

Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Gaya Hidup Sehat Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bear Brand di Kebumen

Diah Ayu Dwi Afidah¹, Indah Rohyani²

Universitas Putra Bangsa^{1,2}

diyahayy40@gmail.com¹

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan gaya hidup sehat terhadap keputusan pembelian produk bear brand di Kebumen. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif. Data sampel yang diambil dalam penelitian ini yaitu masyarakat yang membeli dan mengkonsumsi bear brand di Kabupaten Kebumen yang berjumlah 100 orang sebagai responden. Instrumen atau alat pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket/kuisisioner. Alat analisis dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis regresi linier berganda. Data dianalisis menggunakan SPSS 25 for windows. Hasil membuktikan bahwa kualitas produk dan gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan harga tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: harga; kualitas produk; gaya hidup sehat; keputusan pembelian

Abstract

This study aims to determine the influence of price, product quality, and a healthy lifestyle on the purchasing decisions of Bear Brand products in Kebumen. The method used is a quantitative approach. The sample data collected in this study consists of 100 respondents from the community who purchase and consume Bear Brand in Kebumen Regency. The data collection instrument used in this study is a questionnaire. The analytical tool employed is multiple linear regression analysis. Data were analyzed using SPSS 25 for Windows. The results demonstrate that product quality and lifestyle significantly influence purchasing decisions, whereas price does not have an impact on purchasing decisions.

Keywords: price; product quality; healthy lifestyle; purchase decision

Pendahuluan

Perkembangan bisnis manufaktur yang semakin berkembang terutama pada industri makanan dan minuman yang menawarkan produk kesehatan. Hal ini disebabkan masyarakat Indonesia sadar akan kesehatan jangka panjang sehingga masyarakat Indonesia memperhatikan kesehatan tubuhnya dari penyakit. Penyakit dapat disebabkan oleh virus dan bakteri, yang

dapat tersebar melalui udara terhadap manusia yang memiliki imun yang tidak stabil sehingga lebih rentan terjangkit penyakit. Oleh karena itu, masyarakat Indonesia mengkonsumsi produk kesehatan untuk mencegah dari penyakit dan menjaga kekebalan tubuhnya dengan mengkonsumsi makanan dan minuman yang mengandung nutrisi yang berfungsi untuk menjaga kesehatan tubuh. Salah satunya susu bear brand.

Perkembangan dunia bisnis pada era globalisasi saat ini telah memberikan banyak peluang dan tantangan baru bagi perusahaan. Terutama dalam bidang makanan dan minuman, hal tersebut dikarenakan industri ini bergerak dalam penyediaan kebutuhan pokok manusia. Banyak bermunculan perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur dan menawarkan produk yang salah satunya berkaitan dengan kesehatan. Hal ini disebabkan karena masyarakat Indonesia sadar dengan kesehatan tubuhnya dan mulai memiliki kesadaran akan pentingnya kesehatan jangka panjang. Sehingga, masyarakat menyambut baik produk kesehatan karena individu membutuhkan produk yang dapat melindungi tubuh dari berbagai penyakit.

Penyakit dapat disebabkan oleh bakteri dan virus yang menginfeksi pada sistem organ manusia. Penyebaran virus dan bakteri dapat melalui udara terhadap manusia yang memiliki imun yang tidak stabil sehingga lebih rentan terjangkit berbagai penyakit seperti demam, flu, batuk bahkan hingga penyakit serius seperti penyakit pernafasan akut dan multi organ lainnya. Akibatnya masyarakat Indonesia berlomba-lomba mengkonsumsi produk kesehatan untuk mencegah tubuhnya dari penyakit serta menjaga kekebalan tubuh seperti makanan dan minuman yang banyak mengandung nutrisi untuk memenuhi kebutuhan kesehatan tubuh.

Salah satu produk minuman yang memiliki kandungan nutrisi untuk kesehatan tubuh adalah susu bear brand. Bear brand merupakan salah satu produk di PT. Nestle Indonesia yang terbuat dari susu sapi steril sejak tahun 1906 hingga saat ini. Bear brand memiliki nutrisi yang baik dapat memberikan khasiat membantu menjaga kekebalan dan kesehatan tubuh, membantu mengeluarkan racun dalam tubuh, membantu pemulihan tubuh setelah sakit, menjaga kesehatan tulang, membersihkan aliran darah dan lain sebagainya sehingga cocok dikonsumsi oleh semua kalangan usia.

