

## Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Di Glori-A House Kawangkoan

Richie J. Y. Timpaulu  
Johny R. E. Tampi  
Danny D. S. Mukuan

Jurusan Ilmu Administrasi, Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis,  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sam Ratulangi

---

**Abstract.** *This study aims to determine whether Service Quality and Lifestyle partially and simultaneously influence Purchase Decision at Glori-A House Kawangkoan. This research uses descriptive quantitative research methods and data collection techniques using questionnaires. The sampling technique used is incidental sampling technique by drawing the number of samples using the Roscoe theory formula with a total sample of 50 respondents. Data analysis techniques using multiple correlation analysis, multiple linear regression, and hypothesis testing consisting of t test, f test, and the coefficient of determination. The results of this study indicate that service quality and lifestyle significantly influence partially and simultaneously on purchasing decisions at Glori-A House Kawangkoan.*

**Keywords:** *Quality of Service, Lifestyle, Purchase Decision*

---

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan dan Gaya Hidup berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap Keputusan Pembelian di Glori-A House Kawangkoan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif dan teknik pengumpulan data menggunakan angket/kuisiner. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *insidental sampling* dengan penentuan jumlah sampel menggunakan rumus teori roscoe dengan jumlah sampel sebanyak 50 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis koefisien korelasi berganda, regresi linear berganda, dan uji hipotesis yang terdiri dari uji t, uji f, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan gaya hidup secara signifikan berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian di Glori-A House Kawangkoan.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian

---

### Pendahuluan

Bisnis rumah kopi saat ini sedang berkembang pesat. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya rumah kopi yang bermunculan, ini dikarenakan sudah menjadi gaya hidup bagi kebanyakan orang sekarang. Perubahan gaya hidup dan pola hidup sebagian masyarakat telah berubah, yang sebelumnya makan dirumah bersama keluarga yang diyakini makanan akan lebih sehat tetapi saat

ini masyarakat terbuka dengan hal baru, karena masyarakat saat ini banyak disibukkan oleh rutinitas dan kesibukan pada pekerjaan sehingga lebih memilih untuk makan di luar rumah, masyarakat bisa mendapatkan suasana baru dan juga dapat menjadi sarana untuk berkumpul makan bersama keluarga maupun rekan kerja. Bagi kebanyakan orang di jaman sekarang yang menyediakan tempat dengan desain interior yang menarik dan memberikan pelayanan memuaskan serta menawarkan suasana yang nyaman dan menyenangkan akan menjadi rumah kopi yang banyak di kunjungi oleh masyarakat.

Persepsi konsumen dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Tjiptono, (2008:71) menyatakan bahwa kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen dalam mengimbangi harapan konsumen. Salah satu upaya untuk menciptakan, memperhatikan dan meningkatkan hubungan dengan pelanggan adalah dengan memberikan jasa yang berkualitas secara konsisten dan nilai yang lebih baik pada setiap kesempatan serta memberikan jasa yang lebih unggul dari pesaing. Kualitas pelayanan bukanlah hal yang sulit atau rumit, tetapi apabila hal ini kurang diperhatikan maka dapat menimbulkan hal-hal yang rawan karena sifatnya yang sangat sensitif. Tetapi peneliti menemukan masalah yang sering terjadi dalam bisnis rumah kopi yaitu kurang akuratnya dalam menyajikan makanan atau minuman yang di pesan oleh konsumen, banyak ditemui sering kali pelayan dalam rumah kopi salah membawakan pesanan konsumen seperti konsumen memesan nasi goreng tetapi yang dibawa adalah mie goreng atau konsumen lain yang memesan makanan atau minuman tersebut tetapi diantarkan ke konsumen yang lain. Ini menjadi salah satu yang harus diperhatikan oleh pemilik-pemilik rumah kopi karena dapat mempengaruhi perspektif dari konsumen.

