

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGARUH GAYA HIDUP, KUALITAS PRODUK, DAN DESAIN
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MERK
POLYGON DI KOTA PEKANBARU**

SKRIPSI



OLEH :

NUR SHABRINA KHAIRAT
NIM : 11571204885

**KONSENTRASI PEMASARAN
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU**

2022



- PENGARUH GAYA HIDUP, KUALITAS PRODUK, DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MERK POLYGON DI KOTA PEKANBARU**
- SKRIPSI**
- Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
- OLEH :**
- NUR SHABRINA KHAIRAT**
NIM : 11571204885
- KONSENTRASI PEMASARAN**
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
2022
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU



LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : NUR SHABRINA KHAIRAT
NIM : 11571204885
PROGRAM STUDI : SI MANAJEMEN
KONSENTRASI : PEMASARAN
FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
JUDUL : PENGARUH GAYA HIDUP, KUALITAS PRODUK, DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MERK POLYGON DI KOTA PEKANBARU
TANGGAL UJIAN : 20 DESEMBER 2022

DISETUJUI OLEH

DOSEN PEMBIMBING

M. RACHMADI, SE, MM
 NIP. 130 717 111

MENGETAHUI,

KETUA PRODI SI MANAJEMEN

ASTUTI MEPLINDA, SE, MM
 NIP. 19720513 200701 2 018



Dr. Hj. MAHYARNI, SE, MM
 NIP. 197008261999032001

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Nur Shabrina Khairat
NIM : 11571204885
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Fakultas : Ekonomi Dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Merk Polygon di Kota Pekanbaru
Tanggal Ujian : 20 Desember 2022

Tim Penguji

Ketua
 Dr. Jhon Afrizal, MA

Sekretaris
 Devi Deswimar, S.sos., M.Si

Anggota
 Fakhrurrozi, SE, MM

Anggota
 Saipul Al Sukri, SE, M.Si

UIN SUSKA RIAU



Lampiran surat
 Nomor : Nomor 25/2021
 Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini.

Nama : Nur Shabrina Khairat
 NIM : 11571204885
 Tempat/Tgl. Lahir : Bangkinang/ 27 April 1996
 Fakultas/Pascasarjana : Ekonomi dan Ilmu Sosial
 Prodi : Manajemen S1
 Judul Skripsi : Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Merk Polygon Di Kota Pekanbaru

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Penulisan Skripsi dengan judul sebagaimana tersebut diatas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Skripsi saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 22 Desember 2022
 Yang Membuat Pernyataan



Nur Shabrina Khairat
NIM. 11571204885



ABSTRAK

PENGARUH GAYA HIDUP, KUALITAS PRODUK, DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MERK POLYGON DI KOTA PEKANBARU

Oleh:

NUR SHABRINA KHAIRAT

NIM : 11571204885

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian sepeda merk Polygon di Kota Pekanbaru. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang. Dengan ketentuan analisis data dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan metode regresi linear berganda dan data tersebut dianalisis dengan menggunakan program SPSS 23. Populasi pada penelitian ini adalah penduduk Kota Pekanbaru yang melakukan pembelian sepeda Polygon dengan jumlah sampel sebesar 100 orang menggunakan teknik purposive sampling. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda merk Polygon di Kota Pekanbaru. Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda merk Polygon di Kota Pekanbaru. Desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda merk Polygon di Kota Pekanbaru. Secara simultan variabel independen (gaya hidup, kualitas produk dan desain produk) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) sepeda merk Polygon di Kota Pekanbaru. Nilai adjusted R Square sebesar 0,653 atau 65,3% berarti variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh gaya hidup, kualitas produk dan desain produk sementara sisanya 34,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan pada penelitian ini.

Kata Kunci : Gaya Hidup, Kualitas Produk, Desain Produk dan Keputusan Pembelian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF LIFESTYLE, PRODUCT QUALITY, AND PRODUCT DESIGN ON THE PURCHASE DECISION OF POLYGON BIKE BRAND IN PEKANBARU CITY

By:

NUR SHABRINA KHAIRAT

NIM : 11571204885

The purpose of this study was to determine the effect of lifestyle, product quality, and product design on the decision to purchase a bicycle brand Polygon in the city of Pekanbaru. Respondents in this study amounted to 100 people. With the provision of data analysis in this study is quantitative using the multiple linear regression method and the data was analyzed using the SPSS 23 program. Based on the results of this study, it shows that lifestyle influences the decision to purchase a Polygon brand bicycle in the city of Pekanbaru. Product quality influences the decision to purchase Polygon brand bicycles in the city of Pekanbaru. Product design influences the decision to purchase Polygon brand bicycles in the city of Pekanbaru. Simultaneously the independent variables (lifestyle, product quality, and product design) have a significant effect on the dependent variable (purchasing decision) Polygon brand bicycles in the city of Pekanbaru. The adjusted R Square value of 0.653 or 65.3% means that the purchasing decision variable is influenced by lifestyle, product quality, and product design while the remaining 34.7% is influenced by other variables not used in this study.

Keywords : Lifestyle, Product Quality, Product Design and Purchasing Decision



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh.

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH GAYA HIDUP, KUALITAS PRODUK, DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MERK POLYGON DI KOTA PEKANBARU”** yang disusun sebagai syarat akademis dalam memperoleh gelar sarjana Strata-1 program studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Shalawāt beriringkan salam senantiasa peneliti ucapkan kepada baginda Rasulullah *Shallallahu 'alaihi wa sallam*, suri tauladan ummat islam yang telah sukses menyebarkan dakwah dengan berlandaskan al-Qur'an dan as-Sunnah. Semoga kita senantiasa istiqamah berpegang teguh padanya hingga akhir hayat, serta dengannya menjadi orang-orang yang selalu mencintai beliau.

Dalam upaya peneliti menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, sokongan, semangat, bimbingan dan kerjasama dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua tercinta Ayahanda dan Ibunda yang telah mendoakan, motivasi dan memberikan semangat sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Pada kesempatan ini peneliti juga ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Ibu Dr. Hj. Mahyarni, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Ibu Astuti Meflinda, SE, MM selaku Ketua Prodi dan Bapak Fakhurrozi, SE, MM selaku Sekretaris Prodi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak M. Rachmadi, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing Proposal sekaligus Pembimbing Skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu untuk berdiskusi, memberikan arahan serta saran-saran kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini hingga selesai.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama masa perkuliahan.
6. Civitas Akademika Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang selalu melayani dan memberikan bantuan kepada peneliti dalam segala urusan surat-menyurat.
7. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu baik secara langsung maupun tidak langsung yang telah memberikan doa, bantuan dan dukungan demi terselesaikannya skripsi ini.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Oleh karena itu, peneliti mengharapkan segala bentuk saran, masukan dan kritikan yang membangun dari berbagai pihak.

Wassalamuallaikum Warahmatullahi Wabarokatuh

Pekanbaru, 22 Desember 2022

Peneliti,

Nur Shabrina Khairat
NIM : 11571204885



UIN SUSKA RIAU



DAFTAR ISI

ABSTRAK i

KATA PENGANTAR..... iii

DAFTAR ISI..... vi

DAFTAR TABEL x

DAFTAR GAMBAR..... xi

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Masalah..... 1

1.2 Rumusan Masalah 7

1.3 Tujuan Penelitian 8

1.4 Manfaat Penelitian 8

1.5 Sistematika Penulisan 9

BAB II LANDASAN TEORI 11

2.1 Manajemen Pemasaran 11

2.2 Keputusan Pembelian..... 11

2.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian..... 11

2.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian..... 12

2.2.3 Indikator Keputusan Pembelian 15

2.3 Gaya Hidup 15

2.3.1 Pengertian gaya hidup 15

2.3.2 Pengukuran gaya hidup..... 16

2.3.3 Indikator gaya hidup 17

2.3.4 Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian 18

2.4 Kualitas Produk..... 19

2.4.1 Pengertian kualitas produk..... 19

2.4.2 Dimensi Kualitas Produk 20

2.4.3 Indikator Kualitas Produk 21

2.4.4 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian 23

2.5 Desain Produk 23

2.5.1 Pengertian Desain Produk 23

2.5.2 Tujuan Desain Produk..... 24

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.5.3	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Desain Produk.....	24
2.5.4	Indikator Desain Produk	25
2.5.5	Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian	25
2.6	Pandangan Islam	25
2.6.1	Keputusan Pembelian dalam Pandangan Islam.....	25
2.6.2	Gaya Hidup dalam Pandangan Islam	27
2.6.3	Kualitas Produk dalam Pandangan Islam.....	28
2.6.4	Desain Produk dalam Pandangan Islam.....	29
2.7	Penelitian Terdahulu	30
2.8	Konsep Operasional Variabel	32
2.9	Kerangka Pemikiran.....	35
2.10	Pengaruh Antar Variable Dan Hipotesis Penelitian	36
BAB III METODE PENELITIAN		39
3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian	39
3.2	Jenis dan Sumber Data.....	39
3.2.1	Data Primer	39
3.2.2	Data sekunder.....	40
3.3	Populasi dan Sampel	40
3.3.1	Populasi.....	40
3.3.2	Sampel.....	41
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.4.1	Kuesioner	42
3.4.2	Wawancara.....	43
3.4.3	Observasi.....	43
3.5	Teknik Analisis Data.....	44
3.5.1	Uji Kualitas Data.....	44
3.5.2	Uji Asumsi Klasik.....	45
3.5.3	Analisis Regresi Linier berganda	48
3.5.4	Uji Hipotesis	48
BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN		52
4.1	Sejarah dan Latar Belakang Perusahaan	52



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	54
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		56
5.1	Karakteristik Responden	56
5.1.1	Responden berdasarkan jenis kelamin	56
5.1.2	Responden berdasarkan usia	57
5.1.3	Responden berdasarkan Pekerjaan.....	57
5.1.4	Responden berdasarkan Pendapatan	58
5.2	Deskripsi Variabel Penelitian.....	58
5.2.1	Keputusan Pembelian (Y)	59
5.2.2	Gaya Hidup (X1).....	61
5.2.3	Kualitas produk (X2)	62
5.2.4	Desain Produk (X3)	63
5.3	Uji Kualitas Data.....	64
5.3.1	Uji Validitas	64
5.3.2	Uji Realibilitas	67
5.4	Uji Normalitas.....	68
5.5	Uji Asumsi Klasik.....	69
5.5.1	Uji Multikolonieritas	69
5.5.2	Uji Heteroskedastisitas.....	70
5.5.3	Uji Autokorelasi.....	72
5.6	Analisis Data Penelitian	73
5.6.1	Regresi Linear Berganda.....	73
5.6.2	Uji Parsial (Uji T)	74
5.6.3	Uji Simultan (Uji F)	76
5.6.4	Koefisien Determinasi (R ²).....	78
5.7	Pembahasan Hasil Penelitian	79
5.7.1	Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	79
5.7.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	80
5.7.3	Pengaruh Desain produk Terhadap Keputusan Pembelian	81
5.7.4	Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	82

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	84
6.1 Kesimpulan	84
6.2 Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	87





DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Branding Award Kategori Sepeda Dewasa	4
Tabel 1.2 : Hasil Observasi yang dilakukan.....	5
Tabel 2.1 Dimensi gaya hidup	17
Tabel 2.2 : Penelitian Terdahulu	31
Tabel 2.3 : Definisi Konsep Operasional Variabel Penelitian	33
Tabel 5.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 5.2 Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 5.3 Responden Menurut Tingkat Pekerjaan.....	57
Tabel 5.4 Responden Menurut Tingkat Pendapatan	58
Tabel 5.5 Uji Statistik Deskriptif	59
Tabel 5.6 Rekapitulasi Tanggapan Responden Keputusan Pembelian (Y).....	59
Tabel 5.7 Rekapitulasi Tanggapan Responden Gaya Hidup (X1).....	61
Tabel 5.8 Rekapitulasi Tanggapan Responden Kualitas Produk (X2).....	62
Tabel 5.9 Rekapitulasi Tanggapan Responden Desain Produk (X3).....	63
Tabel 5.10 Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	65
Tabel 5.11 : Uji Validitas Gaya Hidup (X1)	66
Tabel 5.12 : Uji Validitas Kualitas Produk (X2).....	66
Tabel 5.13 : Uji Validitas Desain Produk (X3).....	67
Tabel 5.14 Rekapitulasi Uji Reliabilitas	68
Tabel 5.15 Rekapitulasi Uji Multikolinearitas	70
Tabel 5.16 Rekapitulasi Uji Autokorelasi.....	72
Tabel 5.17 Analisis Regresi Linier Berganda	73
Tabel 5.18 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	75
Tabel 5.19 Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	77
Tabel 5.20 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)	79