Berbagai manfaat yang dimiliki bear brand menimbulkan kepercayaan dari masyarakat bahwa bear brand memiliki kualitas yang baik untuk kesehatan tubuh. Pada saat kondisi pandemi bear brand sangat dipercaya oleh masyarakat Indonesia dapat mencegah penularan virus corona. Maka masyarakat tersugesti atas kepercayaan kualitas bear brand yang sangat baik dan sedikit berbeda dari produk merek lain sehingga menimbulkan banyaknya permintaan walaupun dengan harga lebih tinggi dibandingkan dengan merek lain. Berikut adalah tabel data penjualan susu bear brand terhitung mulai tahun 2018-2022 berdasarkan data Top Brand Index.

Tabel 1. Penjualan Bear Brand

Tahun	Presentase
2018	8.8%
2019	12.3%
2020	14.3%
2021	18.8%
2022	18.2%

Sumber: Top Brand Indeks 2022

Akibatnya, banyak perusahaan berusaha menjangkau pelanggan sebanyak mungkin guna meningkatkan pangsa pasar. Salah satu inisiatifnya adalah memvariasikan rasa untuk menarik pelanggan serta berkompetisi dalam kandungan nutrisi dan vitamin yang ada dalam kandungan produk yang ditawarkan. Bear brand memiliki tiga varian yaitu rasa murni memiliki ukuran kemasan 180ml, rasa *gold white malt* dan rasa *gold white tea* memiliki ukuran kemasan 140ml. Kandungan nutrisi pada setiap kemasan bear brand terdapat karbohidrat, gula, natrium, vitamin A, B1, B2, B6, C, D, kalsium, lemak, dan protein yang bermanfaat dalam membantu membersihkan toksin dalam tubuh, meningkatkan imunitas tubuh, memperkuat daya tahan tubuh, membersihkan aliran darah pada tubuh, membuat kulit menjadi lebih sehat, mengontrol kolesterol, mempercepat pemulihan setelah sakit serta menjaga kesehatan tulang dan gigi.

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan penulis menghasilkan bahwa faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian produk bear band yaitu harga, kualitas produk dan gaya hidup sehat. Kotler et al. (2017) mengatakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu tahap dimana konsumen telah menentukan pilihan dan bersedia untuk melakukan pembelian atau pertukaran antara uang dan kesepakatan untuk membayar dengan hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Kotler & Armstrong (2008) berpendapat bahwa untuk mendapatkan suatu barang atau jasa sesuai

dengan nilai uang yang dikeluarkan sebagian konsumen. Philip Kotler dalam Agussalim & Ali (2017) mendefinisikan bahwa kualitas produk merupakan keseluruhan suatu produk segala yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen pada produk yang berkualitas.

Menurut Zahra (2016) gaya hidup sehat adalah suatu gaya hidup dengan memperhatikan faktor-faktor tertentu yang memengaruhi kesehatan. Alhasil susu bear brand yang hadir dalam kemasan kaleng yang memiliki banyak nutrisi yang bermanfaat bagi kesehatan tubuh dan kemudahan dalam mendapatkan produk sehingga menarik minat konsumen dengan semua benefit yang didapat. Susu bear brand semakin dikenal sebagai susu cair dalam kaleng dengan kandungan nutrisi yang tinggi, iklan yang menarik, tampilan yang praktis, dan nilai gizi yang bermanfaat pada manusia.

Kajian Teori dan Telaah Literatur

Keputusan Pembelian

Kotler et al. (2017) mengatakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu tahap dimana konsumen telah menentukan pilihan dan bersedia untuk melakukan pembelian atau pertukaran antara uang dan kesepakatan untuk membayar dengan hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Adapun indikator keputusan pembelian menurut (Kotler 2018), antara lain yaitu: (1) Kemantapan pada sebuah produk, (2) Kebiasaan dalam membeli produk, (3) Memberikan rekomendasi kepada orang lain, (4) Melakukan pembelian ulang.

Harga

Menurut Kotler & Armstrong (2008) berpendapat, bahwa untuk mendapatkan suatu barang atau jasa sesuai dengan nilai uang yang dikeluarkan sebagian konsumen. Adapun indikator kepercayaan konsumen menurut (Kotler dan Armstrong, 2008), antara lain yaitu: (1) *Ketrjangkaun harga*, (2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk, (3) Kesesuaian harga dengan manfaat, (4) Kesesuaian dengan daya saing.

