

**PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN LIFESTYLE TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MERCHANDISE ANIME PADA MAHASISWA
UNIVERSITAS SAM RATULANGI**

**Denisa Diman
Tinneke Tumbel
Olivia Walangitan**

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Jurusan Ilmu Administrasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sam Ratulangi Manado
E-mail : denisadiman19@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to determine The Influence of Product Diversity and Lifestyle on the Decision to Purchase Anime Merchandise among Sam Ratulangi University Students. Data collection was carried out using questionnaires. This research uses a purposive sampling technique, this research takes a sample of 50 respondents from consumers who have purchased anime merchandise at Shopee. The variables used in this research are product diversity (X1), Lifestyle (X2) and Purchase Decision (Y). This research uses descriptive statistical analysis techniques which include validity testing, reliability testing, classical assumption testing, hypothesis testing and multiple linear analysis using the SPSS 23 for Windows program. The results of this research show that all variables are valid and reliable, there is no multicollinearity, and there is no heteroscedasticity and the variable model meets the assumption of normality, product diversity has no partial influence on purchasing decisions and lifestyle has a partial influence on purchasing decisions but product diversity and lifestyle have an influence. simultaneously significant to purchasing decisions.

Keywords: Product Diversity, Lifestyle, Purchase Decisions

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari keragaman produk dan lifestyle berpengaruh terhadap keputusan pembelian merchandise anime pada mahasiswa universitas Sam Ratulangi. Pengumpulan data dilakukan dengan koesioner. Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, penelitian ini mengambil sampel sebanyak 50 responden pada konsumen yang pernah membeli merchandise anime di shopee. Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah keragaman produk (X1), Lifestyle (X2) dan Keputusan Pembelian (Y). penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif statistik yang meliputi uji validitas, uji realibilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis dan analisis linier berganda dengan menggunakan bantuan program SPSS 23 for Windows. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel valid dan reliabel, tidak terdapat terdapat multikolinearitas, dan tidak terjadi heteroskedastisitas dan model variabel memenuhi asumsi normalitas, keragaman produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian dan lifestyle berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian namun keragaman produk dan lifestyle berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian

Kata Kunci: Keragaman Produk, Lifestyle, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Pada Tahun 2020 adanya pandemi Covid-19, sehingga banyak orang mencari hiburan salah satunya dengan menonton anime atau drama Korea. Anime merupakan istilah untuk menyebut film animasi atau kartun dari Jepang. Asal kata anime yaitu “animation” dalam bahasa Jepang disebut “animeshon” yang disingkat menjadi anime. Istilah anime sendiri dipakai untuk membedakan film kartun buatan Jepang dengan yang lain. Banyak individu penggemar anime yang mengidentifikasi

dirinya menjadi “weaboo” atau yang sering disebut wibu (istilah dari Jepang untuk menjuluki seseorang yang fanatik terhadap anime dan hal yang berbau Jepang lainnya). Sama halnya dengan para penggemar Kpop Fans anime rela membelanjakan uangnya untuk mengoleksi merchandise yang berasal dari anime maupun karakter yang difavoritkan.

Kotler (2002) lifestyle merupakan pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya. Selain itu, lifestyle konsumen juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian merchandise anime. Lifestyle konsumen yang mengidentifikasi diri mereka sebagai penggemar anime akan lebih cenderung membeli merchandise anime untuk menunjukkan dukungan dan kecintaan mereka terhadap serial atau karakter anime tertentu.

Berdasarkan hal penelitian sebelumnya yang dilakukan di Freak UNI Peneliti ingin mengetahui bagaimana anime berpengaruh terhadap gaya hidup mahasiswa di universitas Sam Ratulangi Manado. Di era digital saat ini, popularitas anime terus meningkat dan menjadi bagian penting dalam budaya populer. Anime tidak hanya menjadi fenomena di Jepang, tetapi juga mendapatkan penggemar yang luas di berbagai belahan dunia. Seiring dengan meningkatnya minat terhadap anime, permintaan akan merchandise anime juga meningkat. Salah satu platform e-commerce yang populer di Indonesia adalah Shopee, yang menyediakan beragam merchandise anime. Keputusan pembelian merchandise anime di Shopee dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu, termasuk keragaman produk dan lifestyle konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keragaman produk dan lifestyle terhadap keputusan pembelian merchandise anime pada mahasiswa universitas Sam Ratulangi. Namun, meskipun keragaman produk dan lifestyle konsumen dianggap berpengaruh, belum banyak penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruhnya terhadap keputusan pembelian merchandise anime di Shopee. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengisi kesenjangan pengetahuan ini dan memberikan wawasan yang lebih baik tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian merchandise anime pada mahasiswa universitas Sam Ratulangi, saat ini banyak online Shop yang menjual produk bertema anime salah satunya adalah shopee.

