

# PERAN GAYA HIDUP BESERTA KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK *NUTRITION SHAKE* HERBALIFE DI SINGARAJA

N.M.S. Parwati<sup>1</sup>, R. Atidira<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja  
e-mail: niluh@undiksha.ac.id, rahutama.atidira@undiksha.ac.id

## Abstrak

Pengujian ini memiliki capain guna membuktikan peran gaya hidup beserta kualitas produk pada keputusan pembelian pada produk *nutrition shake* herbalife di singaraja. Rancangan pengujian yang dipergunakan ialah pengujian kuantitatif kausal. Sampel yang dipergunakan pada pengujian ini ialah 100 responden pelanggan yang sudah pernah mengonsumsi beserta melakukan pembelian secara langsung maupun sedang mengonsumsi produk *nutrition shake* herbalife di Singaraja dengan memakai sistem *purposive sampling*. Instrumen yang dipergunakan pada pengujian ini ialah angket beserta di uji dengan analisa regresi linier berganda. Temuan dari pengujian ini memperlihatkan (1) gaya hidup mempunyai peran positif beserta substansial terhadap keputusan pembelian pada produk *nutrition shake* herbalife (2) kualitas produk mempunyai peran positif beserta substansial terhadap keputusan pembelian pada produk *nutrition shake* herbalife (3) gaya hidup beserta kualitas produk mempunyai peran substansial terhadap keputusan pembelian pada produk *nutrition shake* herbalife.

**Kata kunci** : gaya hidup, kualitas produk, keputusan pembelian

## Abstract

*This study aims to examine the influence of lifestyle and product quality on purchasing decisions on herbalife nutrition shake products in Singaraja. The research design used is causal quantitative research. The sample used in this study were 100 consumer respondents who had consumed and bought directly or were consuming herbalife nutrition shake products in Singaraja using a purposive sampling technique. The instrument used in this study was a questionnaire and tested by multiple linear regression analysis. The results of this study show (1) lifestyle has a positive and significant effect on purchasing decisions on herbalife nutrition shake products (2) products quality has a positive and significant effect on purchasing decisions on herbalife nutrition shake products (3) lifestyle and product quality have a significant effect on purchasing decisions on herbalife nutrition shake products.*

**Keywords** : lifestyle, product quality, purchase decision

## 1. Pendahuluan

Upaya menjaga kesehatan ialah perihal terpenting bagi tiap manusia dikarenakan bisa menunjang beserta mendukung kegiatan yang dilaksanakan. Kesehatan bisa diartikan sebagai kekuatan daya imun tubuh tiap individu. Segala sistem dilaksanakan agar memperoleh kesehatan yang optimal. Pola makan beserta minum ialah satu diantara unsur yang diperhatikan pada upaya menyeimbangkan kesehatan pada tubuh. Maka, bila individu memperhatikan kandungan gizi dari makanan yang akan dikonsumsi jadi itu bisa menjaga sistem kekebalan tubuh tiap individu (Ughude,dkk, 2021). Produk yang mengandung nutrisi beserta gizi bisa ditemukan pada segala bentuk. Salah satunya yakni berbentuk bubuk. *Nutrition shake* herbalife ialah produk minuman herbal yang terbuat dari bahan alami berbentuk bubuk dengan kandungan protein, karbohidrat, serat, vitamin, beserta mineral yang membantu menumbuhkan asupan nutrisi seimbang beserta sebagai makanan pengganti yang sehat untuk membantu tahap pengolahan berat badan (menurunkan/menjaga/menaikan). *Nutrition shake* herbalife bisa dikonsumsi dari segala kalangan mulai dari anak muda, orang tua, ibu hamil, ibu menyusui, orang sakit, maupun sehat. Maka itu, tidak sedikit individu memutuskan untuk menetapkan produk *nutrition shake* herbalife sebagai nutrisi kesehatan.

Keputusan pembelian ialah bisa dianggap sebagai sebuah temuan maupun keluaran dari tahap mental maupun kongnitif yang membawa pada pemilihan sebuah arah tindakan diantara beberapa cadangan yang tersedia. Tiap tahap penarikan putusan selalu menghasilkan satu pilihan final. Keluarnya bisa menyerupai sebuah tindakan (aksi) maupun sebuah pendapat pada pilihan. Keputusan pembelian ada beberapa tahap yakni pengenalan permasalahan, pencarian informasi, penilaian alternatif, keputusan pembelian, sikap sesudah pembelian. (Firmansyah, 2018). Keputusan pembelian bisa diartikan sebagai sebuah tindakan yang diambil pelanggan pada usaha melengkapi kebutuhannya, dengan sistem melaksanakan pembelian produk maupun jasa. Keputusan pembelian ialah tahap dalam pemecahan permasalahan untuk melengkapi keperluan pembeli (Sangadji beserta Sopiah, 2013). Penarikan putusan pembelian produk diberinya peran oleh budaya, unsure sosial, diri sendiri beserta psikologis (Kotler beserta Keller, 2012:173 pada Saputri, 2016). Keputusan pembelian sebuah produk akan mempunyai peran pada pola sikap selanjutnya. Keputusan pembelian bisa diberinya peran oleh segala faktor. Suryaningtyas (2022) memaparkan gaya hidup mempunyai peran positif pada keputusan pembelian. Laily (2021) memaparkan kualitas produk beserta harga mempunyai peran positif pada keputusan pembelian. Ardiatama (2020) memaparkan keputusan pembelian diperani oleh kualitas produk .