Gaya hidup masyarakat mendorong para pebisnis untuk berlomba-lomba meningkatkan kualitas persaingan yang sesuai dengan gaya hidup modern sekarang, memiliki keunggulan tersendiri dilihat dari makanan dan minuman yang disajikan, harga yang terjangkau, lokasi dan suasana tempat yang nyaman serta fasilitas-fasilitas yang disediakan sesuai dengan kebutuhan sehingga membuat konsumen akan lebih selektif dalam memilih tempat yang akan dikunjungi. Gaya hidup secara luas sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas) apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan) dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan dunia sekitarnya (Nugroho, 2003:148). Ada beberapa hal atau masalah yang sering ditemui mengenai gaya hidup yaitu kebanyakan masyarakat

apalagi dalam kalangan anak muda sering merasa malu dan gengsi karena dikucilkan oleh orang sekitar atau teman jika tidak memiliki barang mewah seperti : Handphone, tas, dan sebagainya. hal lain juga yaitu sering dikucilkan karena kurangnya pergaulan kata anak muda yaitu tidak sering nongkrog di rumah kopi atau cafe, tidak pernah nonton bioskop, tidak pernah masuk PUB, dan sebagainya,. Hal-hal tersebut sering membuat masyarakat merasa malu dan dikucilkan oleh orang sekitarnya.

Keputusan pembelian merupakan sebuah proses ketika konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan secara baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang nantinya mengarah kepada keputusan pembelian (Tjiptono 2012), sedangkan menurut Menurut Schiffman dan Kanuk (2014) keputusan pembelian didefinisikan sebagai sebuah pilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan, dalam keputusan pembelian terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi pelanggan dari ikatan emosional yang terjalin antara pelanggan dan produsen setelah pelanggan. Keputusan pembelian terdiri antara lain : Nilai emosional, utilitas yang berasal dari perasaan atau afektif atau emosi positif yang ditimbulkan dari mengonsumsi produk. Pada intinya nilai emosional berhubungan dengan perasaan, yaitu perasaan positif apa yang akan dialami konsumen pada saat membeli produk. Nilai sosial merupakan nilai yang dianut oleh suatu konsumen, mengenai apa yang dianggap baik dan apa yang dianggap buruk oleh konsumen. Nilai kualitas, utilitas yang didapat dari produk karena reduksi biaya jangka pendek dan biaya jangka panjang. Nilai fungsional adalah nilai yang diperoleh dari atribut produk yang memberikan kegunaan fungsional kepada konsumen nilai ini berkaitan langsung dengan fungsi yang diberikan oleh produk atau layanan kepada konsumen. Dalam tercapainya tujuan perusahaan, keputusan pembelian sangat berperan penting agar hasil yang diinginkan perusahaan tercapai dengan maksimal dengan mengikuti peraturan yang ditetapkan oleh perusahaan tersebut.

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian di glori-a house kawangkoan?, Apakah gaya hidup berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian di glori-a house kawangkoan?, Apakah kualitas pelayanan dan gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian di glori-a house kawangkoan?

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut: Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di glori-a house kawangkoan, Untuk mengetahui apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian di glori-a house kawangkoan, Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian di glori-a house kawangkoan.

## **Tinjauan Pustaka**

### **Kualitas Pelayanan**

Kotler dan Amstrong (2009: 347) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan kemampuan suatu jasa untuk melakukan fungsi-fungsinya yang meliputi keandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan, operasi dan perbaikan serta atribut lainnya, apabila suatu jasa telah dapat menjalankan fungsi-fungsinya dapat dikatakan sebagai jasa yang berkualitas baik. Kualitas pelayanan juga didefinisikan sebagai evaluasi menyeluruh pelanggan atas kebaikan kinerja suatu.

Tjiptono (2010) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang dapat memenuhi atau dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Kualitas layanan ini merupakan upaya pemenuhan kebutuhan yang di barengin dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut.

Menurut parasuraman dalam Aryani (2010) menyatakan bahwa ada lima indikator kualitas pelayanan yaitu: Berwujud (tangible), Keandalan (reliability), Ketanggapan (responsiveness), Jaminan dan Kepastian (assurance), dan Empati (empathy).