TINJAUAN PUSTAKA

Keragaman Produk

Pengertian keragaman produk menurut Utami (2010: 209) adalah kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas, dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko. Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa keragaman produk adalah macam-macam produk dalam artian kelengkapan produk mulai dari merek, ukuran, dan kualitas serta ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko. (Huang ddk. 2018) Indikator dari keragaman produk dapat dilihat dari beberapa faktor berikut:

1. Jumlah Produk: Indikator ini menunjukkan seberapa banyak variasi produk yang ada dalam suatu kategori.
2. Varian Produk: Ini berkaitan dengan variasi dalam atribut produk, seperti bentuk, ukuran, warna, fitur, dan lain-lain.
3. Segmentasi Pasar: Keragaman produk juga bisa dilihat dari sejauh mana suatu perusahaan menghadirkan produk yang ditujukan untuk berbagai segmen pasar.
4. Inovasi Produk: Indikator ini melibatkan kemampuan perusahaan dalam menciptakan produk baru dengan fitur dan fungsi yang inovatif.
5. Portofolio Produk: Ini mencakup keragaman produk yang ada dalam portofolio perusahaan.

Lifestyle

Menurut Kotler dan Keller (2016:186) gaya hidup merupakan pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam bentuk aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup juga memberikan menggambarkan keseluruhan dari diri seseorang dalam berinteraksi pada lingkungannya. Menurut Puranda dan Madiawati (2017:28), indikator gaya hidup terdiri dari 3 (tiga) faktor, yaitu :

1. Aktivitas (Activities) yaitu hobi, bekerja, hiburan, peristiwa sosial, liburan, komunitas, keanggotaan klub, olahraga, dan belanja.
2. Minat (Interest) faktor pribadi yang mempengaruhi proses seseorang dalam pengambilan keputusan.
3. Pendapat (Opinion) yaitu muncul dari diri sendiri keadaan seperti: politik, bisnis, masalah sosial, pendidikan, ekonomi, produk, masa depan, dan budaya.

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah suatu alasan yang mendorong bagaimana konsumen untuk melakukan pilihan terhadap pembelian suatu produk sesuai yang dibutuhkan. Menurut Tjiptono (2016:22) perilaku konsumen merupakan tindakan-tindakan yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan-tindakan tersebut. Konsumen harus melalui seluruh urutan tahap ketika membeli produk. Khususnya karena dalam model ini menampung seluruh pertimbangan yang muncul ketika konsumen menghadapi pembelian baru dengan keterlibatan yang lebih tinggi. Sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk, seorang konsumen pada dasarnya melakukan proses pengambilan keputusan terlebih dahulu.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Lokasi penelitian di lakukan pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi Manado. Penelitian ini menggunakan 50 responden untuk dijadikan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan skala likert dengan cara mengisi koesioner yang di bagikan. Dalam penentuan sampel penelitian ini menggunakan Purposive Sampling, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, berdasarkan karakteristik atau ciri yang dimiliki sampel, dengan tujuan agar diperoleh sampel yang representatif sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Untuk menjawab rumusan masalah, penelitian ini menggunakan Analisi Regresi Linear berganda, dan Uji Hipotesis yakni Uji T (parsial) dan Uji F (Simultan)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Koefisien Determinasi R²

Tabel 1. Koefisien Determinasi

| Model | R | R Square | Model Summary | |
|-------|------|----------|-------------------|----------------------------|
| | | | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .832 | .692 | .697 | 1,980 |

Berdasarkan hasil analisis determinasi diperoleh koefisien determinasi yaitu R² (R Square) sebesar 0,692 atau 69,2%. Sehingga dapat disimpulkan persentase pengaruh variabel bebas keragaman produk(X1) dan lifestyle(X2) terhadap keputusan pembelian merchandise anime di shopee sebesar 69,2% sedangkan 30.8% dipengaruhi variabel – variabel lain diluar model penelitian. Sehingga dapat dinyatakan variabel bebas keragaman produk(X1) dan lifestyle (X2) memiliki pengaruh yang kuat terhadap keputusan pembelian merchandise anime di shopee (Y).