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1: Survei Dampak Covid-19 Terhadap Pelaku Usaha.....	1
Gambar 1. 2: Lonjakan Penjualan Sepeda	2
Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran.....	35
Gambar 5.1 : Uji Normalitas.....	69
Gambar 5.2 : Uji Heteroskedastisitas.....	71

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

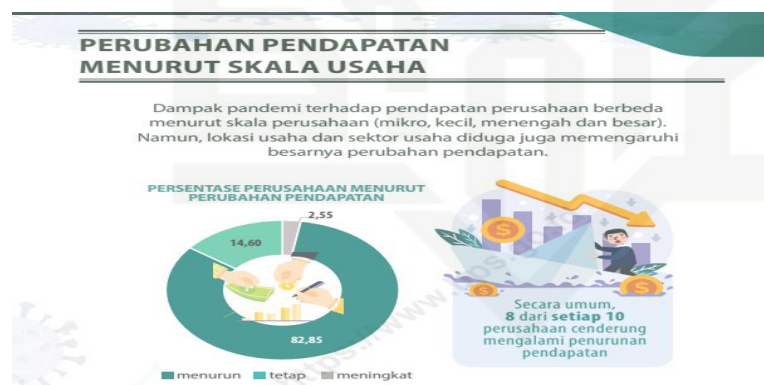
BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada masa pandemi banyak pelaku usaha yang mengalami kerugian dikarenakan penurunan tingkat penjualan yang terjadi akibat dampak dari pandemi. Berdasarkan penelitian Rasid, et al. (2022) hasil analisis menunjukkan bahwa sekitar 41% pelaku usaha melaporkan penurunan penjualan di atas 50%, sekitar 23% pelaku usaha melaporkan penurunan penjualan antara 25% s.d. 50%, dan 22% pelaku usaha menyatakan penurunan penjualan kurang dari 25%.

Berikut adalah hasil yang diperoleh dari Survei Dampak Covid-19 Terhadap Pelaku Usaha yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) :

Gambar 1. 1 Survei Dampak Covid-19 Terhadap Pelaku Usaha



Sumber : BPS (Badan Pusat Statistik), (2020)

Badan Pusat Statistik (BPS) adalah Lembaga Pemerintah Non Kementerian yang bertanggung jawab langsung kepada Presiden. Salah satu peran dari BPS adalah menyediakan kebutuhan data bagi pemerintah dan masyarakat. Data ini didapatkan dari sensus atau survey yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dilakukan sendiri dan juga dari departemen atau lembaga pemerintahan lainnya sebagai data sekunder. Berdasarkan gambar diatas dapat diketahui bahwa persentase perusahaan mengalami penurunan pendapatan sebanyak 82,85%, pendapatan tetap sebanyak 14,60%, dan perusahaan yang mengalami peningkatan pendapatan sebanyak 2,55%.

Adapun salah satu perusahaan yang mengalami peningkatan pendapatan pada masa pandemi adalah PT. Insera Sena, yang merupakan salah satu produsen sepeda lokal dengan merek sepeda Polygon. William Gozali yang merupakan *Brand Director* PT Insera Sena memaparkan bahwa pihaknya telah merasakan adanya kenaikan permintaan sepeda sejak April 2020. Peningkatan permintaan stok sepeda mengalami kenaikan tidak hanya terjadi di kota besar saja, namun cukup merata di daerah-daerah, besaran kenaikan permintaannya bervariasi antara 50 % hingga 200 % (Sukmana, 2020).

Berikut adalah gambaran lonjakan permintaan / penjualan terhadap sepeda yang terjadi saat pandemi :

Gambar 1. 2 Lonjakan Penjualan Sepeda



Sumber : Google Trends, diolah litbang Kompas

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdasarkan gambar diatas dapat diketahui bahwa pada bulan juni sepeda Polygon menempati posisi pertama yang mengalami lonjakan penjualan secara signifikan diikuti oleh *Pasific* diposisi kedua, kemudian *United*, *Element*, dan *Wymcycle*.

Pandemi telah menyebabkan perubahan signifikan dalam gaya hidup masyarakat. Masyarakat mulai sadar akan pentingnya kesehatan bagi tubuh mereka dan mulai menerapkan pola hidup sehat. Adapun upaya yang dilakukan adalah mengatur pola makan, mengonsumsi makanan yang bergizi, serta melakukan olah raga agar tubuh menjadi bugar dan stamina selalu prima. Salah satu olah raga yang digemari pada masa pandemi adalah bersepeda. Tak heran apabila di jalan - jalan apalagi pada saat libur banyak masyarakat mulai dari orang dewasa sampai anak – anak yang melakukan kegiatan olah raga bersepeda.

Bersepeda menjadi salah satu *trend* olahraga yang semakin meningkat popularitasnya di kalangan masyarakat di masa pandemi (Barlian, 2021). *Trend* bersepeda ini menjadi populer di dunia termasuk di Indonesia. Bahkan bersepeda menjadi salah satu gaya hidup sehat yang digemari masyarakat di tengah pandemi.

Gaya hidup dapat digunakan oleh pemasar dalam memahami nilai-nilai konsumen maupun tingkah lakunya yang terus berubah dan bagaimana nilai tersebut mampu mempengaruhi perilaku konsumen. Polygon *biker* sendiri kini memiliki misi dengan tujuan menjadikan sepeda sebagai bagian dari gaya hidup sehat dan terus berinovasi dalam

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menciptakan solusi berkendara yang ramah lingkungan untuk masa depan, serta mengedepankan otentisitas, originalitas dan kualitas.

Top Brand Award adalah sebuah penghargaan yang diberikan kepada merek-merek yang meraih predikat TOP. Penghargaan ini diberikan berdasarkan penilaian yang diperoleh dari hasil survei berskala nasional dibawah penyelenggaraan *Frontier Consulting Group*. *Top Brand Award* diberikan kepada merek-merek di dalam kategori produk tertentu yang memenuhi dua kriteria, yaitu merek-merek yang memperoleh *Top Brand Index* minimum sebesar 10%, merek-merek yang menurut hasil survei berada dalam posisi top three di dalam kategori produknya.

Dari hasil survei tersebut Polygon berhasil menempati posisi pertama selama 3 tahun secara berturut - turut. Berikut tabel *Top Branding Award* kategori sepeda dewasa yang mendapat penghargaan dari tahun 2019 sampai 2021.

Tabel 1.1 Top Branding Award Kategori Sepeda Dewasa

No.	Brand	Top Brand Indeks		
		2019	2020	2021
1.	Polygon	22,0 %	31,2 %	44,2 %
2.	Wimcycle	16,2 %	14,3 %	13,0 %
3.	Phoenix	15,3 %	13,0 %	12,6 %

Sumber : www.topbrand-award.com

Dari tabel 1.1 dapat dilihat bahwa untuk kategori sepeda dewasa, sepeda Polygon sebagai salah satu merek sepeda terbaik selama 3 tahun berturut – turut dari tahun 2019 - 2021 selalu menjadi *Top Brand Index* sepeda dewasa, mengungguli beberapa pesaingnya seperti *Wimcycle* dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Phoenix. Dari tabel tersebut dapat diamati persentase kenaikan maupun penurunan indexnya setiap tahun dari masing – masing merek sepeda, hal tersebut menunjukkan bahwa persaingan antar merek sepeda sangat ketat.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan pada hari minggu tanggal 2 Oktober 2022 di Stadion Utama Riau, peneliti melakukan survei terhadap 45 orang pengguna sepeda yang ada di area Stadion Utama Riau, peneliti memperoleh data sebagai berikut :

Tabel 1.2 : Hasil Observasi yang dilakukan

Merek	Jumlah	Persentase
Polygon	18	40,0%
<i>Wimcycle</i>	11	24,4%
<i>United</i>	4	8,9%
<i>Pasific</i>	7	15,6%
<i>Phoenix</i>	3	6,7%
Lainnya	2	4,4%
Jumlah	45	100%

Sumber : Survei 02 Oktober 2022

Dari data diatas, dapat dilihat bahwa masyarakat di Kota Pekanbaru lebih di dominasi dengan menggunakan sepeda Polygon dari 45 orang pengunjung Stadion Utama Riau sebanyak 40% merupakan pengguna dari sepeda Polygon, hal ini membuat peneliti tertarik dalam menggunakan objek penelitian sepeda Polygon sebagai objek penelitian dikarenakan sepeda ini merupakan penguasa pasar sepeda dan merupakan produk lokal yang berkualitas yang banyak digunakan banyak kalangan masyarakat dibandingka kompetitor lainnya, hal ini sesuai dengan observasi yang dilakukan bahwa masyarakat lebih banyak menggunakan sepeda Polygon dalam kegiatan mereka dibandingkan dengan merek lainnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut **Sangadji (2013)** keputusan pembelian sangat dipengaruhi beberapa faktor, salah satunya faktor psikologis yang mencakup persepsi, motivasi, pembelajaran, sikap, kelompok usia, gaya hidup dan kepribadian. Dan menurut **Kotler dan Armstrong (2012)** yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah atribut produk yang meliputi kualitas produk, fitur produk, desain produk dan promosi.

Konsumen yang menggunakan sepeda merek Polygon dikarenakan gaya hidup mereka, seperti membiasakan hidup sehat dengan berolahraga menggunakan sepeda, sehingga mereka dapat menyalurkan hobi sambil berolahraga yaitu bersepeda. Tidak hanya itu saja sepeda Polygon dapat menyesuaikan gaya hidup siapapun sesuai dengan aktivitas mereka dikarenakan sepeda Polygon memberikan varian jenis sepeda yang banyak dan dapat menyesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen mulai dari *Mountain bike*, *Road bike*, *City bike* dan masih banyak lagi. Kualitas produk dari sepeda Polygon juga memiliki kualitas yang baik dan sudah digunakan di berbagai negara dengan skala internasional, dan dengan banyaknya peminat dari pengguna produk Polygon, maka dapat disimpulkan kualitas yang baik dan ketahanan yang dapat dibilang tangguh serta penggunaan yang akan lebih awet dari produk tersebut. Begitu juga dengan desain produk yang bagus dan banyak pilihan sesuai kebutuhan, sehingga konsumen dapat memilih desain sesuai jenis sepeda yang mereka inginkan hal ini dikarenakan sepeda Polygon memberikan desain yang *stylish* pada varian apapun, Polygon akan memperhatikan

sepeda dengan bentuk yang sangat mewah, elegan dan menawan. Dengan begitu gaya hidup sehat yang dijalani, kualitas produk yang baik dan desain yang beragam membuat masyarakat Kota Pekanbaru nyaman dalam menggunakan sepeda merek Polygon.

Berdasarkan uraian permasalahan yang peneliti paparkan pada latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk meneliti hal tersebut dengan judul **“Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepeda Polygon di Kota Pekanbaru”**

1.2 Rumusan Masalah

Sebagaimana penjelasan pada latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam hal ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah gaya hidup berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian sepeda Polygon di Kota Pekanbaru?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian sepeda Polygon di Kota Pekanbaru?
3. Apakah desai produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian sepeda Polygon di Kota Pekanbaru?
4. Apakah gaya hidup, kualitas produk dan desain produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian sepeda Polygon di Kota Pekanbaru?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian diatas maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup secara parsial terhadap keputusan pembelian sepeda Polygon di Kota Pekanbaru
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian sepeda Polygon di Kota Pekanbaru
3. Untuk mengetahui pengaruh desain produk secara parsial terhadap keputusan pembelian sepeda Polygon di Kota Pekanbaru
4. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup, kualitas produk dan desain produk secara simultan terhadap keputusan pembelian sepeda Polygon di Kota Pekanbaru

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Sebagai tugas akhir serta pembuktian akan implementasi ilmu yang telah dipelajari selama proses studi S1 Manajemen. Dan juga, memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu manajemen pemasaran khususnya tentang gaya hidup, kualitas produk, desain produk, dan keputusan pembelian.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Manfaat Praktis

Dapat dijadikan bahan perbandingan dan memberi masukan serta saran untuk mengembangkan pengaruh yang ditujukan untuk keputusan pembelian konsumen.

