

BAB V

PEMBAHASAN

Setelah peneliti melakukan penelitian dengan menyebar angket kepada konsumen yang ada di Toko Busana Jaya Mode Kediri. Peneliti mengolah data dari jawaban responden atas hasil penyebaran angket kepada konsumen dengan program SPSS 16.0 dengan tujuan untuk:

A. Pengaruh Citra Toko Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Busana Jaya Mode Kediri

Citra toko dalam penelitian ini berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi atau semakin meningkatnya citra suatu toko maka semakin tinggi pula keputusan pembelian konsumen. Sebaliknya, jika semakin buruk atau semakin rendah citra suatu toko maka semakin rendah pula konsumen untuk melakukan keputusan pembelian pada toko busana jaya mode. Sehingga citra toko disini merupakan suatu gambaran yang dipikirkan oleh konsumen. Gambaran disini dijelaskan sebagai isi dari toko tersebut karena dengan citra atau *image* toko yang baik konsumen akan mengabaikan informasi dari toko lain dan lebih percaya dengan produk yang ditawarkan. Dengan kepercayaan dari konsumen tersebut konsumen akan lebih mengenalkan produk kepada orang lain, sehingga akan mempengaruhi keputusan pembelian berdasarkan informasi dari orang lain.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Andriana Lantika Putri dimana hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa citra toko berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Nilai signifikan citra toko terdapat pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian.¹⁰⁹ Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi Asroniyatin dimana hasil penelitian ini menyatakan bahwa citra toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.¹¹⁰

Hal ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa citra toko merupakan konseptualisasi lokal yang diharapkan mampu berhubungan dengan aktifitas belanja pada sebuah toko tertentu.¹¹¹ Citra toko sendiri memiliki pengertian pandangan atau kepercayaan masyarakat terhadap penentuan posisi toko secara efektif, baik dari segi nilai, kualitas, dan harga.¹¹² Citra toko yang baik akan membuat konsumen menjadi percaya untuk membeli produk di toko tersebut. Hal tersebut sesuai dengan teori dari Simamora yang menyatakan bahwa minat beli terhadap suatu produk yang timbul karena adanya dasar kepercayaan terhadap produk yang diiringi dengan kemampuan untuk membeli produk tersebut.¹¹³

¹⁰⁹ Andriana Lantika Putri, Augusti Tae Ferdinand, *Analisi Pengaruh citra toko dan harga kompetitif terhadap keputusan pembelian pada toko H.A Laury di Semarang*, Semarang : Jurnal Manajemen Vol 5. No. 3, Tahun 2016

¹¹⁰ Dewi Asroniyatin, *Pengaruh Citra Toko, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Apotek Alya Farma Ngadiluwih Kediri*, Vol. 01, No. 03, Tahun 2017

¹¹¹ Christina Widya Utami, *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern Indonesia*, (Jakarta: Salemba Empat, 2017), hal 340

¹¹² Shopiah dan Shihabudhin, *Manajemen Bisnis Ritel, Cetakan ke-1*, (Yogyakarta: Andi, 2008), hlm. 138

¹¹³ Simamora Bilson, *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, Edisi Pertama, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum, 2001), hlm. 106

B. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Busana Jaya Mode Kediri

Gaya hidup dalam penelitian ini berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di toko busana jaya mode. Gaya hidup berpengaruh pada pemilihan keputusan pembelian pada suatu toko. Semakin tinggi gaya hidup konsumen, maka konsumen juga akan mencari toko yang sesuai dengan perubahan tingkat gaya hidupnya. Begitu pula sebaliknya, apabila gaya hidup suatu masyarakat menurun maka keputusan pembelian juga akan menurun, atau berubah kepada toko yang sesuai dengan gaya hidupnya. Setiap penambahan nilai pada gaya hidup, akan meningkatkan keputusan pembelian, ketika toko tersebut sesuai dengan gaya hidupnya. Hal tersebut berarti bahwa gaya hidup masyarakat berpengaruh cukup kuat terhadap keputusan pembelian. Sepertihalnya seseorang menghabiskan waktu mereka, apa yang mereka anggap penting dalam lingkungan mereka, dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia disekitarnya yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Dalam melakukan suatu keputusan pembelian, konsumen akan mempertimbangkan sesuai dengan gaya hidupnya. Gaya hidup yang berbeda satu sama lain akan menimbulkan konsumsi yang berbeda pula. Setiap orang mempunyai tujuan untuk mencapai keinginan dengan cara yang berbeda-beda. Pada keputusan pembelian seseorang dipengaruhi oleh faktor eksternal dari individu tersebut dalam mengkonsumsi suatu

produk dan selanjutnya akan diproses dalam diri individu sendiri. Meskipun seseorang selalu berubah-ubah namun diri sendiri akan mempertahankan, kepercayaannya terhadap kualitas yang terpolakan dan terorganisir dalam dirinya.