### **Gaya Hidup**

Menurut Kotler dan Keller (2012:192), gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia.

Sutisna (2005:145) menjelaskan bahwa gaya hidup berkembang pada masing- masing dimensi yaitu AIO (aktivitas, minat, opini), AIO didefinisikan sebagai berikut: Activity adalah tindakan nyata, dalam hal ini aktivitas dapat berupa kerja, hobi, acara sosial, liburan, hiburan, keanggotaan

perkumpulan, jelajahinternet, berbelanja, dan olahraga, aktivitas (kegiatan) konsumen merupakan karakteristik konsumen dalam kehidupan sehari-harinya. Dengan adanya aktivitas konsumen, perusahaan dapat mengetahui kegiatan apa saja yang dapat dilakukan oleh pasar sasarannya, sehingga mempermudah perusahaan untuk menciptakan strategi-strategi dari informasi yang didapatkan tersebut. Interest adalah tindakan kegairahan yang menyertai perhatian khusus maupun terus menerus, minat atau ketertarikan setiap manusia berbeda-beda, adakalanya manusia tertarik pada makanan, tertarik pada mode pakaian, dan sebagainya, minat merupakan faktor pribadi konsumen dalam mempengaruhi proses pengambilan keputusan sehingga setiap perusahaan dituntut untuk selalu memahami minat dan hasrat para pelanggannya. Opinion adalah jawaban lisan atau tertulis yang orang berikan sebagai respon terhadap situasi. 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.

terdapat tiga indikator gaya hidup yaitu: 1) Activity, 2) Interest, 3) Opinion.

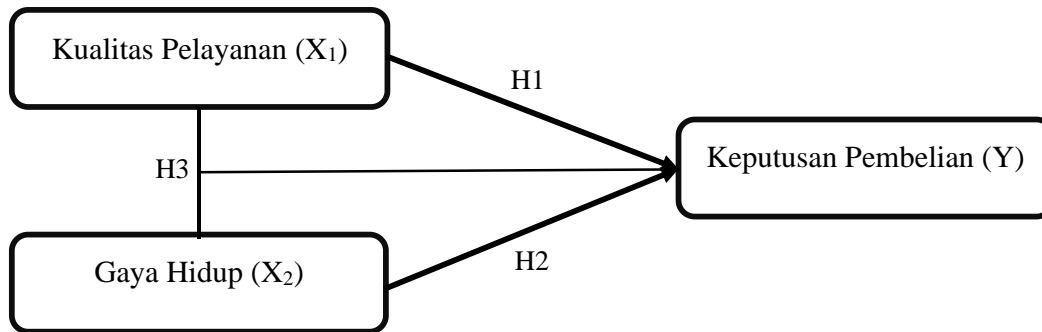
### **Keputusan Pembelian**

Kotler (2009:204), keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk, dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk yang sudah dikenal oleh masyarakat Sebelum konsumen memutuskan untuk membeli.

Amirullah (2002) keputusan pembelian adalah suatu kondisi dimana konsumen melakukan penilaian terhadap berbagai alternatif pilihan dan memilih salah satu atau lebih alternatif yang diperlukan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Dalam mengambil sebuah keputusan, konsumen juga memerlukan pertimbangan-pertimbangan dalam memilih sebuah produk yang diinginkan agar mendapatkan hasil yang memuaskan.

Terdapat lima indikator dalam proses keputusan pembelian yaitu: 1. Pengenalan masalah, 2. Pencarian informasi, 3. Evaluasi alternatif, 4. Keputusan pembelian, 5. Perilaku pasca pembelian.

### **Kerangka Pemikiran**



### Hipotesis

Hipotesis yang dapat diambil dari penelitian ini, yaitu:

H1: Kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Glori-A House Kawangkoan.

H2: Gaya hidup berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Glori-A House Kawangkoan.

H3: Kualitas Pelayanan dan gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Glori-A House Kawangkoan.

### Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif deskriptif. Lokasi penelitian bertempat di Glori-A House Kawangkoan, waktu penelitian dari bulan desember 2022. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh konsumen Glori-A House Kawangkoan yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti, untuk itu dalam penentuan jumlah sampel menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu *insidental sampling*, dengan menggunakan rumus roscoe sehingga diperoleh 50 responden untuk dijadikan sampel dari penelitian ini. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner dan diukur dengan menggunakan skala likert. Uji instrumen yang dilakukan yaitu uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolinearitas. Dan teknik analisis data yang digunakan yaitu koefisien korelasi berganda, regresi linear berganda, koefisien determinasi dan uji hipotesis yang terdiri dari uji t dan uji f.

## Hasil Penelitian

### Uji Validitas

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data yang dilakukan diketahui bahwa seluruh pernyataan untuk variabel kualitas pelayanan memiliki nilai rata-rata sebesar 0.742 dan variabel gaya hidup memiliki nilai rata-rata sebesar 0.762 sedangkan untuk variabel keputusan pembelian memiliki nilai rata-rata sebesar 0.721. Berdasarkan hasil tersebut maka variabel kualitas pelayanan dan gaya hidup terhadap variabel keputusan pembelian dinyatakan valid karena nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Dan untuk nilai  $r_{tabel}$  dalam penelitian ini sebesar 0.279.

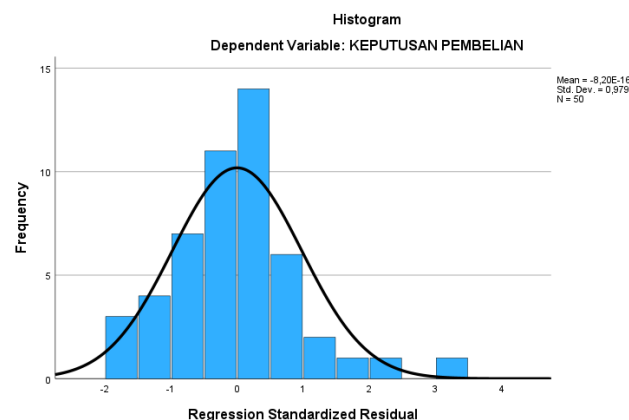
### Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Jumlah Item Pernyataan	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0.896	10	Reliebel
Gaya Hidup	0.883	6	Reliebel
Keputusan Pembelian	0,871	10	Reliebel

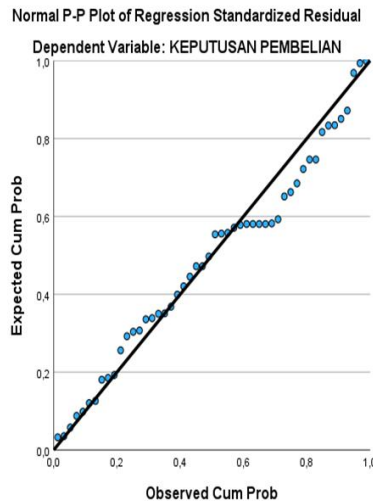
Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa hasil Cronbach's Alpha variabel Kualitas Pelayanan (X1) adalah 0.892, hasil Cronbach's Alpha variabel Gaya Hidup (X2) adalah 0.883, dan hasil Cronbach's Alpha variabel Keputusan Pembelian (Y) adalah 0.871. Melihat hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai Cronbach's Alpha variabel Kualitas Pelayanan (X1), Gaya Hidup (X2), Keputusan Pembelian (Y)  $\geq 0.70$  dan dinyatakan reliabel.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

