

Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Café Kopilogi Kabupaten Garut

Rifki Rosyad Karnawan¹⁾; Ramayani Yusuf²⁾

¹⁾ 24023120236@fekon.uniga.ac.id, (Fakultas Ekonomi, Universitas Garut)

²⁾ ramayani.yusuf@poljan.ac.id, (Fakultas Ekonomi, Universitas Garut)

Article Info:

Keywords:

Lifestyle, Purchase Decisions
Correlation,
And Simple Regression.

Article History:

Received : May 08 2023
Revised : October 12, 2023
Accepted : October 12, 2023

Article Doi:

<http://dx.doi.org/10.22441/jies.v11i3.20365>

Abstract

This study aims to determine the effect of lifestyle on product purchasing decisions at Kopilogi Café in Garut Regency in Leles District. The method used is to describe the results of the research using the causal method. The population is the people in Leles District. The technique used is to determine the special characteristics of the respondents. The characteristics are that the people of Leles District have bought products at Café Kopilogi. The tool used to analyze the data is SPSS. The data collection technique used was to distribute questionnaires to the people of Leles District who had visited Café Kopilogi, Garut Regency. It can be seen that the Lifestyle variable is considered good by the respondents. Lifestyle is a benchmark for someone in Purchasing Decisions because all actions taken by consumers are based on Activities, Opinions and Interests, even though there are low ratings from respondents in terms of Products at Café Kopilogi, but overall Lifestyle can influence Purchase Decisions with that seems to have gotten enough attention from respondents who are Leles District Communities. Based on the results and analysis of data and discussion, it can be seen that there is an effect of lifestyle on product purchasing decisions at Café Kopilogi, Garut Regency.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Café Kopilogi Kabupaten Garut di Kecamatan Leles. Metode yang dilakukan yaitu melalui menggambarkan hasil dari penelitian yaitu menggunakan metode Kausal. Populasinya yaitu Masyarakat yang ada di Kecamatan Leles. Teknik yang dilakukan adalah dengan menentukan ciri-ciri khusus dari responden. Adapun ciri-cirinya yaitu Masyarakat Kecamatan Leles yang pernah membeli Produk di Café Kopilogi. Alat yang digunakan untuk menganalisis data adalah SPSS. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menyebarkan kuesioner kepada Masyarakat Kecamatan Leles yang pernah datang ke Café Kopilogi Kabupaten Garut. Dapat terlihat bahwa variabel Gaya Hidup dinilai baik oleh responden. Gaya Hidup merupakan tolak ukur seseorang dalam Keputusan Pembelian karena semua tindakan yang dilakukan konsumen berdasarkan pada Aktivitas, Pendapat serta Minat, meskipun ada penilaian yang rendah dari para responden dalam hal Produk di Café Kopilogi, namun secara keseluruhan memang Gaya Hidup dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian dengan itu terlihat sudah cukup mendapatkan perhatian dari responden yang merupakan Masyarakat Kecamatan Leles. Berdasarkan hasil dan analisis data dan pembahasan dapat diketahui bahwa ada pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Café Kopilogi Kabupaten Garut.

Kata Kunci: *Gaya Hidup, Keputusan Pembelian, Kolerasi, dan Regresi Sederhana*

PENDAHULUAN

Dampak perkembangan era globalisasi sangat mempengaruhi acara budaya dan nasional. Saat ini, Indonesia berpartisipasi dalam banyak badan dunia. Indonesia lebih terbuka terhadap pembangunan dunia, berpartisipasi dalam perdagangan bebas, dan lebih terbuka

terhadap masuknya produk luar negeri (Fauzi, 2020). Akibatnya, terbentuklah budaya Indonesia yang bercampur dengan budaya asing yang dianggap lebih praktis dibandingkan dengan budaya lokal (Fauzi, 2020). Perkembangan globalisasi, ekonomi saat ini dan keterbukaan pemerintah terhadap masuknya produk luar negeri tanpa disadari mempengaruhi pola pikir konsumsi masyarakat dan mempengaruhi perilaku konsumsi masyarakat. Budaya baru secara tidak langsung akan muncul dan mempengaruhi masyarakat (Fauzi, 2020). Dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin modern, persaingan antar perusahaan Indonesia semakin meningkat, persaingan yang semakin ketat antar perusahaan tentunya mendorong setiap perusahaan besar, menengah dan kecil untuk menjadi lebih efisien dalam segala bidang. Salah satu upaya untuk meningkatkan efisiensi adalah manajemen persediaan (Wulandari, 2020). Pada masa orientasi Indonesia yang modern dan Islami, perkembangan gaya hidup meningkat dalam beberapa dekade terakhir (Sahir et al., 2016). Perkembangan gaya hidup modern dan mengacu pada nilai-nilai Islam dapat dilihat pada fenomena berikut, seperti meningkatnya pilihan masyarakat untuk mengevaluasi kehalalan produk yang mereka konsumsi, dan peningkatan jumlah pengusaha (Sahir et al., 2016).