Kualitas Produk

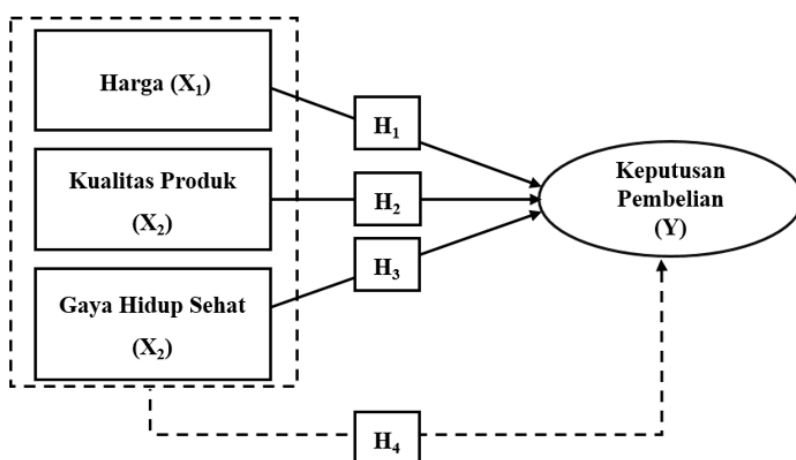
Menurut Philip Kotler dalam Agussalim & Ali (2017) mendefinisikan bahwa kualitas produk merupakan keseluruhan suatu produk segala yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan konsumen pada produk yang berkualitas. Adapun

indikator kemudahan penggunaan menurut Shahrudin (2012), antara lain yaitu: (1) Kesegaran, (2) Penyajian, (3) Rasa, (4) Inovasi.

Gaya Hidup Sehat

Menurut Zahra (2016) adalah suatu gaya hidup dengan memperhatikan faktor-faktor tertentu yang memengaruhi kesehatan. Adapun indikator keamanan transaksi menurut Gil et al., dalam Chen (2009), antara lain yaitu: (1) Mengonsumsi makanan alami, (2) Perawatan Kesehatan, (3) Keseimbangan hidup.

Model Empiris



Gambar 1. Model Empiris

Hipotesis

- H₁: Terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk bear brand di Kebumen
- H₂: Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk bear brand di Kebumen.
- H₃: Terdapat pengaruh gaya hidup sehat terhadap keputusan pembelian produk bear brand di Kebumen.
- H₄: Terdapat pengaruh harga, kualitas produk dan gaya hidup sehat secara simultan terhadap keputusan pembelian produk bear brand di Kebumen.

Metode

Variabel bebas (variabel *independen*) dalam penelitian ini adalah harga (X1), kualitas produk (X2), dan gaya hidup sehat (X3), Variabel terikat (variabel *dependen*) dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kebumen yang telah melakukan pembelian dan mengkonsumsi bear brand minimal satu kali. Sampel penelitian ini sebanyak 100 orang menggunakan *Non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner menggunakan Google Formulir. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis deskriptif dan statistika dengan menggunakan bantuan program SPSS 25 for windows.

Hasil dan Pembahasan

Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 responden dihasilkan data dengan kategori jenis kelamin laki-laki sejumlah 26 orang dengan prosentase 26%, dan responden dengan jenis kelamin perempuan sejumlah 74 orang dengan prosentase 74%. Dengan kategori usia 18-22 tahun sebanyak 77 orang dengan prosentase 77%, responden dengan usia 23-27 tahun sebanyak 21 orang dengan prosentase 21%, responden dengan usia 33-37 tahun sebanyak 2 orang dengan prosentase 2%. Responden dengan kategori pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa berjumlah 65 orang dengan prosentase 65%, pegawai/karyawan berjumlah 17 orang dengan prosentase 17%, wiraswasta berjumlah 18 orang dengan prosentase 19%. Karakteristik responden dengan kategori pendapatan <Rp 1.000.000 sebanyak 64 orang dengan prosentase 64%, responden dengan pendapatan Rp 1.000.000-Rp 2.000.000 sebanyak 19 orang dengan prosentase 19%, responden dengan pendapatan Rp 2.000.000-Rp 3.000.000 sebanyak 4 orang dengan prosentase 4%, dan responden dengan pendapatan >Rp 3.000.000 sebanyak 13 orang dengan prosentase 13%.