3. Manfaat Akademis

Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat menjadi informasi tambahan yang dapat digunakan oleh peneliti selanjutnya, agar penelitian selanjutnya menjadi penyempurna bagi penelitian sebelumnya.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk kejelasan ketepatan arah pembahasan dalam proposal ini maka disusun sistematika sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah mengapa peneliti melakukan penelitian ini, rumusan masalah, tujuan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, serta metode pengumpulan data.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini penulis akan menguraikan tentang gambaran umum empat penelitian dilakukan.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis akan membahas dan menguraikan mengenai hasil dari penelitian.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran yang penulis berikan kepada pihak perusahaan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Manajemen Pemasaran

Menurut **Sumarni** (dalam **Sunyoto, 2014:221**) yang mengatakan bahwa manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian atas program yang dirancang untuk menciptakan, membentuk, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran organisasi.

Menurut **Kotler dan Amstrong** (dalam **Priansa, 2017:4**) menjelaskan manajemen pemasaran ialah suatu upaya manusia untuk mencapai hasil pertukaran yang diinginkan dan membangun hubungan yang erat dengan konsumen dengan cara yang menguntungkan bagi perusahaan.

Kotler & Amstrong (2018) mendefinisikan “*Marketing management as the art and science of choosing target markets and building profitable relationships with them*”, manajemen pemasaran adalah sebagai sebuah seni ilmu untuk memilih target pasar dan membangun hubungan yang menguntungkan dengan mereka.

2.2 Keputusan Pembelian

2.2.1 Pengertian Keputusan Pembelian

Menurut **Kotler dan Amstrong (2018: 177)** mendefinisikan bahwa keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Keputusan pembelian menurut **Firmansyah, A. (2018:25)** keputusan pembelian adalah suatu kegiatan dalam membeli suatu produk maupun jasa dimana konsumen bisa melakukan evaluasi untuk memilih produk atau jasa yang akan dibeli.

2.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Menurut **Sangadji (2013)** keputusan pembelian sangat dipengaruhi beberapa faktor, diantaranya:

a. Faktor psikologis.

Faktor psikologis mencakup persepsi, motivasi, pembelajaran, sikap, kelompok usia, gaya hidup dan kepribadian. Sikap dan kepercayaan merupakan faktor psikologis yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Sikap memengaruhi kepercayaan, dan kepercayaan memengaruhi sikap. Kepribadian merupakan faktor psikologis yang memengaruhi perilaku konsumen. Konsumen akan belajar setelah mendapat pengalaman, baik pengalaman sendiri maupun pengalaman orang lain. Setelah pembeli mengonsumsi produk, konsumen akan merasa puas atau tidak puas. Jika puas, konsumen akan melakukan pembelian ulang di lain waktu. Jika tidak puas, konsumen tidak akan melakukan pembelian di lain waktu.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Faktor situasional.

Faktor situasional mencakup keadaan sarana dan prasarana tempat belanja, waktu berbelanja, penggunaan produk, dan kondisi saat pembelian. Keadaan tempat belanja mencakup tempat parkir, gedung, eksterior dan interior dll. Waktu berbelanja bias pagi, siang, soare bahkan malam hari. Kondisi saat pembelian produk adalah senang, sedih, kecewa, atau sakit hati. Kondisi konsumen saat melakukan pembelian akan memengaruhi pembuatan keputusan konsumen.

c. Faktor sosial.

Faktor sosial mencakup undang-undang atau peraturan, keluarga, kelompok referensi, kelas soial, dan budaya.

Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian menurut

Kotler dan Amstrong (2012).

a) Atribut produk

Bilson Simamora mendefenisikan bahwa “Atribut produk adalah segala sesuatu yang melekat pada produk dan menjadi bagian dari produk itu sendiri”. Unsur-unsur atribut produk yaitu :

1. Kualitas produk

Kotler dan Amstrong menyatakan bahwa “kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsinya”. Bila suatu produk telah dapat menjalankan fungsinya dapat dikatakan sebagai produk yang memiliki kualitas yang baik.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Fitur produk

Sebuah produk yang dapat ditawarkan dengan beraneka macam fitur. Perusahaan dapat menciptakan model dengan tingkat yang lebih tinggi dengan menambah beberapa fitur. Fitur adalah alat bersaing untuk membedakan produk perusahaan dan produk pesaing.

3. Desain produk

Cara lain untuk menambah nilai konsumen adalah melalui desain atau rancangan produk yang berbeda dari yang lain. Desain merupakan rancangan bentuk dari suatu produk yang dilakukan atas dasar pandangan bahwa “bentuk ditentukan oleh fungsi” dimana desain mempunyai kontribusi terhadap manfaat dan sekaligus menjadi daya tarik produk karena selalu mempertimbangkan faktor-faktor estetika, ergonomis, bahan dan lain-lain.

4. Promosi

Promosi berfungsi untuk memberitahu dan membujuk konsumen agar mau membeli produk-produk yang dijual. Jadi promosi adalah alat komunikasi untuk menghubungkan keinginan pihak perusahaan dengan konsumen melalui cara membujuk, memberitahu dan mengingatkan konsumen agar mau membeli barang-barang yang dijual.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.2.3 Indikator Keputusan Pembelian

Menurut (Kotler, 2012) ada empat indikator keputusan pembelian, yaitu :

- 1) Kemantapan sebuah produk
Kualitas produk yang sangat baik akan membangun kepercayaan konsumen sehingga merupakan penunjang kepuasan konsumen.
- 2) Kebiasaan dalam membeli produk
Dalam kebiasaan membeli suatu barang/produk tercakup kapan waktunya pembelian, dimana pembelian itu akan dilakukan dan berapa jumlahnya.
- 3) Memberikan rekomendasi kepada orang lain
Memberikan saran/informasi kepada calon konsumen yang lain mengenai sebuah barang/produk yang akan dibeli.
- 4) Melakukan pembelian ulang
Perilaku yang muncul sebagai respon terhadap kepuasan konsumen kepada suatu barang/produk. Perilaku pembelian ulang seringkali dihubungkan dengan loyalitas merek.

2.3 Gaya Hidup

2.3.1 Pengertian gaya hidup

Menurut kotler dan keller (2012) gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang di ekspresikan dalam aktivitas, minat dan pendapat. Menurut Setiadi (2012) gaya hidup didefinisikan sebagai, cara hidup yang didefinisikan oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka, apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia sekitarnya. Gaya hidup suatu masyarakat akan berbeda

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan masyarakat lainnya, bahkan dari masa kemasa gaya hidup suatu individu dan kelompok masyarakat tertentu akan bergerak dinamis. Minat manusia dalam berbagai barang dipengaruhi oleh gaya hidupnya dan barang yang mereka beli mencerminkan gaya hidup tersebut.

Menurut **Sutisna** dalam **Heru Suprihadi (2017)** gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang lain menghabiskan waktu mereka (aktivitas) dilihat dari pekerjaan, hobi, belanja, olahraga, dan kegiatan sosial serta interest (minat) terdiri dari makanan, mode, keluarga, rekreasi dan juga opinion (pendapat) terdiri dari mengenai diri mereka sendiri, masalah-masalah sosial, bisnis, dan produk. Gaya hidup mencakup sesuatu yang lebih dari sekedar kelas sosial ataupun kepribadian seseorang.

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa Gaya hidup didefinisikan sebagai cara hidup yang di identifikasikan oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang merek anggap penting dalam lingkungannya (minat), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri (opini/pendapat). Gaya hidup suatu masyarakat akan berbeda dengan masyarakat yang satu dengan yang lainnya.

2.3.2 Pengukuran gaya hidup

S.Sathis & DR.A Rajamohan (2012), menyatakan bahwa banyak pendekatan yang tersedia untuk mempelajari variable

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

psikografik. Psikografik merupakan istilah yang sering digunakan bergantian dengan pengukuran AIO, atau pernyataan untuk menggambarkan aktifitas, minat, dan opini konsumen. Terdapat tiga dimensi yang mengukur gaya hidup yaitu *activities*, *interest*, dan *opinion*.

Tabel 2.1 Dimensi gaya hidup

Activities	Interest	Opinion
Bekerja	Keluarga	Diri sendiri
Hobi	Rumah	Isu-isu sosial
Kegiatan sosial	Pekerjaan	Politik
Liburan	Kemasyarakatan	Bisnis
Hiburan	Rekreasi	Ekonomi
Keanggotaan klub	Mode	Pendidikan
Komunitas	Makanan	Produk
Belanja	Media	Masa depan
Olahraga	Prestasi	Budaya

Sumber : S. Sathis & DR.A Rajamohan (2012)

2.3.3 Indikator gaya hidup

Terdapat tiga indikator gaya hidup seseorang yaitu sebagai berikut **suryani (2013) :**

1. Kegiatan (Activity) adalah apa yang dikerjakan konsumen, produk apa yang dibeli atau digunakan, kegiatan apa yang dilakukan untuk mengisi waktu luang. Walaupun kegiatan ini biasanya dapat diamati, alasan untuk tindakan tersebut jarang dapat diukur secara langsung.
2. Minat (Interest) adalah objek peristiwa, atau topik dalam tingkat kegairahan yang menyertai perhatian khusus maupun terus-menerus kepadanya. Interest dapat berupa kesukaan, kegemaran dan prioritas dalam hidup konsumen tersebut. Minat merupakan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

apa yang konsumen anggap menarik untuk meluangkan waktu dan mengeluarkan uang. Minat merupakan faktor pribadi konsumen dalam mempengaruhi proses pengambilan keputusan.

3. Opini (Opinion) adalah pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu global, lokal orak ekonomi dan sosial. Opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan dan evaluasi, seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi sehubungan dengan peristiwa masa datang dan penimbangan konsekuensi yang memberi ganjaran atau menghukum dari jalannya tindakan alternatif.

2.3.4 Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian

Gaya hidup ialah suatu titik tempel pertemuan antara kebutuhan ekspresi diri dan harapan kelompok terhadap seseorang untuk bertindak yang tertuang dalam norma-norma kepantasan **hastuti dalam karlina (2017)** Hubungan gaya hidup dengan keputusan pembelian memiliki pengaruh yang positif, gaya hidup merupakan salah satu perilaku yang berkembang selaras dengan pola kehidupan modern saat ini.

Menurut **Hawkins (2013:104)** menyebutkan bahwa gaya hidup seseorang berpengaruh pada kebutuhan, perilakunya dan perilaku pembeliannya dan juga menyatakan gaya hidup berpengaruh pada pembelian, perubahan kebiasaan, citarasa, perilaku pembelian konsumen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dengan adanya gaya hidup sehat dengan bersepeda akan membuat konsumen dalam melakukan pembelian sepeda sebagai kebutuhan dalam memenuhi gaya hidup yang mereka jalankan.

2.4 Kualitas Produk

2.4.1 Pengertian kualitas produk

Menurut **Kotler dan Keller (2012:4)**, Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, kehandalan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut nilai. Menurut **Saladin (2012: 121)** “produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke suatu pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan”.

Kemudian Menurut **Mowen (2012:61)** kualitas produk merupakan proses evaluasi secara keseluruhan kepada pelanggan atas perbaikan kinerja suatu produk. Kualitas produk didefinisikan oleh Pelanggan. Kualitas produk juga diartikan sebagai kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya. Bila suatu produk telah dapat menjalankan fungsi-fungsinya dapat dikatakan sebagai produk yang memiliki kualitas yang baik. Kualitas produk mengacu pada tingkat dimana karakteristik produk itu beroperasi. Kualitas kesesuaian merupakan tingkat dimana semua unit yang diproduksi identik dan memenuhi spesifikasi sasaran yang dijanjikan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.4.2 Dimensi Kualitas Produk

Dimensi kualitas produk menurut **Tjiptono (2014)** kualitas produk memiliki beberapa dimensi antara lain:

- a. Kinerja (*Performance*) merupakan karakteristik operasi dan produk inti (*core product*) yang dibeli. Misalnya kecepatan, kemudahan dan kenyamanan dalam penggunaan.
- b. Daya tahan (*Durability*) berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Dimensi ini mencakup umur teknis maupun umur ekonomis.
- c. Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to Spesification*) yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Misalnya pengawasan kualitas dan desain, standar karakteristik operasional.
- d. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*Features*) yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
- e. Estetika (*Esthetica*) yaitu daya tarik produk terhadap panca indera. Misal keindahan desain produk, keunikan model produk, dan kombinasi.
- f. Keandalan (*Realibility*) yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai. Misalnya pengawasan kualitas dan desain, standar karakteristik operasional.
- g. Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived Quality*) merupakan persepsi konsumen terhadap keseluruhan kualitas atau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

keunggulan suatu produk. Biasanya karena kurangnya pengetahuan pembeli akan atribut atau ciri-ciri produk yang akan dibeli, maka pembeli mempersepsikan kualitasnya dari aspek harga, nama merek, iklan, reputasi perusahaan, maupun negara pembuatnya.