Gaya hidup masyarakat semakin berkembang mengikuti arah perubahan yang terkait dengan modernitas. Modernitas dapat merujuk pada perkembangan di segala bidang yang ada seperti teknologi, ekonomi, pengetahuan sosial, cara berpikir dan perilaku manusia (Solihin et al., 2020). Kehidupan modern saat ini juga mempengaruhi gaya hidup masyarakat kelas atas dan juga kebiasaan berbelanja mereka. Hal ini karena gaya hidup mempengaruhi perilaku pembelian konsumen (Solihin et al., 2020). Gaya hidup adalah suatu aktivitas seperti yang kita lihat seseorang menghabiskan waktu dan uang mereka, Gaya hidup yang fleksibel dengan perubahan zaman. Gaya hidup biasanya lebih kompleks daripada kepribadian, sehingga pemasar sering kali menggunakan gaya hidup untuk menargetkan produk mereka (Aziz, 2015). Gaya hidup dapat diartikan sebagai cara hidup seseorang, yang diwujudkan dalam tindakan, minat, dan pendapat yang dibentuk oleh kelas sosial dan pekerjaan. Namun, kelas sosial dan profesi yang sama tidak menjamin munculnya gaya hidup yang serupa. Melihat ini sebagai peluang pemasaran, banyak pemasar menyelaraskan merek mereka dengan gaya hidup seseorang (Paendong & Tielung, 2016). Keputusan pembelian merupakan tahapan dalam proses keputusan pembelian dimana konsumen benar-benar membeli produk tersebut. Pengambilan keputusan adalah aktivitas individu yang berhubungan langsung dengan perolehan dan penggunaan barang yang ditawarkan. Ada 5 tahapan dalam proses keputusan pembelian, yaitu identifikasi masalah atau kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian (Fauzi, 2020).

Kopilogi merupakan kedai kopi yang berdiri sejak Agustus 2015, yang kini memiliki pangsa pasar tersendiri di kalangan anak muda Garut. Setiap malam menjelang malam, Kopilogi hampir selalu dipenuhi anak muda Garut menikmati kopi Garut sambil bercengkrama. Tempat ini memiliki konsep yang unik dan menarik sehingga sering menjadi tempat istirahat yang populer di pusat kota Garut. Kopilogi terletak di pusat kota Garut yang strategis dan memungkinkan pengunjung untuk mengakses kafe ini dengan mudah dari berbagai penjuru kota Garut dengan kendaraan umum maupun kendaraan pribadi. Kopilogi Garut menawarkan berbagai macam hidangan baik makanan maupun minuman, namun daya tarik utama dari tempat ini adalah kopinya. Pengunjung dapat memilih dari berbagai biji kopi lokal dan internasional. Kopilogi juga menawarkan berbagai minuman kopi unik seperti kopi susu nangka dan kopi susu durian yang pasti akan memanjakan lidah pengunjung. Selain itu, tempat ini juga memiliki wifi gratis, sehingga pengunjung bisa browsing atau bekerja sambil menikmati minuman kopi yang nikmat.

Berdasarkan fenomena di atas, tampaknya upaya Cafe Kopilogi untuk meningkatkan pemasaran dan terus meningkatkan fasilitas dan produk tidak berjalan semulus ekspektasi pertumbuhan penjualan pemilik karena saat ini banyak pesaing kedai kopi lain yang menawarkan minuman dengan produk yang lebih unik namun tidak terbuat dari kopi.. Pelaksanaan pemasaran pasti akan mengarah pada gaya hidup masyarakat hal tersebut tentunya akan mengakibatkan banyak persaingan antara café yang ada di Garut hal ini secara mendasar dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, sehingga Kopilogi menciptakan produk kopi dengan cita rasa unik yang belum pernah dicicipi sebelumnya dan merupakan terobosan baru dalam dunia perkopian. Hal tersebut dapat mempengaruhi keputusan pembelian suatu produk dan terus melakukan pembelian ulang produk yang sama, dengan adanya pelanggan tetap, perusahaan dapat mempertahankan bahkan meningkatkan penjualannya secara berkelanjutan.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap Café Kopilogi di Kabupaten Garut. Peneliti ingin mengetahui apakah keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh Gaya Hidup. Maka dari itu penelitian ini diberi judul “**PENGARUH GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI CAFÉ KOPILOGI KABUPATEN GARUT**”