Uji Validitas

Suatu instrumen dinyatakan valid apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,05. Sebaliknya suatu instrumen dinyatakan tidak valid apabila nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi kurang dari 0,05. Berdasarkan hasil analisis menggunakan program SPSS 25 for Windows diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

Butir	r_{hitung}	r_{tabel}	Signifikasi	Keterangan
Y1	0,775	0,1966	0,000	Valid
Y2	0,779	0,1966	0,000	Valid
Y3	0,772	0,1966	0,000	Valid
Y4	0,821	0,1966	0,000	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 2 di atas menunjukkan semua instrumen keputusan pembelian dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 sehingga semua item yang dipakai pada keputusan pembelian dinyatakan valid atau sah.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Harga

Butir	r_{hitung}	r_{tabel}	Signifikasi	Ket
X1.1	0,744	0,1966	0,000	Valid
X1.2	0,870	0,1966	0,000	Valid
X1.3	0,843	0,1966	0,000	Valid
X1.4	0,820	0,1966	0,000	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 3 di atas menunjukkan semua instrumen harga dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 sehingga semua item yang dipakai pada harga dinyatakan valid atau sah.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

Butir	r_{hitung}	r_{tabel}	Signifikasi	Keterangan
X2.1	0,791	0,1966	0,000	Valid
X2.2	0,767	0,1966	0,000	Valid
X2.3	0,716	0,1966	0,000	Valid
X2.4	0,718	0,1966	0,000	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4 di atas menunjukkan semua instrumen kualitas produk dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 sehingga semua item yang dipakai pada kualitas produk dinyatakan valid atau sah.

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup Sehat

Butir	r_{hitung}	r_{tabel}	Signifikasi	Keterangan
X3.1	0,854	0,1966	0,000	Valid
X3.2	0,899	0,1966	0,000	Valid
X3.3	0,818	0,1966	0,000	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 5 di atas menunjukkan semua instrumen gaya hidup sehat dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 sehingga semua item yang dipakai pada gaya hidup sehat dinyatakan valid atau sah.

Uji Reliabilitas

Uji realibilitas digunakan untuk mengukur sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Uji ini dilakukan dengan ketentuan jika *Cronbach Alpha* $> 0,60$ atau 60% maka variabel tersebut reliabel. Jika *Cronbach Alpha* $< 0,60$ atau 60% maka variabel tersebut tidak reliabel. Berikut merupakan hasil uji reliabilitas.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

Item Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Nilai <i>Cronbach Alpha</i> Minimum	Keterangan
Keputusan Pembelian (Y)	0,792	0,60	Reliabel
Harga (X1)	0,832	0,60	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	0,726	0,60	Reliabel
Gaya Hidup Sehat (X3)	0,820	0,60	Reliabel

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan tabel IV-10 di atas, hasil analisis dapat dijelaskan bahwa seluruh variabel yang dipakai dalam penelitian ini dinyatakan reliabel (handal atau layak) karena nilai *Alpa Cronbach* hasil perhitungan lebih besar dari 0,60.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (*independen*). Untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolinearitas dapat dilihat dari besarnya *Tolerance Value* dan *Variance Inflation Faktor* (VIF) melalui program SPSS. Kriteria yang dipakai adalah apabila nilai *Tolerance*

$>0,1$ atau nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas. Berikut ini adalah hasil pengujian multikolinearitas yang dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 25 sebagai berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas

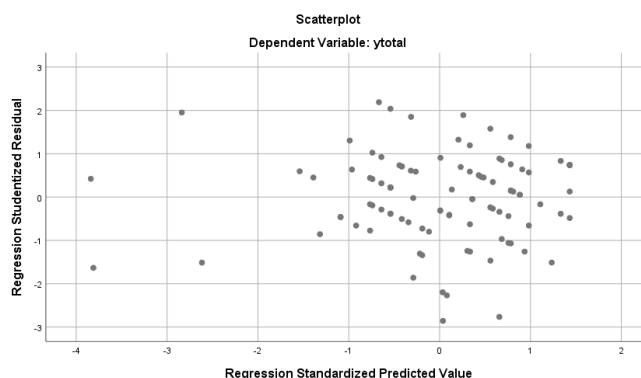
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Harga (X1)	,470	2.127
Kualitas produk (X2)	,468	2.137
Gaya hidup sehat (X3)	,426	2.347