- h. Dimensi kemudahan perbaikan (*Service ability*) meliputi kecepatan, kemudahan, penanganan keluhan yang memuaskan. Pelayanan yang diberikan tidak terbatas hanya sebelum penjualan, tetapi juga selama proses penjualan hingga purna jual yang mencakup pelayanan reparasi dan ketersediaan komponen yang dibutuhkan.

2.4.3 Indikator Kualitas Produk

Menurut **Kotler dan Keller (2010)** dalam (**Bahar & Sjaharuddin, 2015**) indikator kualitas produk meliputi :

1. Kinerja (*performance*)

Dimensi ini menunjukkan tingkat kegunaan dasar dari suatu produk. Implementasinya kinerja diartikan sebagai persepsi pelanggan terhadap manfaat dasar dari produk yang dikonsumsi misalnya kemudahan, dan kenyamanan yang diperoleh. Seperti minuman kesehatan yang memperlancar metabolisme dalam tubuh.

2. Keistimewaan (*features*)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sifat yang menunjang fungsi dasar produk, misalnya kelengkapan fasilitas pendukung seperti desain kemasan yang menarik pada produk sehingga membuat konsumen akan tertarik untuk membeli dan mengonsumsinya produk tersebut.

3. Keandalan (*reliability*)

Keandalan diartikan sebagai persepsi pelanggan terhadap keandalan produk yang dinyatakan dengan kualitas produk yang diproduksi oleh perusahaan, misalnya seperti mata air pilihan untuk dijadikan air mineral yang berkualitas.

4. Kesesuaian (*conformanceto specifications*)

Sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standarstandar yang telah ditetapkan sebelumnya. Misalnya, standar keamanan terpenuhi melalui uji laboratorium nasional BPOM dan sudah memenuhi standar kesehatan.

5. Daya tahan (*durability*)

Keterkaitan ketahanan berapa lama produk dapat digunakan atau mencerminkan suatu ukuran usia operasi produk yang diharapkan dalam kondisi normal. Waktu garansi atau jaminan produk tidak rusak sebelum masa kadaluwarsa yang telah ditetapkan, mencakup umur minuman berapa lama produk tersebut dapat digunakan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.4.4 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas memiliki keterkaitan erat dengan keputusan pembelian. Konsumen yang kurang memiliki informasi dan kurang berpengalaman terhadap suatu produk akan menggunakan harga sebagai ukuran kualitas dibandingkan dengan konsumen yang memiliki cukup informasi dan pengalaman. Akibatnya apabila konsumen memiliki *mindset* negatif terhadap suatu produk tersebut maka kemungkinan mereka tidak akan menggunakan produk itu lagi, dan lebih lanjut konsumen tersebut akan mendorong kerabatnya untuk tidak melakukan keputusan yang sama.

Dengan kualitas produk yang baik akan mempengaruhi pandangan konsumen dalam melakukan pembelian, dikarenakan kualitas yang terjaga dengan baik dapat menambah minat konsumen dalam menggunakan suatu produk.

2.5 Desain Produk

2.5.1 Pengertian Desain Produk

Menurut (Siregar, 2017) desain produk adalah proses mendesain pada model dan fungsi suatu produk tertentu sehingga memiliki suatu karakteristik yang khas. Dibandingkan dengan model, desain memiliki konsep yang lebih luas. Model secara sederhana hanya menjelaskan bentuk luar produk dan hanya terlihat dengan jelas atau dapat dibayangkan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut Kotler, desain adalah totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan, rasa dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan konsumen. Desain dianggap sangat penting terutama dalam pembuatan barang yang bersifat tahan lama. (Kotler & Armstrong, 2012).

2.5.2 Tujuan Desain Produk

Tujuan dasar dari desain produk menurut (Siregar, 2017) adalah untuk membantu perusahaan dalam menciptakan dan mengembangkan sebuah produk atau dengan kata lain untuk menjamin hasil produksi yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Tujuan desain produk antara lain sebagai berikut:

- 1) Untuk menghasilkan produk yang berkualitas tinggi dan mempunyai nilai jual yang tinggi.
- 2) Untuk menghasilkan produk yang mengikuti trend perkembangan masa kini.
- 3) Untuk membuat produk seekonomis mungkin dalam penggunaan bahan baku dan biaya-biaya dengan tanpa mengurangi nilai jual produk tersebut.

2.5.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Desain Produk

Menurut Lane yang dikutip dari (Tjiptono & Chandra, 2012), faktor-faktor yang mempengaruhi desain produk tersebut adalah:

- 1) Harga jual produk
- 2) Kualitas produk
- 3) Volume penjualan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 4) Kemampuan teknis
- 5) Daya saing
- 6) Strategi korporasi.

2.5.4 Indikator Desain Produk

Menurut **(Kotler & Keller, K., 2012)** indikator dari Desain Produk adalah sebagai berikut:

1. Desain menarik
2. Desain yang inovatif
3. Desain yang menunjang penampilan.

2.5.5 Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian

Menurut **Kotler dan Amstrong (2012 : 456)**, Desain adalah jantung produk. Desain yang baik tidak hanya mempunyai andil dalam penampilan produk tetapi juga dalam manfaatnya. Produk yang di desain dengan baik maka akan memenangkan perhatian dan penjualan. Desain yang baik dapat menarik minat, meningkatkan performa produk, menekankan biaya produksi dan memberikan keunggulan kompetitif yang kuat pada produk di dalam pasar sasaran serta akan mempengaruhi konsumen dalam memutuskan untuk membeli suatu produk.

2.6 Pandangan Islam

2.6.1 Keputusan Pembelian dalam Pandangan Islam

Dalam Islam, proses pengambilan keputusan ini diterangkan dalam beberapa ayat al-Qur'an yang lebih bersifat umum, artinya bisa diterapkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dalam segala aktifitas. Sebagaimana tertuang dalam surat al-Imran ayat 159 berikut :

فِيمَا رَحِمَةً مِّنَ اللَّهِ إِنَّكَ لَنتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا
 مِن حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ
 فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya : “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.”

Dari ayat tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam pengambilan keputusan akan banyak perbedaan pendapat, dan kita dianjurkan untuk tetap bersikap lemah lembut kepada pihak yang berselisih pendapat dengan kita. Sebagai bentuk taqwa kepada Allah, dalam bermusyawarah pun kita diperintahkan untuk bertekad bulat untuk melaksanakannya sesuai dengan syariat, dan ketika telah dicapai kesepakatan maka kita harus bertanggung jawab terhadap keputusan tersebut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pengambilan keputusan merupakan suatu proses pemilihan alternatif terbaik sebagai solusi dari setiap permasalahan yang kita hadapi. Pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan pendekatan apapun. Sebagai seorang muslim kita meyakini bahwa setiap masalah datang dari Allah, dan kepada-Nya lah kita mengembalikan segala keputusan. Sebaik-baiknya metode yang kita gunakan, sebaik-baiknya analisa data yang kita lakukan, sudah tentu bahwa Allah lah yang lebih mengetahui mana yang terbaik untuk kita. Ayat ini juga dapat disandarkan dengan sikap hati-hati umat islam dalam membuat keputusan untuk mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk.

2.6.2 Gaya Hidup dalam Pandangan Islam

Dalam dunia modern, gaya hidup selalu mendefinisikan sikap, nilai-nilai, kelas dan stratifikasi sosial seseorang. Segalanya melulu dilihat tampak luar. Sebab, *image* yang ditampilkan atau citra yang direfleksikan selalu dianggap mendefinisikan eksistensi kita. Maka, pada saat ideologi gaya hidup semacam ini menjadi terasa lazim dan normal, imagologi bukan lagi suatu yang jauh dari sekedar wacana. Ia telah benar-benar berada di sekeliling kita, bahkan lebih dekat, menjadi suatu yang diam-diam kita anut. Allah SWT berfirman:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا ﴿٦٧﴾

Artinya : dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.

Mereka tidak menghambur-hamburkan uang dengan belanja di luar kebutuhannya. Juga bukan orang-orang yang bakhil kepada keluarganya, sehingga kebutuhan bagi keluarganya pun terpenuhi dan tidak kekurangan. Mereka membelanjakan hartanya secara adil. Dan sebaik-baik urusan adalah yang tengah-tengah, tidak berlebihan ataupun tidak kikir.

2.6.3 Kualitas Produk dalam Pandangan Islam

Produk pada al-quran dinyatakan dalam dua istilah, yaitu *al-tayyibat* dan *al-rizq*. *Al-tayyibat* menunjuk pada sesuatu yang baik, sesuatu yang murni dan baik, sesuatu yang bersih dan murni, sesuatu yang baik dan menyeluruh serta makanan yang terbaik. *Al-rizq* merujuk pada makanan yang diberkahi Allah subhanahu wata'ala, pemberian yang menyenangkan dan ketetapan Allah.

Dalam konteks kualitas dan konsumsi dari perspektif Islam, **Fazlur Rahman (1991) dalam Adnan (2011)** menjelaskan tentang kata “*chastity*” sebagai salah satu aspek penting dari konsumsi islami. Selanjutnya dia menyimpulkan bahwa Islam mendesak ummatnya bukan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

hanya untuk menggunakan hal-hal yang diperbolehkan (halal) namun juga produk-produk dan jasa-jasa yang berkualitas (baik, *thoyyib*). Ghafar (2007) juga menekankan hal yang sama dengan memberikan contoh dalam aspek muamalah. Baginya, Islam membolehkan pilihan (*khiyar*) dalam rangka untuk memberikan kepuasan bagi kedua belah pihak. (konsumen dan produsen). Dalam suatu hadis Nabi Muhammad SAW bersabda:

“Pembeli dan penjual memiliki pilihan (untuk membatalkan kesepakatan), sepanjang mereka tidak terpisah; kemudian, apabila kedua dari mereka berkata jujur, transaksi mereka akan dirahmati, dan apabila mereka membatalkan dan berkata bohong, rahmat untuk transaksi mereka akan dicabut” (Sahih Bukhari).

Jelas kiranya bahwa Islam hanya mengenal perdagangan yang terdiri dari elemen-elemen yang secara fisik dan spiritual berkualitas.

2.6.4 Desain Produk dalam Pandangan Islam

Menurut Siddiqi barang haram tidak akan diproduksi. Oleh karena itu, konsep Ekonomi Islam tentang atribut produk (desain produk) adalah setiap produk memiliki konsep nilai-nilai keislaman (*Islamic Value*). Adanya nilai-nilai keislaman tersebut akan memberikan berkah pada suatu produk. Suatu produk yang tidak mengandung berkah tidak bisa dianggap sebagai produk yang memberikan *maslahah*. Nilai-nilai keislaman yang dimaksud adalah, produk yang terkandung unsur halal dan tidak adanya unsur yang haram pada produk tersebut. Allah SWT berfirman di Q.S Al-Baqarah 168;



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

يَتَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya : Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.

Ayat diatas menjelaskan bahwa Allah SWT memerintahkan umatnya untuk memakan segala sesuatu yang halal di muka bumi. Ayat diatas menjadi landasan bagi semua produsen dalam membuat sebuah produk. Ekspresi *masalah* dalam kegiatan produksi adalah keuntungan dan berkah sehingga produsen akan menentukan kombinasi antara berkah dan keuntungan yang memberikan *masalah* maksimal. Oleh karena itu, tujuan produsen bukan hanya keuntungan, pertimbangan konsumen juga bukan semata pada hal yang bersifat sumber daya yang memiliki hubungan teknis dengan output, namun juga pertimbangan kandungan berkah (nonteknis) yang ada pada sumber daya maupun output. Kandungan berkah terdapat pada sebuah produk yang halal dan memiliki nilai-nilai keislaman.