KAJIAN TEORI

1. GAYA HIDUP

A. Pengertian Gaya Hidup

Gaya hidup secara luas sebagai cara hidup yang ditandai dengan bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam orang di sekitar mereka (hubungan), dan apa yang mereka hargai tentang diri mereka sendiri dan dunia di sekitar mereka (opini) (Khotimah et al., 2016).

Gaya Hidup menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana mereka membelanjakan uang mereka dan bagaimana mereka mengatur waktu mereka. Konsep gaya hidup di atas sangat umum dan luas, sehingga konstruksi gaya hidup harus fokus pada gaya hidup tertentu, yaitu gaya hidup teknologi (Bintang Jalasena Anoraga dan Sri Setyo Iriani, 2014).

B. Indikator Pengukuran Gaya Hidup

Menurut Sunarto, gaya hidup seseorang memiliki tiga indikator, yaitu sebagai berikut (Mandey, 2009:93):

1. Aktivitas adalah apa yang dilakukan konsumen, produk apa yang dibeli atau digunakan, aktivitas apa yang dilakukan untuk mengisi waktu luangnya. Meskipun tindakan ini biasanya dapat diamati, penyebab dari tindakan tersebut jarang dapat diukur secara langsung.
2. Minat adalah obyek atau subyek peristiwa pada tingkat kegairahan yang memerlukan perhatian khusus atau terus menerus. Minat dapat berupa selera, hobi dan prioritas dalam kehidupan konsumen.
3. Opini adalah opini dan perasaan konsumen ketika menanggapi isu global, lokal, ekonomi dan sosial. Opini digunakan untuk menggambarkan interpretasi, ekspektasi, dan evaluasi, seperti keyakinan tentang niat orang lain, mengantisipasi kejadian di masa depan, dan menimbang konsekuensi yang menguntungkan atau menghukum dari tindakan alternatif.

2. KEPUTUSAN PEMBELIAN

Menurut Kotler (2012:202) Keputusan pembelian merupakan tahap dimana konsumen memiliki pilihan dan ingin melakukan pembelian atau pertukaran antara uang dan janji untuk membayar hak untuk memiliki atau menggunakan barang atau jasa.

Keputusan pembelian adalah suatu proses pemilihan diantara dua atau lebih alternatif, dimana suatu aspek perilaku dan kondisi dilibatkan dalam suatu pengambilan keputusan konsumen, termasuk pengetahuan, kepercayaan, perhatian dan pemahaman produk yang ditawarkan (Ariyanto, 2016).

Kotler (2012: 153) mengemukakan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh empat faktor utama, yaitu:

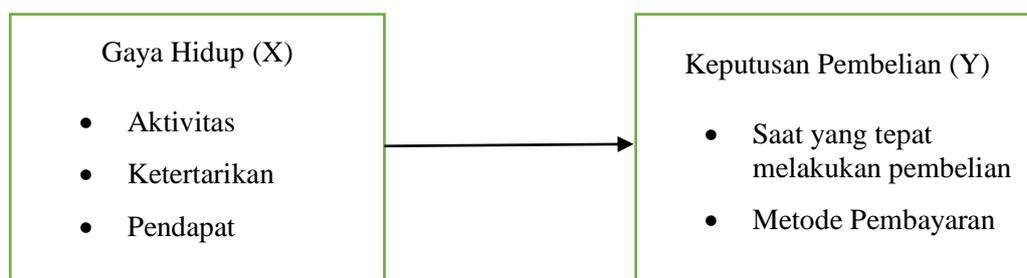
1. Budaya (culture, sub culture, dan kelas ekonomi)
2. Sosial (kelompok acuan, keluarga serta peran dan status)
3. Pribadi (usia, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup dan kepribadian)
4. Psikologis (motivasi, persepsi, belajar, kepercayaan, dan sikap)

Kotler dan Amstrong (2010: 222) menjelaskan bahwa keputusan pembelian merupakan kegiatan penentuan pemilihan produk / jasa oleh konsumen yang umumnya terdiri dari lima tahapan: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian.

