



# Prosiding Seminar Nasional Pakar

[HOME](#)   [ABOUT](#)   [LOGIN](#)   [REGISTER](#)   [SEARCH](#)   [CURRENT](#)  
[ARCHIVES](#)

Home > [Prosiding Seminar Nasional Pakar](#)

## Prosiding Seminar Nasional Pakar

ISSN (P) : 2615 - 2584 ISSN (E): [2615 - 3343](#)

Prosiding Seminar Nasional Pakar diterbitkan oleh lembaga penelitian Universitas Trisakti. Prosiding ini terbit 1 (satu) kali dalam setahun, yaitu Maret. Prosiding Seminar Nasional Pakar merupakan prosiding bidang multidisiplin yang mencakup ilmu kedokteran, kedokteran gigi, hukum, ekonomi, tehnik, kebumiharian, sipil dan arsitektur, seni rupa dan desain, serta teknik lingkungan dan arsitektur lanskap. Prosiding terbitang aktif sejak pertama kali diterbitkan pada tanggal 13 maret 2018 berhasil mendapatkan 101 paper dari berbagai perguruan tinggi di Indonesia. Prosiding Seminar Nasional Pakar merupakan sarana untuk berbagi informasi dan pengetahuan antar sesama peneliti Indonesia. Artikel merupakan karya yang belum pernah diterbitkan di media lain dan artikel diutamakan merupakan hasil penelitian baik menggunakan data primer, sekunder dan juga riset kepustakaan.



ISSN: 2615 - 3343

**Time since Event sta  
Jakarta**

**14:10:49:32**  
Days Hrs Mins Secs

**00301991**

[OPEN JOURNAL  
SYSTEMS](#)  
[LOKASI KAMPUS  
KOPERTIS 3](#)  
[TKT  
REGISTRASI E-ISSN](#)  
[PPT P12  
PEDOMAN 12  
AKREDITASI JURNAL  
2018](#)  
[SIS TRISAKTI  
SISTER  
FORUM  
PANDUAN  
SIMLITABMAS NG](#)

[JURNAL TRISAKTI  
TERAKREDITASI  
Universa Medicina |  
Manajemen dan  
Pemasaran Jasa |  
Media Riset  
Akuntansi, Auditing  
& Informasi |](#)

[JURNAL TRISAKTI  
TERINDEX DOAJ  
Universa Medicina |  
Media Ekonomi |  
Manajemen dan  
Pemasaran Jasa |  
Scientific Dental  
Journal | Media  
Riset Akuntansi,  
Auditing &  
Informasi |](#)

[JURNAL TRISAKTI  
TERINDEX SINTA  
1. MRAAI \(S2\) | 2.  
Universa Medicina  
\(S2\) | 3.  
Manajemen dan  
Pemasaran Jasa  
\(S2\) | 4. Scientific  
Dental Journal \(S3\).  
| 5. Prioris \(S3\) | 6.  
Jetri \(S4\) | 7.  
Dimensi \(S4\) | 8.  
Livas \(S4\) | 9. DKV  
\(S5\) |](#)

[PENELITIAN USAKTI V  
SINTA  
SITASI V SINTA  
SITASI V GOOGLE  
SCHOLAR  
www.PRchecker.info](#)

[OPENLIB  
OAPEN  
LITERATUR  
FEEDBOOKS  
PDFDRIVE  
ARCHIVE  
SOURCECODESTER  
CODEFETCH  
BOOKZZ  
OPENHUB](#)