2.7 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian oleh para peneliti terdahulu yang berkaitan dengan pengaruh pengawasan, kondisi kerja dan pengembangan karir terhadap kepuasan kerja. Adapun penelitian terdahulu dapat disajikan sebagai berikut :



Tabel 2.2 : Penelitian Terdahulu

No	Nama/Tahun/Judul	Variabel Penelitian	Terbit	Hasil Penelitian	Perbedaan
	Yusuf Bagus Prakosa, Endang Tjahjaningsih (2021), Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup, Dan Pengetahuan Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepeda Lipat Di Kota Semarang	X1=Kualitas Produk X2 = Gaya Hidup X3= Pengetahuan Produk Y=Keputusan Pembelian	<i>Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia, Vol.04,No. 03, Juni 2021</i>	Dalam penelitian ini, dapat disimpulkan kualitas produk dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.	1. Variabel X3 2. Objek penelitian 3. Jumlah sampel 4. Lokasi penelitian
	Ahmad Fambang Hermawan, Retno Endah Supeni, Akhmad F.Rozi (2019), Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda Beat di Dealer MPM Motor Kalisat – Jember	X1= Kualitas Produk X2 = Harga X3= Promosi Y= Keputusan Pembelian	<i>Jurnal Manajemen Bisnis Performa Volume XV No.2 Tahun 2018</i>	Dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.	1. Jumlah sampel 2. Objek penelitian 3. Variabel X2 dan X3 4. Lokasi penelitian
	Rosnan (2019), Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Zoya (Studi Pada Store Zoya, Mall Pekanbaru)	X1= Gaya Hidup X2= Citra Merek X3= Atribut Produk Y = Keputusan Pembelian	<i>Jurnal Jom Fisip Vol. 6: Edisi Ii Juli-Desember 2019</i>	Dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian	1. Objek penelitian 2. Jumlah sampel 3. Variabel X2 dan X3

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Yudhi Soewito (2017), Kualitas produk, Merek dan Desain pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio di kecamatan Singkil Manado.	X1= Kualitas Produk X2= Merek X3= Desain Y= Keputusan Pembelian	<i>Jurnal EMBA Vol.1 No.3 Juni 2017</i>	Dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa Kualitas merek dan desain berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.	1. Variabel X2 2. Jumlah sampel 3. Objek penelitian 4. Lokasi penelitian
Kadek Edi Juliana, Ni Luh Wayan Sayang Telagawati, Gede Putu Agus Jana Susila (2018), Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat pada mahasiswa jurusan manajemen Undiksha angkatan 2015 Singaraja - Bali	X1= Citra Merek X2= Kualitas Produk Y= Keputusan Pembelian	<i>Jurnal Manajemen Vol 8, No 2</i>	Dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.	1. Objek penelitian 2. Jumlah sampel 3. Jumlah variabel 4. Variabel X1 5. Lokasi penelitian

2.8 Konsep Operasional Variabel

Adapun yang menjadi variabel variabel yang diamati dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Variabel terikat (dependen) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena variabel bebas. Dalam penelitian ini yang merupakan variabel terikat adalah keputusan pembelian (Y).
2. Variabel bebas (independen) yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen.

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dalam penelitian ini variabel bebas adalah gaya hidup (X1), kualitas produk (X2) dan desain produk (X3).

Operasional variabel penelitian merupakan acuan yang digunakan penulis dalam merancang penyelesaian dan pembahasan yang berkenaan dengan subjek subjek penelitian. Adapun konsep operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 2.3 : Definisi Konsep Operasional Variabel Penelitian

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Kotler dan Amstrong (2016: 177)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemantapan sebuah produk 2. Kebiasaan dalam membeli produk 3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain 4. Melakukan pembelian ulang Kotler,2012 	Likert
2	Gaya Hidup (X1)	Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang di ekspresikan dalam aktivitas, minat dan pendapat. Kotler dan keller (2012)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kegiatan (Activity) 2. Minat (Interest) 3. Opini (Opinion) Suryani (2013) 	Likert
3	Kualitas Produk (X2)	Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, kehandalan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut nilai. Kotler dan Keller (2013:4)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja (performance) 2. Keistimewaan (features) 3. Keandalan (reliability) 4. Kesesuaian (conformanceto specifications) 5. Daya tahan 	Likert

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

			(durability) Kotler dan Keller (2010) dalam (Bahar & Sjahrudin, 2015)	
4	Desain produk (X3)	Desain produk adalah proses mendesain pada model dan fungsi suatu produk tertentu sehingga memiliki suatu karakteristik yang khas. Dibandingkan dengan model, desain memiliki konsep yang lebih luas. Model secara sederhana hanya menjelaskan bentuk luar produk dan hanya terlihat dengan jelas atau dapat dibayangkan. (Siregar, 2017)	1. Desain menarik 2. Desain yang inovatif 3. Desain yang menunjang penampilan. (Kotler & Keller, K., 2012)	Likert

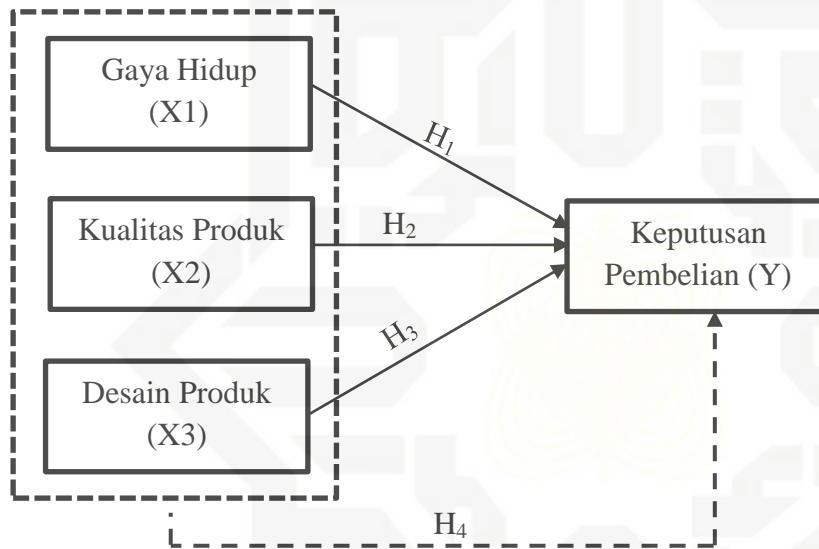
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.9 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran yang diajukan untuk penelitian ini didasarkan pada hasil telaah teoritis seperti yang telah diuraikan sebelumnya. Untuk lebih memudahkan pemahaman tentang kerangka pemikiran penelitian ini maka dapat dilihat dalam gambar berikut:

Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran



Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian

Sumber : sangadji (2013) dan Kotler amstrong (2012)

- Keterangan :
- Pengaruh secara Parsial
 - - - → Pengaruh secara Simultan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.10 Pengaruh Antar Variable Dan Hipotesis Penelitian

Menurut **Muhajirin dan Maya (2017)** hipotesis adalah suatu pernyataan yang masih harus di uji kebenarannya secara empirik. Hipotesis ditinjau dari sudut penelitian mempunyai dua pengertian, yaitu pengertian mengenai hipotesis penelitian (*research hypothesis*) dan hipotesis statis (*statistical hypothesis*).

Berikut adalah hipotesis sementara yang merupakan jawaban dari rumusan masalah yang ada pada penelitian ini :

1. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian

Gaya hidup merupakan gambaran seseorang bisa dilihat dari cara mereka menghabiskan waktunya maupun uangnya (**Kotler dan Keller, 2014**) dalam (**Hanifah & Suhermin, 2017**). Menurut **Setiadi (2010)** dalam (**Oktavia & Harahab, 2021**) gaya hidup dapat diidentifikasi dengan bagaimana seorang individu untuk menyelesaikan waktunya atau aktivitas, yang dianggap penting di lingkungannya atau ketertarikan serta yang dipikirkan mengenai dirinya maupun sekitarnya atau pendapat. Gaya hidup dapat dipakai untuk menentukan market segmentation, karena gaya hidup memberikan pandangan pelanggan sehari-hari secara luas.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (**Oktavia & Harahab, 2021**) dapat disimpulkan jika gaya hidup secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian. Apabila semakin meningkat gaya hidup seseorang, maka keputusan dalam membeli juga semakin tinggi. *Trend* di lingkungan sosial akan berdampak pada keputusan dalam membeli, artinya pelanggan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dalam membeli suatu barang dapat terpengaruhi oleh *trend* di lingkungan sosial mereka. Konsumen membeli suatu produk karena untuk memenuhi gaya hidup mereka.

H1: Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda merk Polygon di Kota Pekanbaru.

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas suatu barang atau produk menunjukkan keahlian suatu barang untuk melaksanakan manfaatnya meliputi ketahanan, keandalan, kemudahan dalam penggunaannya atau dalam perbaikannya dan sifat lainnya (Ijie, 2015) dalam (Hanifah & Suhermin, 2017). Konsumen akan melihat kualitas dari suatu barang atau produk terlebih dahulu sebelum melakukan pembelian sehingga kualitas dari produk dinilai penting untuk mempertimbangkan suatu keputusan dalam pembelian.

Hasil riset (Anam et al., 2020) disimpulkan jika kualitas produk terdapat pengaruh yang positif serta signifikan pada keputusan pembelian. Dalam penelitian tersebut menjelaskan jika konsumen saat melakukan pembelian maka akan melihat kualitas produknya terlebih dahulu. Kualitas dari sebuah produk sangat penting karena jika pembeli puas dengan suatu barang, pembeli akan melakukan pembelian berulang dan akan menyarankan kepada orang lain.

H2: Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda merk Polygon di Kota Pekanbaru.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Desain produk berkaitan dengan kegiatan perancangan produk yang akan diproduksi menjadi produk yang berkualitas dan berguna bagi kebutuhan konsumen. Bersumber pada pengkajian terdahulu yang sudah dilakukan oleh (Niar, 2019) memberikan hasil penelitian yakni desain produk memengaruhi keputusan pembelian.

H3: Desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda merk Polygon di Kota Pekanbaru.

4. Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Gaya hidup didefinisikan sebagai cara hidup yang di identifikasikan oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (minat), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri (opini/pendapat). Kualitas produk yang unggul adalah hal yang selalu dicarikan oleh konsumen sehingga dapat mempengaruhi pembelian. Kualitas produk juga dapat dilihat dari isi produk yang biasanya dikenal sebagai desain produk. Desain produk dapat berupa penampilan produk, ciri-ciri, dan fitur. Ketiga hal tersebut adalah saling keterkaitan sehingga perlu ditingkatkan agar dapat memperoleh kesetiaan dari konsumen.

H4: Gaya hidup, kualitas produk, dan desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda merk Polygon di Kota Pekanbaru.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Pekanbaru. Penelitian ini mulai dilakukan dari bulan Juli 2022 sampai dengan bulan November 2022.