METODE PENELITIAN

Seperti yang dikemukakan oleh Sugiyono (2018, hlm. 2) yang menjelaskan bahwa metode penelitian adalah cara ilmiah untuk memperoleh informasi untuk tujuan dan kegunaan tertentu. Ilmiah merujuk pada kegiatan penelitian yang didasarkan pada ciri ilmiah, yaitu. rasional, empiris dan sistematis.

Penelitian ini menggunakan desain penelitian deterministik dengan jenis penelitian kausal, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji hipotesis tentang hubungan antara variabel bebas (gaya hidup) dan variabel terikat (keputusan pembelian) pada penduduk Kecamatan Leles. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuisisioner kepada masyarakat di Kecamatan Leles dengan menggunakan Google Form sebagai media untuk mengisi kuisisioner yang telah disebar. Rencana penelitian dapat digambarkan sebagai berikut :



Sumber : (Bintang Jalasena Anoraga dan Sri Setyo Iriani, 2014)

Populasi dalam penelitian ini adalah Masyarakat yang berada di Kabupaten Garut khususnya di Kecamatan Leles yang telah mengunjungi Café Kopilogi yang berada di kawasan Garut Kota dengan jumlah populasi tak terbatas. Data diperoleh dari penyebaran angket,observasi dan wawancara. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert yang hanya

merupakan skala pengukuran dengan lima kategori respon yang berkisar antara “sangat setuju” hingga “sangat tidak setuju”. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teknik regresi linier berganda untuk mengukur pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden penelitian ini adalah Masyarakat yang ada di Kabupaten Garut khususnya di Kecamatan Leles yang pernah mengunjungi Café Kopilogi yang berada di Garut Kota dengan jumlah sampel 100 orang. Responden dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Item-Total Statistics			
Item = 12	Corrected Item-Total Correlation (r hitung)	r tabel (0,05;98)	Keputusan
Item_1	0,5650	0,1996	VALID
Item_2	0,5324	0,1996	VALID
Item_3	0,5950	0,1996	VALID
Item_4	0,4925	0,1996	VALID
Item_5	0,2257	0,1996	VALID
Item_6	0,4897	0,1996	VALID
Item_7	0,5849	0,1996	VALID
Item_8	0,5488	0,1996	VALID
Item_9	0,5687	0,1996	VALID
Item_10	0,4966	0,1996	VALID
Item_11	0,3900	0,1996	VALID
Item_12	0,5448	0,1996	VALID

Analisis Outputnya :

Berdasarkan hasil uji validitas diketahui terdapat 12 item pertanyaan yang dikatakan VALID dengan r hitung > 0,1996

2. Uji Reliabilitas

a. Uji Reliabilitas dengan menggunakan Split – Half

Reliability Statistics			
	Part 1	Value	.722
		N of Items	6 ^a
Cronbach's Alpha	Part 2	Value	.767
		N of Items	6 ^b
	Total N of Items		12
Correlation Between Forms			.653
Spearman-Brown Coefficient	Equal Length		.790
	Unequal Length		.790
Guttman Split-Half Coefficient			.784

- a. The items are: Item_1, Item_2, Item_3, Item_4, Item_5, Item_6.
- b. The items are: Item_7, Item_8, Item_9, Item_10, Item_11, Item_12.

Analisis Outputnya :

Berdasarkan output reability statistic pada table diatas diperoleh nilai guttmand split – half coofecient sebesar $0,784 > 0,5760$ (r table) maka keputusannya alat ukur dikatakan reliabel.

b. Uji Reliabilitas dengan menggunakan Cronbach Alpha

Cronbach's Alpha	N of Items
.837	12

Analisis Outputnya :

Berdasarkan Output reliability statistic diperoleh nilai Cronbach alpha sebesar $0,837 > 0,05$ maka keputusannya alat ukur dapat dikatakan reliabel.

3. Uji Normalitas

Uji Normalitas menggunakan metode Kolmogorov Smirnov

		Standardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	.99493668
	Absolute	.086
Most Extreme Differences	Positive	.075
	Negative	-.086
Kolmogorov-Smirnov Z		.863
Asymp. Sig. (2-tailed)		.445

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.