Berlandaskan pengujian terdahulu terkait dengan peran positif variabel-variabel gaya hidup beserta kualitas produk pada keputusan pembelian membuktikan bahwasanya variabel itu mempunyai peran penting pada sebuah emitem. Emitem yang mengedepankan gaya hidup beserta kualitas produk ialah Herbalife. Herbalife ialah emitem produk nutrisi beserta kesehatan kulit global. Mark Hughes ialah pendiri dari produk ini yakni pada tahun 1980 beserta berkantor pusat di Los Angeles, California. Herbalife masuk di Indonesia pada periode 1998 beserta berkembang hingga saat ini. Sistem pemasaran yang dipergunakan herbalife ialah *Multi Level Marketing* (MLM) beserta dijalankan lewat *independent distributor*. *Multi Level Marketing* (MLM) ialah sebuah sistem penjualan yang menyalurkan barang maupun jasanya lewat jaringan oleh para *distributor*, yang mana arah distributor produk di perpendek dari produsen ke pelanggan yang menjadi pengguna terakhir. *Independent distributor* ialah sebutan bagi para pelanggan yang mendaftarkan diri kedalam keanggotaan PT Herbalife untuk memperoleh diskon 25% dari harga ritel. *Independent distributor* pula bisa meningkatkan hak diskonya yang ingin di dapatkan mulai dari diskon 35% hingga 50%. Herbalife menyediakan segala produk misalnya *skincare*, minuman, teh, hingga wadah minuman.

Berlandaskan data penjualan produk herbalife di Kota Singaraja sejak awal September 2022 hingga akhir bulan November 2022 memperlihatkan bahwasanya terindikasi sedikit fluktuasi penjualan yang didapat oleh herbalife pada kategori *shake*, yang maknanya keputusan pembelian oleh pelanggan herbalife cukup besar dibanding dengan kedua produk unggulan herbalife lainnya. Produk *shake* pula konsisten memperoleh tingkat penjualan pada angka 105 unit di bulan September beserta mengalami penurunan penjualan pada angka 94 unit dibulan Oktober namun produk *shake* bertemuan memperoleh peningkatan penjualan kembali pada angka 103 unit dibulan November. Terindikasinya kecenderungan fluktuasi penjualan produk herbalife di kota singaraja bisa disebabkan oleh peran tingkat keputusan pembelian pada berbelanja. Maka itu perlu guna melihat faktor-faktor pendukung keputusan pembelian produk *shake* herbalife di Singaraja.

Gaya hidup ialah satu diantara variabel yang memberi peran keputusan pembelian pelanggan. Kotler & Keller (2018) memaparkan bahwasanya gaya hidup ialah pola hidup individu yang terungkap pada kegiatan, kemauan beserta pendapatnya. Gaya hidup memperlihatkan keseluruhan diri individu yang berketerkaitan dengan lingkungannya. Gaya hidup lebih memperlihatkan sikap individu, yakni bagaimanakah ia hidup, memakai uangnya beserta mempergunakan waktu yang dimilikinya (Sumarwan, 2017). Berlandaskan temuan wawancara awal yang dilaksanakan pada pelanggan herbalife didapat bahwasanya keputusan pembelian pada produk *nutrition shake* herbalife ialah gaya hidup yang mana pelanggan ingin menurunkan berat badan beserta menerapkan pola hidup sehat. (Kuncoro, 2020) makin meningkat gaya hidup yang dilaksanakan oleh individu jadi akan makin tinggi

keputusan pembelian. Perihal ini searah dengan pengujian yang dilaksanakan oleh Pratiwi beserta Patrikha (2021) memaparkan bahwasanya gaya hidup mempunyai peran positif beserta substansial pada keputusan pembelian. Pengujian yang dilaksanakan oleh Izzani (2021) memaparkan bahwasanya gaya hidup mempunyai peran positif beserta substansial pada keputusan pembelian. Pengujian yang dilaksanakan oleh Fahira,dkk (2022) memaparkan bahwasanya gaya hidup mempunyai peran pada positif beserta substansial pada keputusan pembelian. Perihal yang serupa pula didapat oleh Ardista beserta Wulandari (2020) memaparkan bahwasanya gaya hidup mempunyai peran positif beserta substansial pada keputusan pembelian. Namun pengujian yang lainnya yang dilaksanakan oleh Astuti beserta Hasbi (2020) memaparkan bahwasanya gaya hidup mempunyai peran negative beserta tidak substansial pada keputusan pembelian.