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 2. Regresi Linear Berganda

| Variabel | Koefisien Regresi (β) | t Hitung | Signifikansi |
|-----------------------|-----------------------|----------|--------------|
| Konstanta | 3,941 | 1,887 | .065 |
| Keragaman Produk (X1) | -.208 | -1.970 | .055 |
| Lifestyle (X2) | 1,233 | 10,171 | .000 |

Hasil analisis regresi linier berganda di atas diperoleh persamaan regresi yaitu: $Y = 3941 - 208X1 + 1.233X2$. Persamaan regresi linear berganda ini diinterpretasikan, sebagai berikut:

1. Bilangan konstanta mempunyai nilai sebesar 3.941 menunjukkan besarnya pengaruh seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Apabila variabel bebas = 0 maka, nilai keputusan pembelian sebesar 3.941

2. Koefisien regresi variabel keragaman produk (X1) sebesar -0,208 artinya jika keragaman produk mengalami kenaikan dalam suatu kesatuan maka keputusan pembelian konsumen dalam pembelian merchandise anime (Y) akan mengalami penurunan sebesar -0,208 dengan asumsi variabel independen bernilai tetap.
3. Koefisien regresi variabel Lifestyle (X2) sebesar 1.233 artinya jika variabel Lifestyle mengalami kenaikan suatu kesatuan maka keputusan konsumen dalam pembelian merchandise anime di shopee (Y) akan meningkat sebesar 1.233 dengan asumsi variabel independen lainnya bernilai tetap.

Dari tabel 2, hasil uji t parsial variabel keragaman produk menunjukkan nilai t hitung $-1.970 < t$ tabel 2.011 dan nilai signifikan sebesar $0.055 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya keragaman produk (X1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian(Y). Untuk variabel lifestyle, t hitung adalah 10.171 yang berarti $> t$ tabel 2.011, signifikan sebesar 0.000 yaitu < 0.05 dengan artian H_0 ditolak dan H_b diterima maka lifestyle (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian(Y).

Tabel 3. Uji F

| ANOVA | | | | | | |
|------------------|-------------------|----------------|----|-------------|--------|-------|
| | Model | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig |
| 1 | <i>Regression</i> | 414.012 | 2 | 207.006 | | .000b |
| Keragaman Produk | <i>Residual</i> | 184.168 | 47 | 3.918 | 52.828 | |
| Lifestyle | Total | 598.180 | 49 | | | |

Berdasarkan hasil uji diperoleh nilai f hitung sebesar 52,828 dengan nilai signifikansi 0,000 karena nilai f hitung sebesar $52,828 > f$ tabel 2,80 dan nilai signifikan $0,00 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa keragaman produk dan lifestyle memiliki pengaruh simultan terhadap keputusan pembelian.

Pembahasan

Dari hasil penelitian pada mahasiswa universitas Manado yang menyukai anime dan berbelanja aktif di shopee di dapatkan hasil dari penelitian ini bahwa keragaman produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian merchandise anime di shopee. Sedangkan Lifestyle berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian merchandise anime di shopee. Selain itu, keragaman produk dan lifestyle secara bersama-sama secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian merchandise anime di shopee

Berdasarkan proses penelitian yang telah dilakukan, peneliti menemukan aspek lain yang berhubungan dengan penelitian ini, diantaranya yaitu meskipun merchandise anime di shopee memiliki beragam produk, tidak berpengaruh secara signifikan di mana hal ini sesuai dengan hasil penelitian di lapangan.

SIMPULAN

1. Keberagaman produk tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian merchandise anime di Shopee
2. *Lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian merchandise anime di Shopee
3. Keberagaman produk dan *Lifestyle* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian merchandise anime di Shopee

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Korowa, E., Sumayku, S., & Asaloei, S. (2018). Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Konsumen (Studi Kasus Freshmart Bahu Manado). JURNAL ADMINISTRASI BISNIS, 6(003).

- Lomboan, R., Tampi, J. R. E., & Mukuan, D. D. S. (2020). Gaya Hidup dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Starbucks Manado Town Square. From *Productivity*, 1(3), 256–260. Retrieved from <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/productivity/article/view/29722>
- Kojongian, A. S. C., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. C. (2022). Pengaruh Variasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Careofyou.id pada Media Sosial Instagram. *Productivity*, 3(2), 157–161.
- Timpaulu, R. J. Y., Tampi, J. R. E., & Mukuan, D. D. S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Di Glori-A House Kawangkoan. *Productivity*, 4(2), 164–178.