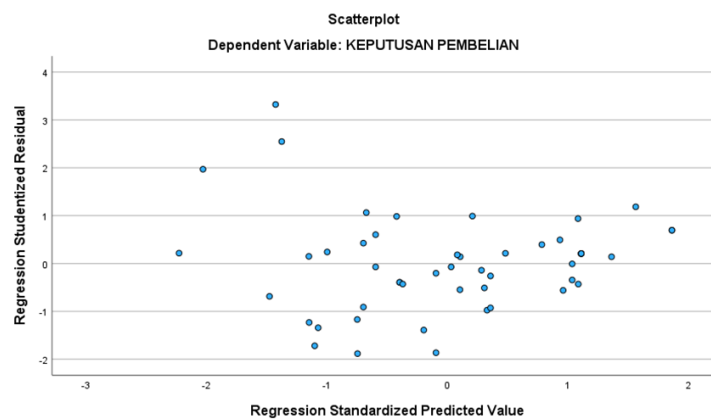


Berdasarkan gambar di atas, terlihat pada gambar histogram bahwa pola distribusi mendekati normal, karena data mengikuti arah garis grafik histogramnya, sehingga dapat diketahui bahwa uji normalitas terpenuhi.



Berdasarkan gambar di atas, terlihat pada gambar grafik normal P-Plot bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal, dimana data tersebar mengikuti arah garis diagonal, sehingga dapat diketahui bahwa pada grafik normal P-Plot, uji normalitas terpenuhi.

### Uji Heteroskedastisitas



Pada gambar di atas, menunjukkan diagram pencar pada model regresi linear berganda tidak terdapat heteroskedastisitas. Gambar di atas memperlihatkan titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk pola yang teratur, serta tersebar di segala arah, baik di atas maupun di bawah angka 0.



Dengan demikian maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, hingga model regresi yang baik dan ideal dapat terpenuhi.

### Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1(Constant)		
Kualitas Pelayanan	,395	2,535
Gaya Hidup	,395	2,535

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa untuk variabel bebas tidak terjadi multikolinieritas. Hal ini ditunjukkan dari nilai VIF dari semua variabel bebas, yaitu variabel kualitas pelayanan sebesar 2,535 dan variabel gaya hidup sebesar 2,535, dimana nilainya VIF kedua variabel tersebut di bawah 10. Selain itu, juga ditunjukkan nilai Tolerance dari semua variabel bebas nilainya  $> 0,1$ .

### Koefisien Korelasi Berganda

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,849 <sup>a</sup>	,721	,709	3,041

Koefisien Korelasi Berganda Koefisien korelasi berganda merupakan nilai yang menunjukkan adanya hubungan antara dua variabel atau lebih dan seberapa besar hubungan variabel variabel tersebut Berdasarkan tabel di atas, nilai koefisien korelasi (R) penelitian ini adalah sebesar 0,849. Berdasarkan interpretasi besarnya nilai koefisien 0,849 berada diantara 0,7 - 0,9 maka variabel Kualitas Pelayanan dan Gaya Hidup memiliki hubungan keeratan yang kuat terhadap variabel keputusan pembelian.

### Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized B	Std. Error	Standardize Beta	t	Sig.
1 (Constant)	11,946	3,075		3,885	<,001
Kualitas Pelayanan	,359	,120	,368	3,001	,004

---

Gaya Hidup	,602	,139	,531	4,330<,001
------------	------	------	------	------------

---

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa nilai konstanta a sebesar 11,946, koefisien regresi b1 sebesar 0,359, koefisien regresi b2 sebesar 0,602, dan koefisien regresi (a, b1, b2,) dimasukkan dalam persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Sehingga persamaan regresinya menjadi :

$$Y = 11,946 + 0,359X_1 + 0,602X_2$$

Dari persamaan regresi berganda tersebut, dapat dilihat sebagai berikut:

1. Nilai konstanta (a)

Nilai konstanta sebesar 11,946 berarti jika kemudahan transaksi (X1) dan nilai produk (X2) nilainya 0 atau konstan, maka keputusan pembelian (Y) nilainya sebesar 11,946.

2. Kualitas Pelayanan

Nilai koefisien regresi dari variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,359 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan pada variabel Kualitas Pelayanan, maka akan menyebabkan peningkatan pada variabel keputusan pembelian sebesar 0,359. Dan sebaliknya, jika variabel Kualitas Pelayanan berkurang 1 satuan, maka akan menyebabkan penurunan pada variabel keputusan pembelian sebesar 0,359, Arah hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan keputusan pembelian adalah searah (+), di mana jika terdapat kenaikan nilai Kualitas Pelayanan akan mengakibatkan peningkatan terhadap nilai keputusan pembelian, begitu pula sebaliknya.