Tingginya keputusan pembelian tidak hanya diberinya peran oleh gaya hidup. Kualitas produk bisa memberi peranjalannya keputusan pembelian. Kotler beserta Amstrong (2014) memaparkan bahwasanya kualitas produk ialah kapabilitas produk untuk memperlihatkan segala fungsi terkait di dalamnya ketahanan, kehandalan, ketepatan, beserta kemudahan pada pemakaian. Kotler beserta Keller (2016) memaparkan bahwasanya kualitas produk ialah totalitas fitur beserta karakteristik produk maupun jasa yang bergantung pada kapabilitasnya untuk memuaskan keperluan pelanggan yang ternyata maupun tersirat. Berlandaskan temuan wawancara awal yang dilaksanakan pada pelanggan herbalife didapat bahwasanya kualitas produk *nutrition shake* herbalife memiliki rasa yang enak, memiliki 4 Varian rasa, memberi kegunaan kesehatan misalnya menjaga kesehatan jantung, mengontrol beserta menurunkan berat badan, menurunkan kolesterol. Wahyuni beserta Joesyiana (2021) makin bagus kualitas sebuah produk jadi akan membuat pelanggan makin percaya pada menetapkan produk itu yang mana perihal itu akan memicu terindikasinya keputusan pembelian. Perihal ini searah dengan pengujian yang dilaksanakan oleh Sahara beserta Prakoso (2020) memaparkan bahwasanya kualitas produk mempunyai peran positif beserta substansial pada keputusan pembelian. Pengujian yang dilaksanakan oleh Rukmini (2019) memaparkan bahwasanya keputusan pembelian diperani oleh kualitas produk. Perihal yang serupa pula didapat oleh Claudya beserta Komariah (2021) memaparkan bahwasanya keputusan pembelian diperani oleh kualitas produk. Namun pengujian yang lainnya yang dilaksanakan Milano,dkk (2021) memaparkan bahwasanya kualitas produk mempunyai peran negatif pada keputusan pembelian. H2 :Adanya peran kualitas produk pada keputusan pembelian.

Sebagaimana yang telah dipaparkan sebelumnya, terkait dengan tujuan pengujian ini yakni melaksanakan pengujian pada peran substansial (1) gaya hidup pada keputusan pembelian. (2) kualitas produk pada keputusan pembelian. (3) gaya hidup beserta kualitas produk pada keputusan pembelian.

## 2. Metode

Jenis pengujian yang dipergunakan pada pengujian ini ialah pengujian kuantitatif kausal, dimana pengujian ini menguji hubungan sebab akibat antar dua atau lebih variabel. Pengujian ini memakai analisis regresi linier berganda guna melaksanakan pengujian pada peran gaya hidup beserta kualitas produk pada keputusan pembelian pada produk *nutrition shake* herbalife di Singaraja.

Variabel dalam pengujian ini yakni gaya hidup ( $X_1$ ) beserta Kualitas Produk ( $X_2$ ) yang menjadi variabel bebasnya, serta keputusan pembelian ( $Y$ ) yang menjadi variabel terikat. Subjek pada pengujian ini ialah pelanggan maupun yang sudah pernah mengonsumsi beserta melakukan pembelian *nutrition shake* herbalife di Kota Singaraja. Sementara objek pada pengujian ini ialah gaya hidup ( $X_1$ ), Kualitas Produk ( $X_2$ ) beserta keputusan pembelian ( $Y$ ). Populasi pada pengujian ini ialah pelanggan maupun yang sudah pernah mengonsumsi beserta melakukan pembelian *nutrition shake* herbalife di Kota Singaraja. Sampel dalam pengujian ini sejumlah 100 responden dimana penentuannya dengan *purposive sampling*. Kriteria sampel yang dipergunakan ialah pelanggan yang sudah pernah mengonsumsi beserta melakukan pembelian secara langsung maupun sedang mengonsumsi produk *nutrition shake* herbalife di Kota Singaraja beserta konsumen yang berumur di atas 17 tahun

sampai 60 tahun. Serta terkait dengan pengumpulan data memakai data memakai metode kuesioner yang selanjutnya dilaksanakan pengujian pada uji validitas beserta uji reliabilitas. Teknik analisis data yang dipergunakan ialah analisis regresi linier berganda yang mana pengelolaannya memakai SPSS.