# Prosiding Seminar Nasional Pakar

HOME ABOUT LOGIN REGISTER SEARCH CURRENT  
ARCHIVES

Home > Archives > **Prosiding Seminar Nasional Pakar 2018 Buku II**

## Prosiding Seminar Nasional Pakar 2018 Buku II

### Table of Contents

#### Articles

<a href="#">PENGEMBANGAN MODEL PEMBELAJARAN MERENCANA GRAFIS KOMERSIAL BERBASIS PROYEK DENGAN TEORY DICK &amp; CARREY FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN UNIVERSITAS TRISAKTI</a> Menul Teguh Riyanti	PDF 1-7
<a href="#">OVERTONE EMOTIF DALAM DELAPAN PEPATAH BAHASA SUNDA DEDI MULYADI BUPATI PURWAKARTA</a> Raden Rosyda, Sutiono Mahdi	PDF 9-13
<a href="#">PERSONAL BRANDING MELALUI MEDIA SOSIAL</a> Elda Franzia	PDF 15-20
<a href="#">MAKNA UPACARA CHENG BENG PADA MASYARAKAT ETNIS TIONGHOA DI MEDAN</a> Agung Suharyanto, Armansyah Matondang	PDF 21-26
<a href="#">BAGAIMANA MENINGKATKAN POSITIVE WORD OF MOUTH MAHASISWA PERGURUAN TINGGI SWASTA</a> Sri Vandayuli Riorini, Christina Catur Widayati	PDF 27-33
<a href="#">MENINGKATKAN CITRA KABUPATEN GARUT MELALUI PLACE BRANDING SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KEPUTUSAN MENGUNJUNGI DESTINASI PARIWISATA</a> Fitri Lestari	PDF 35-41
<a href="#">PENULISAN PARAGRAF ARGUMENTASI: PEKERJAAN RUMAH DI PERGURUAN TINGGI</a> Sri Hapsari Wijayanti	PDF 43-49
<a href="#">POLA JARINGAN AKTIVIS REFORMASI 1998</a> Kurnia Setiawan, Ninawati Lihardja, Ruby Chrissandy	PDF 51-56
<a href="#">MAKNA SENI UKIR 'ITIK PULANG PATANG' DAN IMPLEMENTASINYA DALAM KEHIDUPAN MASYARAKAT MINANGKABAU</a> Resky Annisa Damayanti	PDF 57-63
<a href="#">EVALUASI BENTUK LAY OUT UNIT HUNIAN PADA RUSUN HARUM TEBET JAKARTA</a> Susy Irma Adisurya	PDF 65-71
<a href="#">EMOTIONAL DESIGN PADA PADUNG-PADUNG</a> Ariani Ariani	PDF 73-78
<a href="#">TRADISI MEGALITIK DAN DINAMIKA KEAGAMAAN DI PULAU TERNATE TIDORE (MAKNA PADA MASYARAKAT PENDUKUNGNYA)</a> Nurachman Iriyanto	PDF 79-91
<a href="#">ANALISIS SEMIOTIKA MULTIMODAL PERBANDINGAN MAKNA DUA PAMERAN YOGYAKARTA STREET SCULPTURE PROJECT (JSSP) 2015 DAN 2017</a> Wegig Murwonugroho	PDF 99-109
<a href="#">PERANCANGAN LOGO DAN MEDIA PROMOSI PARIWISATA ISLAMI DI PULAU PENYENGAT MENGGUNAKAN TEKNIK FOTOGRAFI LANDSCAPE SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN BRAND AWARENESS</a> Yudhi Martha Nugraha, Nor Azlin Binti Hamidon	PDF 93-98
<a href="#">KIOS ROKOK DI WILAYAH KAKI LIMA STUDI BENTUK-FUNGSI ANTROPOMETRI-ERGONOMI</a> Diah Asmarandani	PDF 111-116

**Time since Event sta  
Jakarta**

**14:10:52:17**  
Days Hrs Mins Secs

**00301993**

[OPEN JOURNAL SYSTEMS](#)  
[LOKASI KAMPUS KOPERTIS 3](#)  
[TKT REGISTRASI E-ISSN](#)  
[PPT P12](#)  
[PEDOMAN 12](#)  
[AKREDITASI JURNAL 2018](#)  
[SIS TRISAKTI](#)  
[SISTER FORUM](#)  
[PANDUAN SIMLITABMAS NG](#)

[JURNAL TRISAKTI TERAKREDITASI](#)  
[Universa Medicina | Manajemen dan Pemasaran Jasa | Media Riset Akuntansi, Auditing & Informasi |](#)

[JURNAL TRISAKTI TERINDEX DOAJ](#)  
[Universa Medicina | Media Ekonomi | Manajemen dan Pemasaran Jasa | Scientific Dental Journal | Media Riset Akuntansi, Auditing & Informasi |](#)

[JURNAL TRISAKTI TERINDEX SINTA](#)  
[1. MRAAI \(S2\) | 2. Universa Medicina \(S2\) | 3. Manajemen dan Pemasaran Jasa \(S2\) | 4. Scientific Dental Journal \(S3\) | 5. Prioris \(S3\) | 6. Jetri \(S4\) | 7. Dimensi \(S4\) | 8. Livas \(S4\) | 9. DKV \(S5\) |](#)

[PENELITIAN USAKTI V SINTA](#)  
[SITASI V SINTA](#)  
[SITASI V GOOGLE SCHOLAR](#)  
[www.PRChecker.info](#)