Hasil penelitian tersebut, sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Suci Dwi Pangestu dan Sri Suryoko. Dimana, dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa gaya hidup (lifestyle) dan harga terhadap keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.¹¹⁴ Selain itu, hasil penelitian ini juga dilakukan oleh Adhianti Laras Pratiwi dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel gaya hidup terhadap keputusan pembelian.¹¹⁵

Hal tersebut sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa gaya hidup dapat diartikan “bagaimana seseorang hidup”. Gaya hidup seseorang meliputi produk yang akan dibelinya, bagaimana menggunakannya dan bagaimana seseorang tersebut berfikir dan merasakan semua itu. Menurut Setiadi, gaya hidup secara luas dapat didefinisikan sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana seseorang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting (ketertarikan), dan

¹¹⁴ Suci Dwi Pangestu, Sri Suryoko, “Pengaruh Gaya hidup (life style) dan harga terhadap keputusan pembelian”, Jurnal : Fakultas Administrasi Bisnis, Vol 5, No.1, Tahun 2016

¹¹⁵ Adhianti Laras Pratiwi, “Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek, Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Zoya di Jakarta Selatan”, Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2017.

apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga hal-hal yang ada disekitarnya (pendapat).¹¹⁶

C. Pengaruh Citra Toko dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Busana Jaya Mode Kediri

Dalam hasil penelitian, didapatkan bahwa citra toko dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti bahwa citra toko dan gaya hidup secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Artinya, apabila citra dan gaya hidup masyarakat meningkat secara bersama-sama akan meningkatkan keputusan pembelian. Sebaliknya, jika mengalami penurunan dalam citra toko dan gaya hidup secara bersama-sama akan menurunkan keputusan pembelian.

Keputusan pembelian merupakan suatu kegiatan yang dilakukan konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk yang menjadi kebutuhan dan keinginannya. Pada dasarnya untuk membeli suatu produk konsumen akan mempertimbangkan citra toko sehingga produk yang akan dibeli sesuai dengan keinginan. Dalam keputusan pembelian suatu produk sesuai dengan gaya hidup seseorang dan citra yang baik dalam toko tersebut. Dengan adanya perpaduan antara citra toko dan gaya hidup secara bersama-sama akan lebih memperkuat keputusan pembelian pada toko busana jaya mode, karena dalam mengkonsumsi suatu produk selalu memperhatikan citra yang baik pada toko tersebut dan kualitas produknya

¹¹⁶ Nugroho Setiadi, *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta: Kencana, 2003), hlm. 152

sehingga dampak yang ditimbulkan yaitu kepuasan konsumen. Sehingga jika konsumen merasa puas maka konsumen akan melakukan pembelian ulang di lain waktu. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sisilia Oktavia Umboh dkk dimana menyatakan variabel citra toko yang merupakan kualitas produk, *brand image*, *life style* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.¹¹⁷

Secara teori, konsumen akan memutuskan untuk membeli suatu barang atau jasa dengan mempertimbangkan beberapa hal yaitu: barang dagangan atau jasa tersebut sesuai dengan kebutuhan, mendapatkan informasi secara jelas mengenai suatu barang maupun jasa tersebut setelah itu konsumen akan melakukan keputusan pembelian. Dari hal tersebut nantinya konsumen akan menimbang atau memutuskan untuk membeli ataupun tidak terhadap barang tersebut.¹¹⁸

Selain hal tersebut, keputusan pembelian konsumen juga dipengaruhi beberapa faktor yaitu: faktor internal (faktor pribadi) dimana dalam faktor pribadi terdapat gaya hidup, gaya hidup merupakan bagaimana individu menjalankan hidup, membelanjakan uangnya ataupun menggunakan waktunya. Disini satu hal yaitu membelanjakan uangnya salah satu berkaitan dengan bagaimana pola konsumsi individu dalam hal berbelanja pada sebuah toko, dikarenakan setiap individu satu dengan lainnya memiliki pola konsumsi yang berbeda seperti halnya berbelanja di

¹¹⁷ Sisilia Oktavia Umboh dkk, *Analisis Kualitas Produk, Brand Image dan Life Style Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Wanita di Mississippi Manado Town Square*, Manado : Jurnal Manajemen, Vol. 3, No. 1 Tahun 2015

¹¹⁸ Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT Gramedia PustakaUtama, 2000), hlm. 15

toko.¹¹⁹ Gaya hidup kelas sosial bawah cenderung akan berfikir ulang tentang berbelanja di toko yang besar beda halnya dengan gaya hidup kelas sosial menengah maupun atas akan lebih memilih berbelanja ditoko yang besar yang memiliki citra yang baik.

¹¹⁹ Etta Mamang Sangadji, Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*, (Yogyakarta: Andi, 2013), hal 41-50