Sebelum melaksanakan pengujian pada hipotesis, langkah yang harus dilaksanakan terlebih dahulu ialah uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, beserta uji heteroskedastitas. Uji normalitas memiliki capaian guna melaksanakan pengujian pada pengujian apakah desain regresi linier variabel dependennya beserta variabel independennya memiliki terdistribusi normal maupun tidaknya. Pada pengujian ini, untuk bisa melihat normalitas dilaksanakan dengan upaya melihat tersebarnya data pada garis diagonal beserta grafik. Bilamana data tersebar disekitar lajur diagonal beserta searah dengan arah lajur diagonal, jadi bisadiungkap desain regresi melengkapi makna normalitas. Setelah itu uji multikolinieritas memiliki capaian guna melihat apakah pada desain regresi adanya keterkaitan korelasi diantara variabel bebas. Desain regresi yang bagus seharusnya tidak terindikasi korelasi diantara variabel bebasnya. Bilamana pada desain regresi ada indikasi multikolinieritas, jadi desain regresi tidak bisa menaksir secara actual maka didapat simpulan yang salah terkait variabel yang diteliti (Ghozali 2013). Pada pengujian ini upaya guna melihat ada maupun tidaknya multikolinieritas di pada desain regresi ialah melihat dari angka *Variance Inflation Factor* (VIF). Jikalau angka *tolerance*  $\geq 0,10$  maupun  $VIF \leq 10$  maka tidak terindikasi multikolinieritas. Selanjutnya uji heteroskedastisitas memiliki capaian guna membuktikan apakah pada model regresi terindikasi ketidak sesuaian varians dari residual sebuah amatan keamanan yang lainnya. Untuk dapat melihat heteroskedastisitas dengan cara melihat grafik plot. Jikalau tersebarnya titik-titiknya tidak membuat bentuk berpola maka tidak terindikasi heteroskedastisitas.

Setelah melakukan uji asumsi klasik, selanjutnya akan dilakukan pengujian hipotesis, dimana dalam pengujian ini memakai analisis regresi linier berganda, sehingga untuk menguji hipotesis dalam pengujian ini memakai uji F (simultan) beserta uji t (parsial). Untuk uji f ini dilaksanakan guna melihat tingkat substansial peran variabel independen secara bersamaan pada variabel terikatnya. Dengan penerimaan asumsi bila  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka adanya peran substansial antara variabel bebas dengan variabel terikatnya. Uji t dilaksanakan guna melihat tingkat substansial peran tiap-tiap variabel independen secara parsial pada variabel terikatnya. Dengan penerimaan asumsi bila nilai t dengan probabilitas korelasi yakni sig-2 tailed taraf  $< 0,05$  substansial ( $\alpha$ ) sebesar  $0,05$  beserta  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka ada peran variabel bebas pada variabel terikat.

Selanjutnya yakni, dilakukan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dipergunakan untuk menilai sejauh mana peran variabel bebas pada variabel terikatnya. Koefisien determinasi bernilai 0 hingga 1.  $R^2$  yang bernilai kecil memperlihatkan kapabilitas variabel-variabel bebas dalam menjalankan variasi variabel terikat sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir keseluruhan informasi yang diperlukan sebagai prediksi pada variasi variabel terikatnya (Ghozali, 2011).

### 3. Hasil Beserta Pembahasan

Uji ini dipergunakan guna menilai sah maupun valid tidaknya sebuah variabel angket. Sebuah angket ternyata valid bilamana pernyataan pada angket bisa memaparkan sesuatu yang akan dinilai oleh angket itu (Ghozali, 2011:57). Syarat untuk memaparkan valid maupun tidaknya yakni bisa Nampak dengan memperbandingkan angka  $r_{hitung}$  dengan angka  $r_{tabel}$ . Bilamana angka  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (pada taraf substansial 5%) beserta berangka positif, jadi butir pernyataan itu ternyata valid. Namun, bilamana angka  $r_{hitung} < r_{tabel}$  jadi butir pernyataan ternyata tidak valid. Pengaturan data memakai bantuan sistem *Statistical sistem for Social Science* (SPSS). keseluruhan data dari pernyataan informan pada angket pengujian memperlihatkan bahwasanya temuan tes validitas ternyata valid dikarenakan temuan keseluruhan koefisien korelasi antar butir berangka positif beserta angka dari angka  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (pada taraf substansial 5%). Dengan demikian, keseluruhan butir pernyataan pada angket terkait gaya hidup, kualitas produk beserta keputusan pembelian ternyata valid.