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 7 di atas dapat dijelaskan bahwa pada bagian *collinerity statistic* menunjukkan angka VIF dibawah 10 dan tolerance di atas 0,1, karena itu model regresi ini tidak terdapat multikolinieritas, sehingga model regresi pada penelitian ini dapat dipakai.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Hasil analisis dari uji heteroskedastisitas dengan menggunakan SPSS versi 25 sebagai berikut:



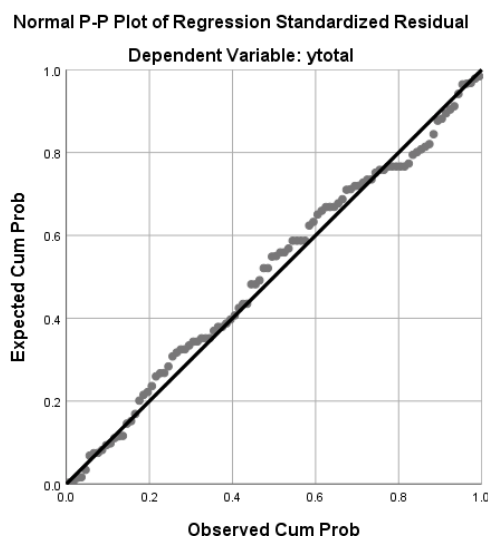
Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar 2 di atas, menunjukkan bahwa bulatan-bulatan kecil tidak memiliki pola tertentu, seperti titik-titik atau bulatan yang membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) dan tidak ada pola yang jelas sehingga dapat disimpulkan tidak ada gejala heteroskedastisitas model regresi dalam penelitian ini.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan Untuk menguji suatu data berdistribusi normal atau tidak, dapat diketahui dengan menggunakan grafik normal plot.



Sumber: Data Primer Diolah, 2022

Gambar 3. Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan gambar IV-13 uji normalitas di atas terlihat bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2014), analisis regresi berganda bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependen*. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah keputusan pembelian, sedangkan variabel independennya adalah kepercayaan konsumen, kemudahan penggunaan, dan keamanan transaksi. Berdasarkan hasil perhitungan statistik dengan menggunakan SPSS versi 25, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

(Constant)	2,162	1,093		1,978	0,051
Harga (X1)	0,159	0,102	0,165	1,551	0,124
Kualitas produk (X2)	0,360	0,110	0,348	3,256	0,002
Gaya hidup sehat (X3)	0,361	0,149	0,272	2,431	0,017

a. *Dependent Variable:* Keputusan Pembelian (Y)

Sumber: data primer diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 8, dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 2,162 + 0,159X_1 + 0,360X_2 + 0,361X_3 + e$$

1. Nilai konstanta $a = 2,162$, berarti apabila variabel harga (X1), kualitas produk (X2) dan gaya hidup sehat (X3) dianggap nol, maka besarnya skor keputusan pembelian (Y) sebesar 2,162.
2. Nilai $b_1 = 0,159$, berarti apabila variabel kualitas produk (X2) dan gaya hidup sehat (X3) dianggap tetap, maka kenaikan skor variabel harga (X1) sebesar 1 satuan akan mengakibatkan skor keputusan pembelian (Y) naik sebesar 0,159.
3. Nilai $b_2 = 0,360$, berarti apabila variabel harga (X1) dan gaya hidup sehat (X3) dianggap tetap, maka kenaikan skor variabel kualitas produk (X2) sebesar 1 satuan akan mengakibatkan skor keputusan pembelian (Y) naik sebesar 0,360.
4. Nilai $b_3 = 0,361$ berarti apabila variabel harga (X1) dan kualitas produk (X2) dianggap tetap, maka kenaikan skor variabel gaya hidup sehat (X3) sebesar 1 satuan akan mengakibatkan skor keputusan pembelian (Y) naik sebesar 0,361.

