane Keller. (2015). Principel of Marketing, Jakarta : Erlangga.
- Sugiyono. (2011). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitin Kuantitatif Kualitatif dan R&D . Bandung: Alfabeta.
- Supriyanto, A.S dan Maharani, V. 2013. Metodologi Penelitian Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Kuesioner, dan Analisis Data). Malang: UIN-Maliki Press
- Tjiptono, Fandy. (2015). Strategi Pemasaran: Edisi 4. Yogyakarta: Andi.