3.2 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

3.2.1 Data Primer

Menurut **Mustafa (2013:92)** menyatakan bahwa data primer merupakan data yang diperoleh berdasarkan pengukuran secara langsung oleh peneliti ndari sumbernya (subjek penelitian). sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah tanggapan responden yang diperoleh melalui kuisisioner tentang gaya hidup, kualitas produk, desain produk dan keputusan pembelian. Data penelitian dari penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang diisi oleh responden yang meliputi konsumen yang melakukan dan menggunakan sepeda Polygon di Pekanbaru. Data primer dapat juga disebut sebagai data yang diperoleh secara langsung dari tanggapan responden terhadap item pertanyaan yang diajukan dalam koesioner dan wawancara.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.2.2 Data sekunder

Menurut **Mustafa (2013:92)** data sekunder adalah data yang dikumpulkan oleh pihak lain, dan telah terdokumentasi sehingga peneliti tinggal menyalin data tersebut untuk kepentingan penelitiannya. Data ini biasanya melalui dokumen – dokumen, buku – buku, laporan – laporan, atau karya ilmiah lainnya yang berkaitan dengan penelitian tentang pengaruh gaya hidup, kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian. Data yang diperlukan untuk mendukung hasil penelitian berasal dari literatur, artikel dan berbagai sumber lainnya yang berhubungan dengan penelitian. Data ini biasanya diperoleh dari perpustakaan dari laporan-laporan penelitian terdahulu.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut **Sugiyono (2014:115)**, Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat Kota Pekanbaru pada tahun 2022 yaitu masyarakat disetiap kecamatan yang ada di Kota Pekanbaru yang menggunakan atau merupakan konsumen sepeda Polygon.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.3.2 Sampel

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *nonprobability sampling*. Menurut **Sugiyono (2014:125)** teknik *nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan cara tidak memberikan kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi yang akan dipilih menjadi sampel. Teknik sampel dalam penelitian ini yaitu dengan *purposive sampling*. **Sugiyono (2014:126)** mengatakan bahwa *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan mempertimbangkan hal tertentu. Tujuan dari pertimbangan pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sampel tersebut dapat memberikan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti. Pertimbangan yang akan dijadikan kriteria sampel oleh peneliti adalah sebagai berikut :

- a. Responden yang merupakan konsumen sepeda Polygon
- b. Responden yang membeli dan menggunakan sepeda Polygon
- c. Responden yang berdomisili di Kota Pekanbaru

Karena peneliti tidak mengetahui jumlah pasti dari populasi yang akan diteliti sebagai sampel, maka besar sampel yang digunakan menurut **Indrawan, R., & Yaniawati, R. P. (2014:104)** menggunakan rumus Lemeshow yaitu :

$$n = \frac{Z^2 p (1 - p)}{d^2}$$

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Keterangan :

n = Jumlah sampel minimal yang dibutuhkan

z = Nilai standar = 1,96

p = Maksimal estimasi, dipakai 50% = 0,5

d = Sampling error dipakai 10% = 0,10

Berdasarkan rumus maka, $n = \frac{1,96^2 \times 0,5 (1-0,5)}{0,10^2} = 96,04$

Dari hasil perolehan rumus diatas maka peneliti mengambil jumlah sampel minimal yang peneliti butuhkan sebanyak 96 orang responden, namun peneliti membulatkan menjadi 100 orang responden.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengambil data serta informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini maka penulis menggunakan teknis sebagai berikut:

3.4.1 Kuesioner

Menurut **Sugiyono (2014:199)**, mengatakan bahwa kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Skala pengukuran yang digunakan pada penelitian ini adalah *Skala Likert*, yaitu skala yang memberikan tanggapan konsumen terhadap suatu produk. Jawaban setia item instrumen yang menggunakan *Skala Likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Untuk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor, misalnya:

- | | |
|---|---|
| 1) Sangat setuju/selalu/sangat positif diberi skor | 5 |
| 2) Setuju/sering/positif diberi skor | 4 |
| 3) Ragu-ragu/kadang-kadang/netral diberi skor | 3 |
| 4) Tidak setuju/hampir tidak pernah/negatif diberi skor | 2 |
| 5) Sangat tidak setuju/tidak pernah/diberi skor | 1 |

3.4.2 Wawancara

Sugiyono (2014) Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menentukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

3.4.3 Observasi

Menurut **Sugiyono (2014)** Observasi adalah suatu metode atau cara untuk menganalisis dan melakukan pencatatan yang dilakukan secara sistematis, tidak hanya terbatas dari orang, tetapi juga objek-objek yang lain. Observasi penelitian ini yaitu mengamati secara langsung fenomena yang terjadi pada gaya hidup, kualitas produk dan desain produk Secara Simultan Terhadap keputusan pembelian sepeda Polygon di Kota Pekanbaru.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.5 Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif. Dimana metode ini dimaksudkan untuk melihat apakah ada gaya hidup, kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian sepeda Polygon di Kota Pekanbaru dengan cara menyebarkan kuesioner kepada para responden, maka perlu pengolahan data dengan menggunakan program SPSS. Dimana analisis yang digunakan adalah analisis statistik regresi linier berganda.

3.5.1 Uji Kualitas Data

Kualitas data penelitian suatu hipotesis sangat tergantung pada kualitas data yang dipakai dalam penelitian tersebut. Kualitas dan penelitian ditentukan oleh instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data untuk menghasilkan data yang berlaku. Adapun uji yang digunakan untuk menguji kualitas data dalam penelitian ini adalah uji validitas dan uji reliabilitas.

a. Uji Validitas

Sugiyono (2018;267) Uji validitas merupakan persamaan data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang diperoleh langsung yang terjadi pada subyek penelitian. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah tidaknya suatu kuesioner. Tujuan dari uji validitas adalah untuk melihat seberapa jauh butir-butir (variabel) yang diukur menyakut sama lainnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Adapun kriteria pada uji validitas yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Suatu instrumen dikatakan valid apabila nilai r hitung atau nilai *correlated* $> r$ tabel yaitu sebesar 0,30, artinya alat ukur yang digunakan valid, dan dapat mengukur apa yang ingin diukur.
2. Sedangkan jika nilai r hitung atau *correlated* $< r$ tabel yaitu sebesar 0,30, artinya alat ukur yang digunakan tidak valid, dan tidak dapat mengukur apa yang ingin diukur.

b. Uji Reliabilitas

Sugiyono (2018;268) Uji reliabilitas adalah derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Data yang tidak reliabel, tidak dapat di proses lebih lanjut karena akan menghasilkan kesimpulan yang bias, suatu alat ukur yang dinilai reliabel jika pengukuran tersebut menunjukkan hasil yang konsisten dari waktu ke waktu. Jika nilai Cronbach Appha $\alpha > 0,60$ maka reliabel jika nilai Cronbach Appha $\alpha < 0,60$ maka tidak reliable.

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

a. Uji normalitas

Menurut **(Suliyanto, 2012:71)** uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Adapun kriteria pengujian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

normalitas dengan metode p-plot yang dikemukakan oleh **Ghozali (2018 :160)** sebagai berikut :

1. Jika titik-titik atau data berada di dekat atau mengikuti garis diagonalnya, maka dapat dikatakan bahwa nilai residual berdistribusi secara normal.
2. Sementara itu, jika titik-titik menjauh atau tersebar dan tidak mengikuti garis diagonal maka hal ini menunjukkan bahwa nilai residual tidak menyebar secara normal.

b. Uji Multikolinieritas

Ghozali (2018) Uji Multikolinieritas bertujuan menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Cara yang digunakan untuk mendeteksi multikolinieritas melalui tolerance value dan VIF (*Variance Inflation Factor*). Jika tolerance value $> 0,1$ dan $VIF \leq 10$ maka tidak terjadi Multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas.

Model regresi yang baik adalah tidak terjadi Heteroskedastisitas (**Ghozali,2018:139**). Pengujian dilakukan dengan melihat pola tertentu

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pada grafik dimana sumbu Y adalah yang diprediksikan dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah distandarized. Dasar pengambilan keputusannya adalah :

1. Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola yang teratur (bergelombang melebar kemudian menyempit) maka telah terjadi Heteroskedastisitas.
2. Jika tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Ghozali (2018;112) Uji autokorelasi bertujuan menguji model regresi linier apakah ada korelasi kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya) atau tidak. Jika terdapat korelasi, maka dinamakan terdapat problem autokorelasi. Cara mendeteksi problem autokorelasi adalah dengan menggunakan uji *Durbin Watson* (DW) kemudian membandingkan hasil uji dengan tabel *Durbin Watson* (DW). Dalam penelitian keberadaan autokorelasi diuji dengan *Durbin Watson* dengan rumus sebagai berikut :

- a) Jika angka D-W dibawah -2,5 berarti terdapat autokorelasi positif.
- b) Jika angka D-W diantara -2,5 sampai 2,5 berarti tidak terdapat autokorelasi.
- c) Jika angka D-W diatas 2,5 berarti terdapat autokorelasi negatif.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.5.3 Analisis Regresi Linier berganda

Menurut **Suliyanto (2012:53)** analisis regresi linier berganda adalah alat analisis yang dipergunakan untuk mengukur pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat. Formula untuk regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Dimana :

Y	= Keputusan Pembelian
α	= Konstanta
β_1, β_2 dan β_3	= Koefisien Regresi
X_1	= Gaya Hidup
X_2	= Kualitas Produk
X_3	= Desain Produk
e	= Tingkat Kesalahan (error)

3.5.4 Uji Hipotesis

Menurut **Basuki dan Prawoato (2016)** Uji hipotesis adalah suatu prosedur untuk pembuktian kebenaran sifat populasi berdasarkan data sampel. Dalam statistika hipotesis yang ingin di uji kebenarannya tersebut biasanya membandingkan dengan hipotesis yang salah nantinya akan ditolak. Hipotesis yang salah dinyatakan sebagai hipotesis nol (*null hypothesis*) disimbolkan H_0 dan hipotesis yang benar dinyatakan sebagai hipotesis alternatif (*alternative hypothesis*) dengan simbol H_a .

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Uji Parsial (t)

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa Uji t (t-test) melakukan pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial, pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lain dianggap konstan.

Untuk melihat hubungan dua variabel tersebut maka dapat dirumuskan dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Apabila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau $\text{Sig} < \alpha (0,05)$, maka:

H_0 ditolak, H_a diterima, artinya terdapat pengaruh secara parsial gaya hidup, kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian.

2. Apabila $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ atau $\text{Sig} > \alpha (0,05)$, maka :

H_0 diterima, H_a ditolak artinya tidak terdapat pengaruh secara parsial antara gaya hidup, kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian.

b. Uji Simultan (F)

Menurut **Ghozali (2018:98)** uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Adapun kriteria yang digunakan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut :

1. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $Sig < \alpha (0,05)$, maka:

H_0 ditolak, H_a diterima artinya terdapat pengaruh secara simultan antara gaya hidup, kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian.

2. Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $Sig > \alpha (0,05)$, maka:

H_0 diterima, H_a ditolak artinya tidak terdapat pengaruh secara simultan antara gaya hidup, kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Ghozali (2018) Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi memiliki interval antara 0 sampai dengan 1. Nilai koefisien determinasi yang mendekati angka 1 merupakan model regresi yang baik karena hampir semua variabel yang dipakai mampu menerangkan variasi variabel dependen yang digunakan.

Interpretasi Koefisien Korelasi

Nilai Korelasi	Keterangan
0	Tidak ada korelasi
0.00-0.199	Korelasi sangat rendah
0.20-0.399	Korelasi rendah
0.40-0.599	Korelasi sedang
0.60-0.799	Korelasi kuat
0.80-1.00	Korelasi sangat kuat

Sumber : Ghozali (2018)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



BAB IV

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

4.1 Sejarah dan Latar Belakang Perusahaan

Sepeda Polygon diproduksi oleh PT. Inera Sena. PT. Inera Sena, terletak di bagian selatan dari Surabaya atau tepatnya pada perbatasan dengan kota Sidoarjo atau sekitar 15 menit dari Bandara Internasional Juanda. Perusahaan berdiri sejak tahun 1989, dengan luas 30.000 m² dengan luas bangunan sebesar 18.000 m². PT. Inera Sena didirikan oleh Soejanto Widjaja yang lulus dari Teknik Industri ITB pada tahun 1987. Soejanto Widjaja yang akrab dipanggil Yanto ini membangun PT. Inera Sena karena ingin meneruskan usaha keluarganya yang menekuni pekerjaan dalam distribusi sepeda sejak lama. Inera adalah kepanjangan dari “INDustri SEpeda suRAbaya,” Sena adalah nama dari sosok wayang yang cukup terkenal di Jawa Timur yang menggambarkan kekuatan. Perusahaan ini memproduksi berbagai macam jenis sepeda, city bikes, trekking, MTB (Mountain Bike), full suspension, hard-trail bikes, downhill, BMX, dan lain-lain. Presentase produksi secara keseluruhan adalah 65% untuk sepeda MTB, 30% untuk trekking, dan 5% untuk jenis sepeda lainnya. Yanto mengatakan bahwa bekal pertama dalam mengembangkan usaha dari skala kecil ke besar adalah fokus. Fokus bagi Yanto adalah fokus terhadap hal-hal tentang sepeda sehingga beliau dapat memusatkan perhatian, semangat, energi, keahlian, dan keuletannya dalam membuat sepeda.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pada awalnya, Soejanto Widjaja merintis PT Inera Sena sebagai industri manufaktur yang berorientasi pada pasar luar negeri. Sejak awal Inera Sena sudah dirancang sebagai industri yang memproduksi sepeda berkualitas dunia. Awal produksinya sebagian besar adalah untuk ekspor. Rencana jangka panjangnya adalah 50% untuk pasar ekspor dan 50% untuk pasar lokal. Inera Sena pada mulanya memproduksi sepeda berdasarkan pesanan merek-merek terkenal dari luar negeri, belum menggunakan merek sendiri. Namun inisiatif untuk memproduksi sepeda lokal dengan merek Polygon sebenarnya sudah dimulai sejak 1990 awal belum dipromosikan secara serius karena perhatian masih diarahkan pada peningkatan kualitas dengan cara banyak menerima order dari luar negeri. Hingga pada tahun 1994 mengibarkan merek Polygon.