Analisis outputnya :

Pada output terlihat bahwa nilai Kolmogorov – Smirnov Z (K Hitung) sebesar $0,863 > K$ Tabel ($0,134$) atau nilai Asymp.Sig.(2-failed) sebesar $0,445 > 0,05$ (Alpha), maka hasilnya adalah nilai standardized residual dinyatakan menyebar secara normal atau data berdistribusi normal.

4. Uji Kolerasi

		Gaya Hidup	Keputusan Pembelian
Gaya Hidup	Pearson Correlation	1	.662**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.662**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Analisis Ouputnya :

Berdasarkan Output dari table diatas dari nilai signifikasinya diketahui nilai signifikansi (2-tailed) sebesar 0,000 dimana lebih kecil dari 0,05, artinya terdapat hubungan antara Gaya Hidup dengan Keputusan Pembelian (berkorelasi) karena Nilai Signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dan dilihat dari perkembangan r hitung dengan r table pada table hasil Output untuk nilai r hitung (*Pearson Correlation*) sebesar 0,662. Kemudian untuk mengetahui r table nya bisa dilihat pada table r. sesuai dengan ketentuan untuk membaca table nya df (N-2) dimana nilai N merupakan jumlah data sampel yang diuji yaitu sebesar 100 jadi untuk df nya 98. Kemudian nilai taraf nyatanya 5% atau 0,05 pada tingkat signifikansi uji dua arah. Sehingga r table = df $(100-2; 0,05) = 0,1966$.

Sehingga sesuai dengan kaidah keputusan Nilai Person Correlation (rhitung) sebesar $0,662 > r$ table sebesar 0,1966 artinya terdapat hubungan antara Variabel Gaya Hidup dengan Variabel Keputusan Pembelian memiliki hubungan positif, artinya jika X naik, maka Variabel Y juga naik. Kemudian dengan nilai r sebesar 0,662 memiliki derajat hubungan cukup kuat. Kemudian nilai Koefisien Determinasinya sebesar 43,82%, dan nilai variable bebas lain yang memiliki pengaruh terhadap variable terikat (Keputusan Pembelian) sebesar 56,18%.

5. Uji Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi digunakan untuk mengukur hubungan antara variabel bebas/independent (X) yaitu Gaya Hidup dan variabel terikat/dependen (Y) yaitu Keputusan Pembelian. Berikut pada tabel ditampilkan hasil analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan SPSS versi 20, yang diperoleh persamaan regresi berikut :

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.662 ^a	.439	.433	1.834

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup

Analisis Outputnya :

Berdasarkan Output pada tabel Model Summary diketahui nilai R Square sebesar 0,662, variable independent Gaya Hidup dapat menjelaskan variable dependent (Keputusan

Pembelian) sebesar 43,9%, sedangkan 56,1 % dijelaskan oleh faktor lain yang tidak terdapat dalam model.

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	257.820	1	257.820	76.653	.000 ^b
1 Residual	329.620	98	3.363		
Total	587.440	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Gaya Hidup

Analisis Outputnya :

Berdasarkan Output pada tabel Anova diperoleh f hitung sebesar 76.653 dengan nilai sig sebesar 0,000, artinya nilai signifikansi kurang dari nilai probabilitas ($0,000 < 0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa H₀ ditolak yang artinya Gaya Hidup berpengaruh pada Keputusan Pembelian (H₁ Diterima).

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.559	.665		5.349	.000
1 Gaya Hidup	.401	.046	.662	8.755	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Analisis Outputnya :

Berdasarkan hasil Output pada tabel Coefficients, terlihat bahwa t hitung sebesar 8,775 dengan Nilai Sig yaitu sebesar 0,000, artinya nilai signifikansi kurang dari nilai probabilitas ($0,000 < 0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa H₀ ditolak yang artinya Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (H₁ diterima). Karena hasil nya positif maka pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian memiliki pengaruh positif, artinya jika variable X naik , maka variable Y juga naik.

6. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.662 ^a	.439	.433	1.834

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup

Analisis Outputnya :

Berdasarkan Output pada tabel Model Summary diketahui nilai R Square sebesar 0,662, variable independent Gaya Hidup dapat menjelaskan variable dependent (Keputusan

Pembelian) sebesar 43,9%, sedangkan 56,1 % dijelaskan oleh faktor lain yang tidak terdapat dalam model.