Uji Parsial (Uji t)

Uji t membantu menentukan apakah setiap variabel *independen* mempengaruhi variabel *dependen*. Nilai signifikansinya adalah 0,05. Berdasarkan Tabel 8, taraf signifikansi (α) sebesar 5% (*two tailed*) dengan derajat kebebasan ($df = n - k = 100 - 4 = 96$), maka diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,98498/1,985.

Hasil uji t pada tabel IV-12 di atas menunjukkan bahwa probabilitas signifikansi untuk variabel harga sebesar $0,124 > 0,05$ dan hasil perhitungan diperoleh angka $t_{hitung} 1,551 < t_{tabel} 1,978$. Hasil ini menyatakan bahwa hipotesis H1 ditolak yang berarti harga tidak pengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk bear brand di Kebumen.

Hasil uji t pada Tabel IV-12 di atas menunjukkan bahwa probabilitas signifikansi untuk variabel kualitas produk sebesar $0,002 < 0,05$ dan hasil perhitungan diperoleh angka $t_{hitung} 3,256 > t_{tabel} 1,978$. Hasil ini menyatakan bahwa hipotesis H2 diterima yang berarti kualitas

produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk bear brand di Kebumen.

Hasil uji t pada tabel IV-12 di atas menunjukkan bahwa probabilitas signifikansi untuk variabel gaya hidup sehat sebesar $0,017 < 0,05$ dan hasil perhitungan diperoleh angka $t_{hitung} 2,431 > t_{tabel} 1,978$. Hasil ini menyatakan bahwa hipotesis H3 diterima yang berarti gaya hidup sehat mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk bear brand di Kebumen.

Uji Simultan (Uji F)

Uji F di pakai melihat akurasi kegunaan regresi dalam mengestimasi nilai sebenarnya dapat di ukur dari kesesuaiannya (Ghozali, 2018). Nilai signifikansi $F < 0,05$, maka semua variabel bebas dapat memprediksi variabel terikat. Analisis ini digunakan untuk mengetahui secara bersama-sama pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil uji F yang telah dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 25 diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 9. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	253,389	3	84,463	30,527	,000 ^b
Residual	265,611	96	2,767		
Total	519,000	99			

a. *Dependent Variable:* Keputusan Pembelian (Y)

b. *Predictors:* (Constant), Gaya hidup sehat (X3), Kualitas produk (X3), Harga (X1)

Sumber : data primer diolah, 2022

Dari tabel 9 di atas diperoleh F_{hitung} adalah $30,527 > F_{tabel} 3,09$, dengan tingkat signifikan 0,000. Karena signifikan lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat diartikan bahwa hipotesis H4 diterima yang menyatakan harga, kualitas produk, dan gaya hidup sehat secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk bear brand di Kebumen.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi dipakai sejauh mana kesanggupan model menjelaskan variasi variabel *dependen* (Kuncoro, 2011). Koefisien determinasi (*R Square*) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel *dependen* atau variabel

terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol (0) dan satu (1). Hasil Uji R^2 dengan menggunakan analisis program SPSS versi 25 diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,699 ^a	,488	,472	1,66337

a. Predictors: (Constant), Gaya hidup sehat (X3), Kualitas produk (X3), Harga (X1)

Sumber : data primer diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 10 di atas, hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* persamaan di atas sebesar 0,472, artinya 47,2% variabel Keputusan Pembelian pada produk bear brand di Kebumen dapat dijelaskan oleh variabel harga, kualitas produk dan gaya hidup sehat sedangkan sisanya 52,8% dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian ini.

Pembahasan

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Pengujian hipotesis pertama dilakukan untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil uji t diperoleh angka $t_{hitung} 1,551 < t_{tabel} 1,978$ dengan tingkat signifikan sebesar $0,124 > 0,05$. Hasil ini menyatakan bahwa peningkatan harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk bear brand di Kebumen. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Asnia Minarti (2022) yang menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa naik turunnya harga tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap keputusan pembelian bear brand namun perusahaan perlu untuk tetap memperhatikan harga.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Pengujian hipotesis kedua dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil uji t diperoleh angka $t_{hitung} 3,256 > t_{tabel} 1,978$, dengan tingkat signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$. Hasil ini menyatakan bahwa semakin tinggi kualitas produk maka semakin baik keputusan pembelian pada produk bear brand di Kebumen. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Indira Tri Winalda (2022) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini menunjukkan perusahaan untuk tetap menjaga dan meningkatkan kualitas yang disajikan pada susu bear brand.