Reliabilitas ialah alat guna menilai sebuah angket yang ialah faktor dari variabel maupun konstruk pengukuran reliabilitas bisa dilaksanakan dengan upaya *One Shot* maupun pengukuran sekali saja (Ghozali, 2011:47). Sebuah konstruk maupun variabel diungkap reliable bilamana memberi angka *croncbach alpha* > 0,60. Keseluruhan instrument memiliki angka Cronbach Alpha > 0,60. Maka bisa tersimpulkan bahwasanya instrument variabel gaya hidup, kualitas produk beserta keputusan pembelian ialah reliabel.

Uji asumsi klasik yang pertama uji normalitas. Uji normalitas memiliki capain guna melaksanakan pengujian pada pengujian apakah desain regresi linier variabel dependennya beserta variabel independennya memiliki terdistribusi normal maupun tidaknya. Cara mendeteksi residual berdistribusi normal atau tidak yakni dapat dilihat melalui analisis grafik normal probability plot (Normal P-Plot). Keputusan yang memberi pernyataan bahwasanya uji normalitas memenuhi syarat bilamana penyebaran data mengikuti lajur dari garis diagonal. Tetapi bila penyebarannya menjauhi garis maka dapat dinyatakan bahwasanya uji normalitasnya tidak terpenuhi. Dari hasil pengujian yang dilaksanakan, ditemukan hasil bahwa uji normalitasnya terpenuhi dikarenakan data tersebar mengikuti lajur garis diagonal.

Uji asumsi klasik yang kedua yakni uji multikolinearitas memperlihatkan bahwasanya angka *tolerance* dari kedua variabel independen ialah dengan besar 0,432 yang maknanya > 0,10 beserta angka VIF dari tiap-tiap variabel pada pengujian ini ialah 2,317 yang maknanya kurang dari 10. Jadi bisa tersimpulkan bahwasanya diantara kedua variabel yakni gaya hidup beserta kualitas produk tidak terindikasi indikasi multikolinearitas bahwasanya titik-titik yang ada pada grafik *scatter plot* itu tersebar dengan acak beserta bagus di seputaran nilai 0 pada garis Y, jadi bisa tersimpulkan bahwasanya tidak terindikasi heterokedastisitas.

Tabel 1. Ringkasan Hasil *Output* SPSS Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardize	T	Sig.
		B	Std. Error	d Coefficients Beta		
1	(Constant)	3.709	1.268		2.926	.004
	Gaya Hidup	.268	.087	.312	3.066	.003
	Kualitas Produk	.345	.072	.488	4.790	.000

Dari hasil uji regresi linier berganda pada Tabel 1 memperoleh hasil nilai konstanta sebesar 3.709. Nilai koefisien gaya hidup 0.268 beserta nilai koefisien kualitas produk 0.345. Persamaan regresi yakni sebagaiberikut.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon$$

$$Y = 3.709 + 0.268 X_1 + 0.345 X_2 + \epsilon$$

Konstanta memiliki angka dengan besar 3,709 maknanya bahwasanya bilamana gaya hidup ( $X_1$ ) beserta kualitas produk ( $X_2$ ) nilainya serupa dengan nol, jadi keputusan pembelian ( $Y$ ) dengan besar 3,709. Nilai koefisien gaya hidup ( $\beta_1$ ) memiliki angka dengan besar 0,268 maknanya gaya hidup ( $X_1$ ) mempunyai peran positif pada keputusan pembelian ( $Y$ ). Perihal ini memperlihatkan bahwasanya tiap naiknya gaya hidup jadi variabel keputusan pembelian meningkat dengan besar 0,268 maka menjadi 3,977 (3,709 + 0,268) dengan makna bahwasanya variabel independen yang lainnya tetap. Nilai koefisien kualitas produk ( $\beta_2$ ) dengan besar 0,345 maknanya kualitas produk ( $X_2$ ) mempunyai peran positif pada keputusan pembelian ( $Y$ ). Perihal ini memperlihatkan bahwasanya tiap naiknya kualitas produk, jadi variabel keputusan pembelian meningkat dengan besar 0,345 maka menjadi 4,054 (3,709 + 0,345) dengan makna bahwasanya variabel independen yang lainnya tetap.

Hipotesa pertama ( $H_1$ ) pada pengujian ini ialah ada peran gaya hidup pada keputusan pembelian. Berlandaskan temuan analisa regresi linier berganda di tabel 1 memperlihatkan bahwasanya angka substansial peran gaya hidup ( $X_1$ ) pada keputusan

pembelian (Y) ialah  $0,003 < 0,05$  beserta angka  $t_{hitung}$  positif yakni  $3.066 >$  angka  $t_{tabel}$  yakni  $1.984$  maka  $H_0$  ditolaknya beserta  $H_1$  diterimanya yang maknanya ada peran positif beserta substansial dengan individu gaya hidup pada keputusan pembelian pada produk *nutrition shake* herbalife di Singaraja. Temuan yang memperlihatkan  $t_{hitung}$  positif menyebabkan gaya hidup mempunyai peran positif pada keputusan pembelian. Hipotesa pertama yakni gaya hidup ( $X_1$ ) mempunyai peran positif beserta substansial pada keputusan pembelian (Y) ternyata diterima.