PENUTUP

Kesimpulan

Hasil analisis korelasi menunjukkan bahwa terdapat hubungan (korelasi) antara variabel gaya hidup dengan variabel keputusan pembelian. Karena hasilnya positif, maka hubungan antara gaya hidup dengan keputusan pembelian memiliki hubungan yang positif, artinya ketika variabel X meningkat, maka variabel Y juga meningkat. Maka Anda memiliki hubungan yang cukup kuat. Hasil analisis dengan menggunakan regresi linier sederhana juga menunjukkan adanya pengaruh variabel x (Gaya Hidup) terhadap variabel y (keputusan pembelian). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (H1 diterima). Sebagai hasilnya positif, gaya hidup secara positif mempengaruhi keputusan pembelian, yaitu. ketika variabel X meningkat, variabel Y juga meningkat, yang dapat diartikan sebagai berikut:

1. Gaya Hidup secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian PRODUK DI CAFÉ KOPILOGI KABUPATEN GARUT
2. Gaya Hidup secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian PRODUK DI CAFÉ KOPILOGI KABUPATEN GARUT

Saran

Sehubungan dengan adanya pengaruh variabel Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Café Kopilogi Kabupaten Garut pada Masyarakat yang ada di Kecamatan Leles, maka disarankan pihak Café Kopilogi untuk selalu menjaga Produk nya atau bahkan bisa mempengaruhi Gaya Hidup (Aktivitas, Ketertarikan, Pendapatan) dari konsumennya sehingga dapat mempengaruhi Keputusan Pembelian, serta agar dapat bersaing dengan Café lain. Dengan demikian, maka Keputusan Pembelian Sepatu Nike pada Mahasiswa Universitas Garut akan mengalami peningkatan.

1. Mengingat gaya hidup memiliki pengaruh positif yang penting dan juga berpengaruh cukup besar terhadap keputusan pembelian produk Cafe Kopilogi di Kabupaten Garut. Sehingga pihak Café harus memperhatikan faktor-faktor tersebut.
2. Hasil penelitian dapat digunakan untuk mengembangkan pengetahuan manajemen pemasaran khususnya dalam hal gaya hidup dan keputusan pembelian.
3. Kajian penelitian ini dibatasi pada pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian. Namun faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian belum diberitahukan seberapa besar pengaruhnya, semoga pada penelitian selanjutnya dapat membahas faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyanto, Y. (2016). *Pengaruh Ekuitas Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan Juke*. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, 5(3), 1–19.
- Aziz, V. R. A. (2015). *Pengaruh Persepsi Risiko dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Secara Online Melalui Blackberry Messenger (BBM)*. Psikoborneo:

- Jurnal Ilmiah Psikologi, 3(2), 186–196. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v3i2.3771>
Bintang Jalasena Anoraga dan Sri Setyo Iriani. (2014). Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Acuan terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung Galaxy. Jurnal Bisnis Dan Manajemen (BISMA), 6(2), 139–147.
<https://journal.unesa.ac.id/index.php/bisma/article/view/2774/1794>
- Fauzi, F. (2020). Pengaruh Etnosentrisme, Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Batik. Jurnal Ekonomi : Journal of Economic, 11(1), 86–95.*
<https://doi.org/10.47007/jeko.v11i1.3220>
- Khotimah, H., Khafid, M., & Pujiati, A. (2016). Sikap Konsumen dan Gaya Hidup Mahasiswa dalam Keputusan Pembelian Produk Fashion Melalui Minat Beli. Journal of Economic Education, 5(2), 110–121.*
- Paendong, M., & Tielung, M. V. J. (2016). Pengaruh Kebutuhan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Smartfren Di Galeri Smartfren Cabang Manado. Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, 16(4), 387–395.*
- Sahir, S. H., Ramadhan, A., & Tarigan, E. D. S. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan. Jurnal Konsep Bsnis Dan Manajemen, 3(1), 130.*
- Solihin, W. A., Tewal, B., & Wenas, R. (2020). Pengaruh Sikap Konsumen dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone (Studi Pada Mahasiswa UNSARAT di Manado. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 8(1), 511–520.*
- Wulandari, E. (2020). On shelf availability. 2, 126–140.*