3. Gaya Hidup

Nilai koefisien regresi dari variabel Gaya Hidup sebesar 0,602 menyatakan setiap penambahan 1 satuan pada variabel Gaya Hidup, maka menyebabkan peningkatan pada variabel keputusan pembelian sebesar 0,602. sebaliknya, jika variabel Gaya Hidup berkurang 1 satuan, maka menyebabkan penurunan pada variabel keputusan pembelian sebesar 0,602, Arah hubungan Gaya Hidup dengan keputusan pembelian adalah searah (+), jika terdapat kenaikan nilai kemudahan transaksi akan mengakibatkan peningkatan terhadap nilai keputusan pembelian, begitu sebaliknya.

## Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,849 <sup>a</sup>	,721	,709	3,041

Nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0.709 atau sebesar 70,9% hal ini berarti bahwa keputusan pembelian produk di Glori-A House dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan (X1) dan variabel gaya hidup (X2). Sedangkan untuk 29.1% keputusan pembelian produk di Glori-A House dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## Uji Hipotesis

### Uji T

Model		Unstandardized		Standardize	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11,946	3,075		3,885	<,001
	Kualitas Pelayanan	,359	,120	,368	3,001	,004
	Gaya Hidup	,602	,139	,531	4,330	<,001

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa :

1. Nilai signifikansi dari variabel kualitas pelayanan (X1) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) adalah 0.004, yang berarti Sig.  $0.004 < 0.05$  dan nilai thitung 3.001 yang juga berarti thitung (3.001) > ttabel (2.011). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

2. Nilai signifikansi dari variabel Gaya Hidup (X2) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) adalah 0.001, yang berarti Sig.  $0.001 < 0.05$  dan nilai thitung 4.330 yang juga berarti thitung (4.330) > ttabel (2.011). Dengan demikian dapat di simpulan bahwa H2 di terima yang berarti terdapat pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian.

### Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1124,307	2	562,154	60,807	<,001 <sup>b</sup>
	Residual	434,513	47	9,245		
	Total	1558,820	49			

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian adalah 0.001 yang berarti nilai Sig.  $0.001 < 0.05$  dan nilai  $F_{hitung} = 60.807$  yang juga berarti  $F_{hitung} (60.807) > F_{tabel} (3.19)$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti kualitas pelayanan dan gaya hidup berpengaruh secara simulat terhadap keputusan pembelian di Glori-A House.

## **Pembahasan**

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan hasil pengujian dalam penillitian ini memperoleh hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian di Glori-A House Kawangkoan. Maka dapat disimpulkan bahwa Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka akan semakin meningkat keputusan pembelian. Dari hasil penelitian yang dilakukan melalui uji koefisien korelasi berganda memperoleh hasil yang menyatakan kualitas pelayanan dan keputusan pembelian memiliki korelasi yang sangat kuat. Dan untuk analisis regresi linear berganda memiliki hubungan kausal antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji koefisien determinasi (adjusted R square) berpengaruh antara kualitas pelayanan dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian dan hasil dari uji t menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dan hasil dari uji F berpengaruh secara simultan. Berdasarkan nilai-nilai yang ada dapat diperoleh hasil yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan pembelian, yang berarti bahwa kualitas pelayanan dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

### **Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan hasil pengujian dalam penillitian ini memperoleh hasil bahwa gaya hidup berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian di Glori-A House Kawangkoan. Maka dapat disimpulkan bahwa Semakin tinggi gaya hidup yang dimiliki konsumen maka akan semakin meningkat keputusan pembelian. Dari hasil penelitian yang dilakukan melalui uji koefisien korelasi berganda memperoleh hasil yang menyatakan gaya hidup dan keputusan pembelian memiliki korelasi yang sangat kuat. Dan untuk analisis regresi linear berganda memiliki hubungan