Polygon berarti suatu bentuk yang ditunjang oleh banyak sudut, titik, dan garis. Sudut, titik, dan garis masing-masing harus kuat dan benar letaknya sehingga bersama-sama menghasilkan suatu bentuk yang sempurna. Polygon menjadi wujud totalitas rangkaian geometris. Fungsinya adalah sebagai keindahan, fungsi, dan pasar. Demikian pula arti filosofis kata ini ketika dikaitkan dengan bentuk sepeda. Polygon merupakan unit visual yang penting bagi terbentuknya struktur sepeda, apakah itu konfigurasi rangka, sumbu roda, stem, dan lain sebagainya. Artinya, Polygon adalah konsep yang merupakan esensi bentuk sepeda itu sendiri. Konotasi Polygon identik dengan sepeda, dan itu diakui di berbagai penjuru dunia. Atas dasar itulah Polygon digunakan sebagai nama merek.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Kesuksesan Polygon terus berlanjut hingga tahun 1997, Polygon sudah banyak dikenal masyarakat sebagai industri sepeda kelas menengah atas. Pada saat itulah Soejanto Widjaja bersama seorang rekannya ketika itu mendirikan toko sepeda bernuansa modern dengan nama Rodalink. Pada tahun krisis itu Inera Sena yang dipimpinya mulai merakit jaringan pemasarannya sendiri. Rodalink dirintis sebagai toko dengan konsep one stop shopping. Dimana toko tersebut tidak hanya menawarkan sepeda Polygon, melainkan juga sepeda dari berbagai merek kelas dunia beserta aksesorisnya. Pada tahun 2000 tercatat ada 24 gerai Rodalink, dan pada 2001-2002 Rodalink merambah ke Singapura dan Malaysia.

PT. Inera Sena selalu meningkatkan kapasitas produk hingga mencapai kurang lebih 360.000 unit per tahun. Perusahaan ini memproduksi sepeda-sepeda untuk pasar lokal dan luar negeri menggunakan merek mereka sendiri. Pada tahun 2008, Polygon berhasil mendapatkan penghargaan Grand Award dalam kategori Indonesian Good Design Selection dari presiden RI Susilo Bambang Yudoyono

4.2 Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi

Menjadi perusahaan yang sehat yang mampu membuat sepeda berkualitas yang sesuai dengan kebutuhan customer.

b. Misi

1. Menjadi pemimpin pasar
2. Memiliki sistem produksi ramping

3. Memiliki SDM yang berkualitas
4. Melakukan perbaikan berkesinambungan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda merk Polygon di Kota Pekanbaru. Hal ini berarti gaya hidup sehat seperti bersepeda dapat meningkatkan keputusan pembelian sepeda merk Polygon di Kota Pekanbaru.
2. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda merk Polygon di Kota Pekanbaru. Hal ini berarti kualitas produk yang baik dan terjamin akan dapat meningkatkan keputusan pembelian sepeda merk Polygon di Kota Pekanbaru.
3. Desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda merk Polygon di Kota Pekanbaru. Hal ini berarti semakin baik dan terjaganya desain sepeda yang diberikan akan dapat mempengaruhi keputusan pembelian sepeda merk Polygon di Kota Pekanbaru.
4. Ketiga variabel bebas pada penelitian ini seperti gaya hidup, kualitas produk dan desain produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda merk Polygon di Kota Pekanbaru. Dan variabel yang memiliki pengaruh tertinggi adalah variabel gaya hidup dikarenakan memiliki nilai signifikan paling kecil yaitu 0,000 dan nilai t hitung terbesar yaitu 4,048.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Diketahui bahwa nilai R 0,814. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat antara variabel independen terhadap variabel dependen. Sedangkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,653. Hal ini menunjukkan bahwa variabel gaya hidup, kualitas produk dan desain produk secara keseluruhan memberikan pengaruh sebesar 65,3% terhadap keputusan pembelian, Sedangkan sisanya sebesar 34,7% dipengaruhi oleh variabel lain.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka beberapa saran pelengkap terhadap perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Gaya hidup merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda merk Polygon di Kota Pekanbaru, maka sebaiknya perusahaan dapat memberikan stimulus kepada konsumen dalam mempengaruhi gaya hidup yang mereka jalani, sehingga mereka tertarik dengan gaya hidup yang sehat seperti menggunakan sepeda untuk berolahraga dan membeli sepeda merk Polygon sebagai pilihan mereka.
2. Kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian dan sebaiknya perusahaan dapat mempertahankan kualitas yang sudah berjalan dengan baik dan meningkatkan kualitas produk yang masih memiliki kelemahan dan kekurangan sehingga produk yang dihasilkan juga terjaga kualitasnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Desain produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, maka sebaiknya perusahaan memberikan desain yang sesuai dengan pasar dan tipe produk yang mereka tawarkan dan juga memperhatikan desain terkini agar pasar yang menggunakan merasa nyaman dan memiliki *style* kekinian ketika menggunakannya.
4. Bagi penelitian selanjutnya agar menggunakan teknik penelitian yang berbeda, ataupun menggunakan variabel yang lain, yang tidak terdapat pada penelitian ini, sehingga dapat memberikan reverensi lebih baik untuk penelitian yang selanjutnya.



DAFTAR PUSTAKA

- Al-Quran dan terjemahannya, Departemen Agama Republik Indonesia, Pustaka Agung Harapan
- Ahmad Fambang Hermawan, Retno Endah Supeni, Akhmad F. Rozi (2019), *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda Beat di Dealer MPM Motor Kalisat – Jember. Jurnal Manajemen Bisnis Performa Volume XV No.2*
- Armstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012) *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Prenhalindo.
- Bahar dan Sjahrudin. 2015, *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang*.
- Barlian, Jeihan Kahfi. 2021. *Panduan Bersepeda Aman di Masa Pandemi*. <https://swa.co.id/covid19/panduan-bersepeda-aman-di-masa-pandemi>
- Djaslim, Saladin. 2012. *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian*. Edisi Ketiga. Bandung : CV. Linda Karya
- Donni Juni Priansa, S.P.d., S.E., M.M., Q. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu (Pada Era Media Sosial)*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Fandi, Tjiptono. 2014. *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Firmansyah, M. Anang. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Ghozali, I. (2018). *“Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS”* Edisi Sembilan. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Indrawan, Rully., Yaniawati, R. Poppy, 2014. *Metodologi Penelitian*. Bandung: PT. REFIKA ADITAMA.
- Hawkins, Del I. 2013. *Consumer Behaviour: Building Marketing Strategy*. New York: Mc Graw-Hill
- Kadek Edi Juliana, Ni Luh Wayan Sayang Telagawat hi, Gede Putu Agus Jana Susila (2018), *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat. Jurnal Manajemen Vol 8, No 2*
- Karlina, Nia. 2012. *Pengaruh Motivasi dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Jasa Salon Mahkota Pekanbaru*
- Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran* Edisi 13, Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 3 Cetakan. Jakarta: Rajawali

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Kotler, P dan Amstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing* Edisi Ke Tujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran* Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Luthfianto, Dawud dan Suprihhadi, Heru. (2017). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Café Jalan Korea*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* Volume 6, Nomor 2.
- Mowen, John C dan Minor, Micheal. (2012). *Perilaku Konsumen dialih bahasakan oleh Dwi Kartika Yahya*. Jakarta : Erlangga.
- Muhajirin, M., & Maya, P. (2017). *Pendekatan Praktis: Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta Idea Pres
- Rosid et al. (2022). *Dampak Ekonomi Pandemi Covid-19 Terhadap Pelaku Usaha Di Indonesia*. *Jurnal Anggaran dan Keuangan Negara Indonesia* Vol.4 No. 1.
- Rosnan. (2019). *Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Zoya (Studi Pada Store Zoya, Mall Pekanbaru)*. *Jurnal Jom Fisip* Vol. 6
- Sangadji, E.M., dan Sopiiah. 2013. *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sathish, S dan Rajamohan (2012). *Consumer Behavior and Lifestyle Marketing. International Journal of Marketing, Financial Services & Management Research*. Vol. 1
- Setiadi, J. Nugroho. 2012. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Siregar, F. (2017). *Pengaruh Promosi, Desain Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus: Toko Sepatu Tasya Jaya)*. UIN Sumatera Utara.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis*. Edisi 18. Bandung. Alfabeta.
- _____. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta
- Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori Dan Aplikasi Dengan SPSS. Edisi 1*. Yogyakarta: Andi offset
- Sunyanto, Danang. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*. Cetakan ke-1. Yogyakarta: CAPS (Center for AcademicPublishing Service).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Suryani Tatik, 2013. *Perilaku Konsumen Di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Tjiptono & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik*. Edisi Kedua. Yogyakarta Yogyakarta: ANDI

Toni, Wijaya dan Zainal, Mustafa. 2013. *Panduan teknik statistik SEM & PLS dengan SPSS AMOS*. Yogyakarta. Cahaya Atma Pustaka

Yudhi Soewito (2017), *Kualitas produk, Merek dan Desain pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio*. *Jurnal EMBA Vol.1 No.3*

Yusuf Bagus Prakosa, Endang Tjahjaningsih (2021), *Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup, Dan Pengetahuan Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian Sepeda Lipat Di Kota Semarang*. *Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, Vol. 04, No. 03



KUESIONER

© Hak cipta dimiliki UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

Kepada :

Karyawan yang terhormat

Assalamualaikum Wr.Wb

Saya Nur Shabrina Khairat Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk penulisan skripsi dalam rangka salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau mengenai : **“PENGARUH GAYA HIDUP, KUALITAS PRODUK, DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MERK “POLYGON” DI KOTA PEKANBARU”**.