Pengaruh Gaya hidup sehat Terhadap Keputusan Pembelian

Pengujian hipotesis ketiga dilakukan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup sehat terhadap Keputusan Pembelian. Berdasarkan hasil uji t diperoleh angka $t_{hitung} 2,431 > t_{tabel} 1,978$, dengan tingkat signifikansi sebesar $0,017 < 0,05$. Hasil ini menyatakan bahwa semakin tinggi gaya hidup sehat maka semakin baik keputusan pembelian produk bear brand di Kebumen. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Agung Triyono (2022) yang menyatakan bahwa gaya hidup sehat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini menunjukkan penting bagi perusahaan untuk memperhatikan variabel gaya hidup sehat, misalnya melakukan sosialisasi mengenai pentingnya gaya hidup sehat kepada masyarakat dengan mengkonsumsi susu secara rutin, hal ini diharapkan dapat meningkatkan keputusan pembelian produk bear brand di Kebumen.

Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Gaya hidup sehat Terhadap Keputusan Pembelian

Pengujian hipotesis keempat dilakukan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, dan gaya kepemimpinan terhadap Keputusan Pembelian. Berdasarkan hasil uji F diperoleh F_{hitung} adalah F_{hitung} adalah $30,527 > F_{tabel} 3,09$, dengan tingkat signifikansi $0,000$. Karena signifikansi lebih kecil dari $0,05$ sehingga dapat diartikan bahwa hipotesis H4 diterima yang menyatakan harga, kualitas produk dan gaya hidup sehat secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk bear brand di Kebumen.

Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian bear brand, meskipun demikian variabel harga tetap perlu diperhatikan oleh perusahaan, karena harga merupakan bagian dari pemasaran produk dalam menentukan strategi pemasaran. Salah satunya dengan cara tetap menjaga kesesuaian harga dengan kualitas dan manfaat produk.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian oleh karena itu ketika variabel tersebut perlu diperhatikan oleh perusahaan, karena dengan semakin tinggi kualitas, maka semakin tinggi keputusan pembelian bear brand. Salah satunya dengan selalu memperhatikan bahan dasar dan proses

produksi hingga sampai pada di tangan konsumen serta informasi mengenai komposisi dan tanggal *expired* serta melakukan inovasi rasa yang lebih bervariasi dan ukuran kemasan. Hal ini dapat menjaga dan meningkatkan kualitas produk.

Hasil penelitian ini menunjuk bahwa gaya hidup sehat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian oleh karena itu variabel tersebut perlu diperhatikan oleh perusahaan, karena dengan semakin tinggi gaya hidup sehat, maka semakin tinggi keputusan pembelian bear brand. Salah satunya dengan cara melakukan sosialisasi kepada masyarakat untuk tetap menjaga dan menyeimbangkan kesehatan dengan kegiatan sehari-hari dengan rutin mengonsumsi susu.

Daftar Pustaka

- Adabi, N. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Indihome Di Witel Telkom Depok. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 32-39.
- Amalia, N. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan). *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 96-104.
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Marketplace: Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 211-224.
- Christine, C. E., Fitriano, A., Halim, R., & Steven, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Karya Furnindo Modern. *Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 6(2), 1002-1010.
- Hernikasari, I., Ali, H., & Hadita, H. (2022). Model Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand: Harga Dan Kualitas Produk. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(3), 329-346.
- Istiningtyas, A. (2010). Hubungan Antara Pengetahuan Dan Sikap Tentang Gaya Hidup Sehat Dengan Perilaku Gaya Hidup Sehat Mahasiswa Di Psik Undip Semarang. *Jurnal Kesehatan Kusuma Husada*.