kausal antara gaya hidup terhadap keputusan pembelian. Hasil uji koefisien determinasi berpengaruh antara kualitas pelayanan dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian dan hasil dari uji t menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara parsial antara gaya hidup terhadap keputusan pembelian dan hasil dari uji F berpengaruh secara simultan. Berdasarkan nilai-nilai yang ada dapat diperoleh hasil yang menyatakan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan pembelian, yang berarti bahwa gaya hidup dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan hasil pengujian dalam penillitian ini memperoleh hasil bahwa kualitas pelayanan dan gaya hidup berpengaruh secara simulat terhadap keputusan pembelian di Glori-A House Kawangkoan. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan gaya hidup secara simulat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, yang berarti bahwa keputusan pembelian dan gaya hidup dapat mempengaruhi keputusan pembelian di Glori-A House Kawangkoan. Dari hasil penelitian yang dilakukan melalui uji koefisien korelasi berganda yang memperoleh hasil yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan gaya hidup memiliki korelasi yang sangat kuat terhadap keputusan pembelian. Dan untuk uji analisis regresi berganda memiliki hubungan kausal antara kualitas pelayanan dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian. Hasil uji koefisien determinasi berpengaruh antara kualitas pelayanan dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian dan hasil dari uji t menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian. Hasil dari uji F menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil yang diperoleh maka dapat dinyatakan bahwa kualitas pelayanan dan gaya hidup secara simulat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, yang berarti bahwa kualitas pelayanan dan gaya hidup dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Lomboan, Tampi, Mukuan (2020) dengan judul pengaruh gaya hidup dan harga terhadap keputusan pembelian produk pada starbuck manado town square. Hasil peneletiannya sejalan dengan penelitian yaitu gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini sejalan juga dengan penelitian dari Soromi, Pelleng, Kalangi (2019) dengan judul pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan transportasi online grabbike pada mahasiswa fakultas ilmu sosial dan ilmu politik universitas sam ratulangi. Hasil penelitian dari mereka sejalan dengan penelitian ini yaitu kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan.

Hasil penelitian ini sejalan juga dengan penelitian dari Wuysang. Tamengkel. Punuindoong. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa *Royal Wedding Organizer* Manado. Hasil penelitian mereka sejalan dengan penelitian yaitu kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Di Glori-A House Kawangkoan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian di Glori-A House Kawangkoan. Yang artinya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka akan semakin tinggi Keputusan Pembelian di Glori-A House Kawangkoan.
2. Gaya Hidup memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian di Glori-A House Kawangkoan. Yang artinya semakin tinggi gaya hidup yang dimiliki konsumen maka akan semakin tinggi keputusan pembelian di Glori-A House Kawangkoan.
3. Kualitas Pelayanan dan Gaya Hidup memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian di Glori-A House Kawangkoan. Yang artinya Semakin Baik Kualitas Pelayanan yang diberikan Glori-A House Kawangkoan dan semakin tinggi gaya hidup yang dimiliki oleh konsumen maka akan semakin tinggi Keputusan Pembelian di Glori-A House Kawangkoan.

### **Referensi**

- Aryani, D. 2010. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*.
- Kotler, P & Lan, K. K. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 jilid 2. Alih bahasa Benyamin Molan. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P & Gary, A. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

- Lomboan, R. Tampi, J. R. E. Mukuan, D. D. S. 2020. Pengaruh Gaya Hidup dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Starbucks Manado Town Square. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/29722>.
- Nugroho, S. 2003. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Schiffman, L. G. dan Kanuk, L. L. 2014. *Perilaku konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks.
- Sutisna. 2005. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Soromi, Pelleng, Kalangi. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Transportasi Online Grabbike pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sam Ratulangi. *Productivity* Vol. 3 No. 4, 2022.
- Tjiptono, F. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi III. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. dan Chandra, G. 2010. *Pemasaran Strategi*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. dan Chandra, G. 2012. *Pemasaran Strategi*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi.
- Wuysang. Tamengkel. Punuindoong. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa *Royal Wedding Organizer* Manado. *Productivity* Vol. 3 No. 4, 2022.