Hipotesis kedua ( $H_2$ ) pada pengujian ini ialah ada peran kualitas produk pada keputusan pembelian. Berlandaskan temuan analisa regresi linier berganda di tabel 1 memperlihatkan bahwasanya angka substansial peran kualitas produk ( $X_2$ ) pada keputusan pembelian (Y) ialah  $0,000 < 0,05$  beserta angka  $t_{hitung}$  positif yakni  $4.790 >$  angka  $t_{tabel}$  yakni  $1.984$  maka  $H_0$  ditolaknya beserta  $H_2$  diterimanya yang maknanya ada peran positif beserta substansial dengan individu kualitas produk pada keputusan pembelian pada produk *nutrition shake* herbalife di Singaraja. Temuan yang memperlihatkan  $t_{hitung}$  positif menyebabkan keputusan pembelian diperani oleh kualitas produk. Hipotesa kedua yakni kualitas produk ( $X_2$ ) mempunyai peran positif beserta substansial pada keputusan pembelian (Y) ternyata diterima.

Hipotesis ketiga ( $H_3$ ) pada pengujian ini ialah ada peran gaya hidup beserta kualitas produk pada keputusan pembelian produk *nutrition shake* herbalife di Singaraja. Berlandaskan temuan analisa regresi linier berganda memperlihatkan bahwasanya angka substansial peran gaya hidup ( $X_1$ ) beserta kualitas produk ( $X_2$ ) pada keputusan pembelian (Y) ialah  $0,000 < 0,05$  beserta angkadari  $F_{hitung}$  dengan besar  $63.127 >$  angka  $F_{tabel}$  dengan besar  $3,09$  Perihal itu memperlihatkan bahwasanya  $H_0$  ditolaknya beserta  $H_3$  diterimanya yang maknanya ada peran substansial dengan bersama dari gaya hidup beserta kualitas produk pada keputusan pembelian pada produk *nutrition shake* herbalife. Hipotesa ketiga ternyata diterima yang ialah gaya hidup ( $X_1$ ) beserta kualitas produk ( $X_2$ ) mempunyai peran substansial pada keputusan pembelian (Y). Pada data temuan pengujian di tabel 1 memperlihatkan bahwasanya besar sumbangan peran secara bersama-sama dari gaya hidup beserta kualitas produk pada keputusan pembelian ialah besarnya  $0,566$ . Temuan itu memperlihatkan bahwasanya  $56,6 \%$  keputusan pembelian diberinya peran oleh bahwasanya gaya hidup beserta kualitas produk. Sementara sisanya dengan besar  $43,4 \%$  diberinya peran oleh variabel lainnya yang tidak ada pada pengujian.

Temuan pengujian memperlihatkan bahwasanya gaya hidup mempunyai peran positif beserta substansial pada keputusan pembelian pada produk *nutrition shake* herbalife di Singaraja. Pengujian ini membuktikan bahwasanya makin meningkat gaya hidup yang dilaksanakan individu jadi akan makin besar keputusan pembelian perihal itu menjawab hipotesa yang telah dirumuskan sebelumnya beserta sama dengan temuan pengujian. Gaya hidup sangat erat kaitanya dengan memutuskan keputusan pembelian produk yang akan menunjang keperluan gaya hidupnya yang dipilih individu. Satu diantara produk nutrisi yang terkenal oleh masyarakat untuk menurunkan/menaikkan berat badan beserta menjaga kesehatan tubuh ialah *nutrition shake* herbalife. *Nutrition shake* herbalife ialah produk nutrisi yang mengendapkan gambar hidup sehat beserta menjaga/menurunkan/menaikkan berat badan yang mengandung tinggi protein, serat, vitamin, beserta mineral. Maka itu *nutrition shake* herbalife menjadi pilihan pelanggan yang ingin menjaga/menurunkan/menaikkan berat beserta menerapkan pola hidup sehat. Jadi dari itu makin meningkat gaya hidup yang dilaksanakan individu jadi akan makin besar keputusan pembelian. Perihal ini searah dengan pengujian yang dilaksanakan oleh Noor beserta Nurlinda (2021) memaparkan bahwasanya gaya hidup mempunyai peran secara positif beserta substansial pada keputusan pembelian. Izzani (2021) memaparkan bahwasanya gaya hidup mempunyai peran positif beserta substansial pada keputusan pembelian. Temuan pengujian yang dilaksanakan oleh Fahira,dkk (2022) memaparkan bahwasanya gaya hidup mempunyai peran pada positif beserta substansial pada keputusan pembelian.