- Kencana, S. (2019). Analisis Strategi Penetapan Harga Skm. Clothing. *Prosiding Frima (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)*, (2), 1003-1011.
- Kumbara, V. B. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604-630.
- Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ko. We. Cok Di Solo. *J-Mind (Jurnal Manajemen Indonesia)*, 6(1), 1-13.
- Lestari, R., Digdowiseiso, K., & Safrina, D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Terhadap Tingkat Penjualan Melalui Digital Marketing Umkm Industri Makanan Dan Minuman Di Kecamatan Pancoran Jakarta Selatan Saat Pandemi Covid-19. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(3), 2947-2965.
- Lutfi, F. Z., & Baehaqi, M. (2022). Pengaruh Healty Lifestyle, Perceived Quality Dan Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Jenis Roadbike Merk Polygon: Studi Pada Pengguna Sepeda Jenis Roadbike Merk Polygon Di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (Jimmba)*, 4(4), 462-478.
- Megananda, F., & Sanaji, S. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Sehat Dan Citra Merek Terhadap Preferensi Konsumen Minuman Rtd (Ready To Drink) Di Kalangan Mahasiswa Kampus U Nesa Ketintang (Case: Coca= Cola Zero Sugar & Teh Botol Sosro Tawar). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(4), 1613-1622.
- Minarti, A., & Ginoga, V. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Undersiege Soppeng. *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen Dan Akuntansi)*, 5(2), 107-114.
- Noviyanti, I., Sunarsi, D., & Wijoyo, H. (2021). Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Cabang Cipondoh. *Journal Of Economic, Management, Accounting And Technology*, 4(1), 43-54.
- Nurhasna, F. N., Dewi, R. S., & Lestari, D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 750-757.
- Nurhasna, F. N., Dewi, R. S., & Lestari, D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 750-757.

- Permatasari, E., Luthfiana, H., Pratama, N. A., & Ali, H. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Ulang: Promosi, Harga Dan Produk (Literature Review Perilaku Konsumen). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(5), 462-471.
- Puspasari, P. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Gaya Hidup Sehat, Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Susu Bear Brand. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 2(1), 104-112.
- Saridewi, D. O., & Nugroho, R. H. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(6), 1722-1738.
- Suharjo, S. N., & Harianto, A. (2019). Perbedaan Gaya Hidup Sehat Dan Sikap Terhadap Makanan Organik Dari Generasi Baby Boomers, X, Dan Y Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 5(1), 45-58.
- Sukmawati, N., & Ekasasi, S. R. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Sehat Soyjoy. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(1), 17-28.
- Thalib, S., & Hubbansyah, A. K. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Susu Beruang Bearbrand Pada Saat Pandemi Covid-19 (Studi Empiris Pada Pelanggan Marketplace Shopee Di Desa Sindangagung Kuningan Jawa Barat). *Jimp: Jurnal Ilmiah Manajemen Pancasila*, 2(1), 53-69.
- Top Brand Award*. (2018). *Top Brand Index Susu Cair Dalam Kemasan Siap Minum 2018*. Diambil dari http://www.topbrand-award.com/top-brandsurvey/survey-result/top_brand_index_2018_fase_1 diakses tanggal 15 Oktober 2022.
- Top Brand Award*. (2019). *Top Brand Index Susu Cair Dalam Kemasan Siap Minum 2019*. Diambil dari http://www.topbrand-award.com/top-brandsurvey/survey-result/top_brand_index_2019_fase_1 diakses tanggal 15 Oktober 2022.
- Top Brand Award*. (2020). *Top Brand Index Susu Cair Dalam Kemasan Siap Minum 2020*. Diambil dari http://www.topbrand-award.com/top-brandsurvey/survey-result/top_brand_index_2020_fase_1 diakses tanggal 15 Oktober 2022.
- Top Brand Award*. (2021). *Top Brand Index Susu Cair Dalam Kemasan Siap Minum 2021*. Diambil dari http://www.topbrand-award.com/top-brandsurvey/survey-result/top_brand_index_2021_fase_1 diakses tanggal 15 Oktober 2022.

- Top Brand Award.* (2022). *Top Brand Award Metodologi Survey*. Diambil dari <https://www.topbrand-award.com/metodologi.survei/> diakses tanggal 17 Oktober 2022.
- Top Brand Award.* (2022). *Top Brand Index Susu Cair Dalam Kemasan Siap Minum 2022*. Diambil dari http://www.topbrand-award.com/top-brandsurvey/survey-result/top_brand_index_2022_fase_1 diakses tanggal 13 Oktober 2022.
- Triyono, A., & Susanti, D. N. (2021). Pengaruh Word Of Mouth, Healthy Lifestyle, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Merek Polygon Di Kabupaten Kebumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (Jimmba)*, 3(3), 484-494.
- Winalda, I. T., & Sudarwanto, T. (2022). Pengaruh Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Bebek Sinjay Bangkalan. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 10(1), 1573-1582