Sehubungan dengan itu saya sangat mengaharapkan kesediaan saudara/i bisa membantu saya untuk mengisi kuesioner ini dengan keadaan yang sebenarnya demi kelancaran penelitian ini. Atas partisipasi dan kerja samanya peneliti mengucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

NUR SHABRINA KHAIRAT
11571204885

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



I. IDENTITAS RESPONDEN

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Nama/Inisial :
2. Jenis Kelamin :
3. Usia : ≤ 25 tahun 36-45 tahun
 26-35 tahun ≥ 46 tahun
4. Pendidikan :
5. Pekerjaan :

II. PETUNJUK PENGISIAN

1. Isilah terlebih dahulu **identitas** anda.
2. Bacalah dengan baik pernyataannya dan pilih salah satu jawaban yang menurut anda paling benar dengan memberi tanda (√) pada pilihan Anda.
3. Pilihan jawaban dengan kriteria dibawah ini :
 - a. **Sangat Setuju (SS)**
 - b. **Setuju (S)**
 - c. **Cukup Setuju (CS)**
 - d. **Tidak Setuju (TS)**
 - e. **Sangat Tidak Setuju (STS)**
4. Mohon kuesioner ini diisi dengan lengkap, kerahasiaan dari jawaban anda dijamin sepenuhnya. Terimakasih



III. PERNYATAAN

Berilah tanda (√) pada jawaban yang dianggap paling sesuai dengan keadaan saudara.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengacantumkan dan menyebutkan sumber: a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	CS	TS	STS
Keputusan Pembelian (Y)						
1	Saya melakukan pembelian sepeda Polygon karena kualitas yang dimiliki baik					
2	Kualitas terbaik merupakan alasan saya melakukan pembelian sepeda Polygon					
3	Saya membeli sepeda Polygon dikarenakan loyal terhadap sepeda Polygon					
4	Saya akan memberikann rekomendasi kepada orang terdekat saya untuk melakukan pembelian sepeda Polygon					
5	Saya berminat melakukan pembelian ulang sepeda Polygon					

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	CS	TS	STS
Gaya Hidup (X1)						
1	Saya membeli sepeda Polygon dikarenakan untuk penunjang kegiatan sehari-hari saya					
2	Sepeda Polygon mendukung dalam kegiatan berolahraga saya					
3	Minat saya terhadap hidup sehat merupakan alasan saya membeli sepeda Polygon					
4	Gaya hidup sehat dengan bersepeda merupakan minat saya					
5	Menurut saya bersepeda merupakan gaya hidup sehat yang penting					

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	CS	TS	STS
Kualitas Produk (X2)						
1	Kinerja sepeda Polygon memiliki kinerja yang baik					
2	Sepeda Polygon memiliki fitur yag lengkap dan bermanfaat					
3	Kehandalan sepeda Polygon sangat teruji dengan baik					
4	Sepeda Polygon memiliki kesesuaia yag baik terhadap kualitas					
5	Sepeda Polygon memiliki daya tahan yang baik					



NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	CS	TS	STS
Desain Produk (X3)						
1	Sepeda Polygon memiliki desain yang baik dan menarik					
2	Desain sepeda Polygon mengikuti perkembangan zaman					
3	Desain sepeda Polygon selalu memiliki inovasi					
4	Sepeda Polygon selalu menampilkan desain yang dapat menunjang penampilan pengguna					
5	Pengguna sepeda Polygon akan tampil kekinian dengan desain yang diberikan					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim



UIN SUSKA RIAU

1. Dalam menuliskan karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UJI VALIDITAS

VARIABEL X1

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	14,95	5,806	,663	,797
X1.2	15,00	6,020	,640	,804
X1.3	14,97	5,605	,686	,790
X1.4	14,99	6,030	,588	,817
X1.5	15,01	5,465	,624	,810

VARIABEL X2

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	14,74	4,760	,608	,732
X2.2	14,67	5,334	,500	,767
X2.3	14,80	5,172	,539	,755
X2.4	14,85	5,462	,524	,760
X2.5	14,82	4,836	,653	,717

VARIABEL X3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	14,55	4,715	,635	,755
X3.2	14,45	4,876	,507	,793
X3.3	14,56	4,592	,642	,752
X3.4	14,44	4,774	,515	,792
X3.5	14,60	4,525	,663	,745

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

VARIABEL Y

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	14,95	4,836	,572	,740
Y.2	15,02	4,888	,616	,726
Y.3	15,09	5,133	,547	,749
Y.4	15,12	4,975	,543	,750
Y.5	15,06	4,946	,528	,756

UJI RELIABILITAS

VARIABEL X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,836	5

VARIABEL X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,787	5

VARIABEL X3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,805	5

VARIABEL Y

Reliability Statistics

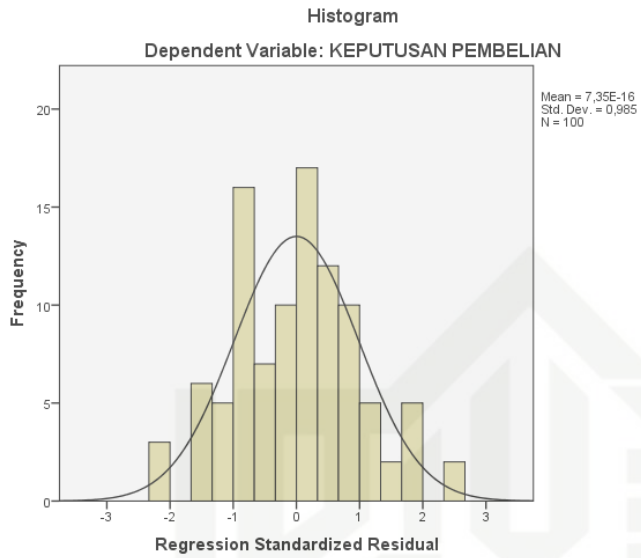
Cronbach's Alpha	N of Items
,784	5

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

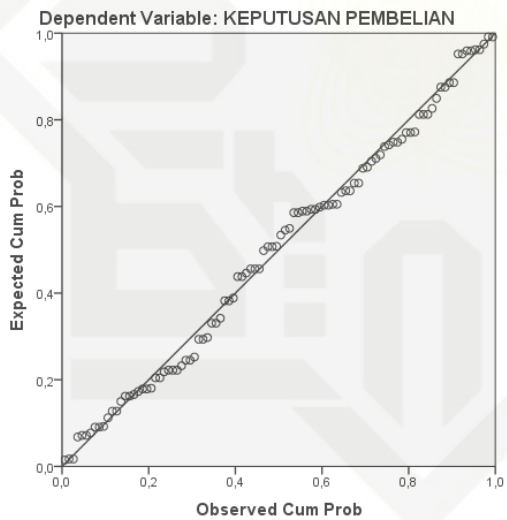
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UJI NORMALITAS



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



- Hak Cipta Diindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

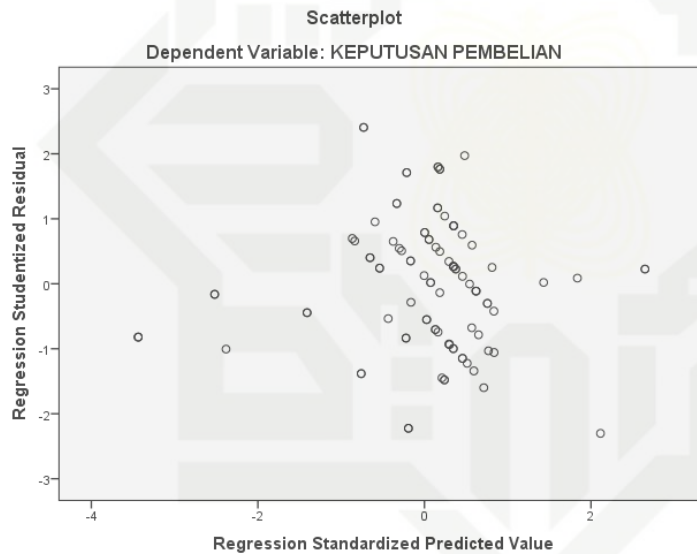
UJI MULTIKOLIERITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2,268	1,221		1,857	,066		
GAYA HIDUP	,301	,074	,328	4,048	,000	,536	1,866
KUALITAS PRODUK	,359	,092	,364	3,913	,000	,405	2,471
DESAIN PRODUK	,236	,093	,230	2,534	,013	,427	2,345

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

UJI HETEROSKEDASTISITAS



UJI AUTOKORELASI

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,814 ^a	,663	,653	1,598	2,106

a. Predictors: (Constant), DESAIN PRODUK, GAYA HIDUP, KUALITAS PRODUK

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,268	1,221		1,857	,066
GAYA HIDUP	,301	,074	,328	4,048	,000
KUALITAS PRODUK	,359	,092	,364	3,913	,000
DESAIN PRODUK	,236	,093	,230	2,534	,013

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

UJI HIPOTESIS

UJI PARSIAL (t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,268	1,221		1,857	,066
GAYA HIDUP	,301	,074	,328	4,048	,000
KUALITAS PRODUK	,359	,092	,364	3,913	,000
DESAIN PRODUK	,236	,093	,230	2,534	,013

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

UJI SIMULTAN (F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	482,331	3	160,777	62,983	,000 ^b
	Residual	245,059	96	2,553		
	Total	727,390	99			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), DESAIN PRODUK, GAYA HIDUP, KUALITAS PRODUK



UJI KOEFISIEN DETERMIASI

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,814 ^a	,663	,653	1,598	2,106

a. Predictors: (Constant), DESAIN PRODUK, GAYA HIDUP, KUALITAS PRODUK

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

FREKUENSI JAWABAN RESPONDEN

VARIABEL X1

X1.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	9	9,0	9,0	9,0
CS	13	13,0	13,0	22,0
S	69	69,0	69,0	91,0
SS	9	9,0	9,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	7	7,0	7,0	7,0
CS	20	20,0	20,0	27,0
S	66	66,0	66,0	93,0
SS	7	7,0	7,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

X1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	8	8,0	8,0	8,0
CS	20	20,0	20,0	28,0
S	60	60,0	60,0	88,0
SS	12	12,0	12,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X1.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	7	7,0	7,0	7,0
CS	22	22,0	22,0	29,0
S	61	61,0	61,0	90,0
SS	10	10,0	10,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X1.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	11	11,0	11,0	11,0
CS	21	21,0	21,0	32,0
S	53	53,0	53,0	85,0
SS	15	15,0	15,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

VARIABEL X2

X2.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	12	12,0	12,0	12,0
CS	14	14,0	14,0	26,0
S	63	63,0	63,0	89,0
SS	11	11,0	11,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X2.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	8	8,0	8,0	8,0
CS	15	15,0	15,0	23,0
S	66	66,0	66,0	89,0
SS	11	11,0	11,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X2.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	10	10,0	10,0	10,0
CS	20	20,0	20,0	30,0
S	63	63,0	63,0	93,0
SS	7	7,0	7,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	6	6,0	6,0	6,0
	CS	31	31,0	31,0	37,0
	S	58	58,0	58,0	95,0
	SS	5	5,0	5,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	9	9,0	9,0	9,0
	CS	25	25,0	25,0	34,0
	S	58	58,0	58,0	92,0
	SS	8	8,0	8,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

VARIABEL X3

X3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	7	7,0	7,0	7,0
	CS	29	29,0	29,0	36,0
	S	61	61,0	61,0	97,0
	SS	3	3,0	3,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	9	9,0	9,0	9,0
	CS	18	18,0	18,0	27,0
	S	67	67,0	67,0	94,0
	SS	6	6,0	6,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	9	9,0	9,0	9,0
	CS	26	26,0	26,0	35,0
	S	62	62,0	62,0	97,0
	SS	3	3,0	3,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

X3.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	7	7,0	7,0	7,0
	CS	25	25,0	25,0	32,0
	S	58	58,0	58,0	90,0
	SS	10	10,0	10,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X3.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	8	8,0	8,0	8,0
	CS	33	33,0	33,0	41,0
	S	55	55,0	55,0	96,0
	SS	4	4,0	4,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

VARIABEL Y

Y.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	9	9,0	9,0	9,0
CS	10	10,0	10,0	19,0
S	67	67,0	67,0	86,0
SS	14	14,0	14,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Y.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	9	9,0	9,0	9,0
CS	11	11,0	11,0	20,0
S	72	72,0	72,0	92,0
SS	8	8,0	8,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Y.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	8	8,0	8,0	8,0
CS	18	18,0	18,0	26,0
S	68	68,0	68,0	94,0
SS	6	6,0	6,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Y.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	10	10,0	10,0	10,0
CS	18	18,0	18,0	28,0
S	65	65,0	65,0	93,0
SS	7	7,0	7,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Y.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	8	8,0	8,0	8,0
CS	21	21,0	21,0	29,0
S	59	59,0	59,0	88,0
SS	12	12,0	12,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BIOGRAFI PENULIS



NUR SHABRINA KHAIRAT, Lahir pada tanggal 27 April 1996 di Bangkinang, Kab. Kampar, Provinsi Riau. Anak kedua dari 4 Bersaudara, dari pasangan Ayahanda Abdul Mutalib dan Ibunda Khairati. Pendidikan pertama peneliti di SDN 033 Bangkinang, kelulusan Tahun 2008. Setelah lulus melanjutkan pendidikan Tsanawiyah dan Aliyah di Pondok Pesantren Dhaarun Nahdhah Tawalib Bangkinang, dan lulus pada Tahun 2015. Kemudian peneliti melanjutkan pendidikan peneliti melanjutkan pendidikan Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau pada tahun 2015 dan selesai pada tahun 2022.

Pada tanggal 20 Desember 2022 peneliti menyelesaikan Skripsi tersebut dengan melakukan Ujian Sidang Munaqashah sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Sarjana Ekonomi (SE) Jurusan S1 Manajemen dengan judul skripsi **“Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Merk Polygon Di Kota Pekanbaru”**. Peneliti memperoleh Sarjana Ekonomi (SE) dengan memperoleh predikat **Memuaskan**.

UIN SUSKA RIAU