Temuan pengujian memperlihatkan bahwasanya kualitas produk mempunyai peran positif beserta substansial pada keputusan pembelian pada produk *nutrition shake* herbalife di Singaraja. jadi dari itu makin besar kualitas produk jadi makin besar pula keputusan

pembelian beserta begitu pula sebaliknya makin rendah kualitas produk jadi makin rendah pula keputusan pembelian. Perihal itu menjawab hipotesa yang telah dirumuskan sebelumnya beserta sama dengan temuan pengujian.

Kualitas produk ialah perihal yang begitu diperhatikan oleh pelanggan pada memutuskan pembelian produk yang akan dibelinya. *Nutrition shake* herbalife disenangi banyaknya orang dikarenakan kualitas produk yang diperjual belikan sebanding dengan harga yangnya kelurkan. Beberapa pelanggan pula lebih menetapkan produk yang harganya lebih besar namun memiliki kualitas yang bagus disbanding harga yang murah namun kualitas produknya tidak bagus. Maka itu produk *nutrition shake* herbalife selalu memperhatikan kualitas produknya agar performa produknya tidak mengecewakan pelanggan beserta sama menetapkan produk *nutrition shake* herbalife untuk menunjang keperluan mereka. Perihal ini searah dengan pengujian yang dilaksanakan oleh Sahara beserta Prakoso (2020) memaparkan bahwasanya kualitas produk mempunyai peran positif beserta substansial pada keputusan pembelian. Taufiq (2022) memaparkan bahwasanya kualitas produk mempunyai peran positif beserta substansial pada keputusan pembelian. Perihal yang serupa pula didapat oleh Claudya beserta Komariah (2021) memaparkan bahwasanya keputusan pembelian diberi peran oleh kualitas produk.

Gaya hidup beserta kualitas produk mempunyai peran substansial pada keputusan pembelian pada produk *nutrition shake* herbalife di Singaraja. Pengujian ini membuktikan bahwasanya makin meningkat gaya hidup yang dilaksanakan individu beserta makin bagus kualitas produk jadi akan mempunyai peran pada keputusan pembelian Perihal itu menjawab hipotesa yang telah dirumuskan sebelumnya beserta sama dengan temuan pengujian. Keputusan pembelian ialah perihal yang penting bagi emitem yang mana bilamana keputusan pembelian tinggi pada produk maupun jasa sebuah emitem jadi emitem itu bisa mempertahankan citra emitem yang bagus di masyarakat. Bilamana gaya hidup individu meningkat jadi makin besar beserta kualitas produk yang bagus pula menetapkan keputusan pembelian produk *nutrition shake* herbalife. *Nutrition shake* herbalife selalu menyerupaiya memberi produk yang menunjang gaya hidup pelanggan beserta memberi kualitas produk yang terbaik beserta meningkatkan kualitas produknya sehingga tidak mengecewakan pelanggan sehingga selalu memilih, melakukan pembelian beserta mengonsumsi produk *nutrition shake* herbalife. Tentunya pelanggan berharap produk yangnya pilih akan menunjang gaya hidupnya serta kualitas produknya memberi kegunaan yang bagus beserta kualitas yang tinggi dengan begitu akan memberi peran keputusan pembelian. Perihal itu searah dengan pengujian yang dilaksanakan Wahyuni beserta Joesyiana (2021) memaparkan bahwasanya gaya hidup beserta kualitas produk dengan bersamaan mempunyai peran pada keputusan pembelian.

#### 4. Simpulan dan Saran

Berlandaskan temuan beserta bahasan yang telah dilaksanakan ,jadi bisa ditarik simpulanyakni (1) Gaya hidup mempunyai peran positif beserta substansial pada keputusan pembelian pada produk *nutrition shake* herbalife di Singaraja. (2) Kualitas produk mempunyai peran positif beserta substansial pada keputusan pembelian pada produk *nutrition shake* herbalife di Singaraja. (3) Gaya hidup beserta kualitas produk dengan bersamaan mempunyai peran substansial pada keputusan pembelian pada produk *nutrition shake* herbalife di Singaraja.

Berlandaskan temuan pembahsan beserta simpulan pada pengujian ini bisa diberikan saran yakni bagi pihak herbalife harapannya untuk menjaga bahkan meningkatkan kualitas produknya yang telah menjadi satu diantara penunjang gaya hidup pelanggan beserta menjaga kualitas produknya beserta meningkatkan kegunaan dari produk *nutrition shake* herbalife yang selama ini diperjual belikan kepada pelanggan beserta bisa melaksanakan pengembangan produk misalnya menciptakan produk cookies maupun cemilan sehat. Bagi pengujian selanjutnya diharapkan bisa mengembangkan pengujian ini dengan penambahan variabel-variabel lainnya yang tidak dipergunakan pada pengujian ini yang berperan keputusan pembelian, beserta memakai upaya analisa data yang lainnya

untuk menjadi acuan pada pengujian selanjutnya yang mana bisa menambah pengetahuan khususnya pada bidang ilmu manajemen pemasaran.

### Daftar Pustaka

- Ardiatama, E, Budiarti, A. 2020. "Peran Gaya Hidup, Kualitas Produk, Promosi Beserta Citra Merek Pada Keputusan Pembelian Eiger". *Jurnal Ilmu beserta Riset Manajemen*. Vol. 9, No. 5
- Arista, R, Wulandari, A, 2020. " Peran Harga, Lokasi Beserta Gaya Hidup Pada Keputusan Pembelian". *Jurnal Manajemen beserta Akuntansi*. Vol. 15, No. 2
- Astuti, R, Hasbi, M. 2020."Peran Gaya Hidup Beserta *Word of Mouth* Pada Keputusan Pembelian Sepeda Pada Situasi *Covid-19* di Kota Medan"
- Claudya, S, Komariah, A. S, 2021. " Peran Kualitas Produk, Harga Beserta Kepercayaan Pada Keputusan Pembelian Air RO di KER-RO Bekasi". *Jurnal Ilmiah Akuntansi beserta Manajemen (JIAM)*. Vol. 17, No.2
- Firmansyah. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap beserta Pemasaran)*. Yogyakarta: deepublish.
- Fahira, Y. A, Hendratmoko, S, Widuri, T. 2022. " Peran Gaya Hidup, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Pada Keputusan Pembelian Mata Hati Café Kediri" *Jurnal Ekonomi, Bisnis Beserta Manajemen*. Vol.1, No.3
- Ghozali, Imam. 2011. "*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi ketujuh. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Izzani, T. 2021. "Peran Green Marketing Beserta Gaya Hidup Pada Keputusan Pembelian Pada Produk Love Beauty Planet (Studi Kasus di Giant Pasar Minggu)". *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*. Vol 1, No.1
- Kotler, P., &Kaller, K. L (2018). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta : PT. Indeks
- Kotler, Philip ;Amstrong, Gerry (2014). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: PT. Gremedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip &Kaler, Kevin Lane. 2016. *Marketing Managemen 15 thedision*. New Jersey: Prentice.
- Kuncoro, M. F. H. 2020. "Peran Gaya Hidup, Citra Merek Beserta Kualitas Produk Pada Keputusan Pembelian Produk Sandal Fiper (Studi Pada Mahasiswa STIESIA Surabaya)". *Jurnal Ilmu Beserta Riset Manajemen*. Vol. 9, No. 7
- Laili, A. 2021. " Peran Kualitas Produk Beserta Harga Pada Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Inolia Sideraja)". *Jurnal Manajemen Beserta Ekonomi*. Vol. 4, No. 2
- Milano, A, Sutardjo, A, Hadya, R. 2021. " Peran Kualitas Produk, Harga Beserta Promosi Pada Keputusan Pembelian Baju Batik di Toko "Florensia" Kota Sawahlunto". *Jurnal Matua*. Vol. 3, No.1
- Pratiwi, M. I. 2021. "Peran Gaya Hidup, Harga Beserta Influencer Pada Keputusan Pembelian di Rumah Makan SE'l Sapiku Surabaya". *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*. Vol. 9, No.3
- Sangadji, E.M. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta. Penerbit: Andi
- Suryaningtiyas, N. 2022. " Peran Gaya Hidup Beserta Kualitas Produk Pada Keputusan Pembelian (Studi Empiris Pada Konsumen di Kopi Dari Hati Madiun). Vol. 10, No.1
- Sumarwan. (2017). *Perilaku Konsumen Teori Beserta Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sahara, N. I, Prakoso, F. 2020." Peran Kualitas Produk Beserta Harga Pada Keputusan Pembelian Konsumen Lazada (Studi di Wilayah Jakarta Selatan)". *Jurnal Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen beserta Akuntansi (KNEMA)*.
- Ughude, dkk. (2021). Gambaran Pola Makan Mahasiswa FKM UNSRAT Semester IV Saat Pembatasan Sosial Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal KESMAS Vol 10, No 2* , 98-105.
- Wahyuni, S, Joesyiana, K. 2021. "Peran Gaya Hidup Beserta KualitasProduk Pada Keputusan Pembelian Smartphone Oppo di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau". *JurnaleCo-Buss*. Vol. 4, No.1