[OPENLIB](#)  
[OAPEN](#)  
[LITERATUR FEEDBOOKS](#)  
[PDFDRIVE](#)  
[ARCHIVE](#)  
[SOURCECODESTER](#)  
[CODEFETCH](#)  
[BOOKZZ](#)  
[OPENHUB](#)  
[KRUGLE](#)  
[EBOOKINGA](#)  
[SOURCESEARCH](#)

[JURNAL INDONESIA TERBAIK VERSI](#)

<a href="#">STUDY PENELUSURAN (TRACER STUDY) TERHADAP ALUMNI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA</a> Herlitha Herlitha	<a href="#">PDF</a> 117-122	<a href="#">SCOPUS</a> <a href="#">JURNAL INDONESIA</a> <a href="#">TERINDEX DOAJ</a> <a href="#">JURNAL INDONESIA</a> <a href="#">TERBAIK VERSI</a> <a href="#">GOGLESCHOLAR</a>
<a href="#">PEMBELAJARAN KEWIRAUSAHAAN DENGAN PENDEKATAN BERBASIS PRODUKSI SEBAGAI ALTERNATIF MEMPERSIAPKAN LULUSAN BERKUALITAS DI PENDIDIKAN TINGGI</a> Hendra Hidayat, Susi Herawati, Abna Hidayati, Eri Syahmaid	<a href="#">PDF</a> 123-129	
<a href="#">NOMINALISASI VERBA BAHASA BUOL</a> Ulfa Zakaria	<a href="#">PDF</a> 131-137	0 days 0 hours 0 minutes ... lagi
<a href="#">PENERAPAN MEDIA LAGU DALAM PEMBELAJARAN SEJARAH UNTUK MENINGKATKAN KESADARAN BUDAYA LOKAL SISWA</a> Hanida Eris Griyanti, Sunardi Sunardi, Warty Warty	<a href="#">PDF</a> 139-145	<a href="#">SEMINAR NASIONAL CENDEKIAWAN KE 3 TAHUN 2017</a> 103.26.13.4 6 Online Users
<a href="#">INDONESIA MENUJU POROS MARITIM DUNIA</a> Hendra Manurung	<a href="#">PDF</a> 147-152	<a href="#">Webometrik</a>   <a href="#">4icu</a>   <a href="#">1000 Peneliti Top Indonesia</a>   <a href="#">Top Publication Journals</a>   <a href="#">Seminar Nasional Cendekiawan ke 3 thn 2017</a>   <a href="#">Journal of Petroleum SPE</a>   <a href="#">Journal of Economics</a>   <a href="#">Journal Dental Research</a>   <a href="#">Ensiklopedi Jurnal</a>   <a href="#">sciencedirect</a>   <a href="#">chemistry</a>   <a href="#">iosrjournals</a>   <a href="#">ieeexplore</a>   <a href="#">springer</a>   <a href="#">acm</a>   <a href="#">Law Journals Journal STT PLN</a>   <a href="#">Ssst</a>   <a href="#">Ssst</a>   <a href="#">cms</a>   <a href="#">IJNS</a>   <a href="#">Speed</a>   <a href="#">php manual</a>   <a href="#">Indonesia Portal Index</a>   <a href="#">Akreditasi Jurnal</a>   <a href="#">Jurnal Predator</a>   <a href="#">Pengoperasian OJS</a>   <a href="#">Sinta</a>
<a href="#">ANALISA SERVQUAL DISPERINDAG DAN DISNAKER KOTA BEKASI UNTUK TATA KELOLA KEPEMERINTAHAN YANG BAIK</a> Budi Indrawati, Anton Wachidin Widjaja	<a href="#">PDF</a> 153-160	
<a href="#">PENGARUH GOOD CORPORATE GOVERNANCE DAN KARAKTERISTIK PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN RISIKO</a> Aubert Kencana, Hexana Sri Lastanti	<a href="#">PDF</a> 161-166	
<a href="#">EVALUASI SISTEM MANAJEMEN KESELAMATAN (SAFETY MANAGEMENT SYSTEM) DI BANDAR UDARA INTERNASIONAL ADI SOEMARMO BOYOLALI</a> Sudirman Hi Umar, Hodi Hodi	<a href="#">PDF</a> 167-173	
<a href="#">ANALISIS FAKTOR-FAKTOR KARYAWAN DALAM MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS PERUSAHAAN</a> Maskarto Lucky Nara Rosmadi	<a href="#">PDF</a> 175-180	
<a href="#">ANGKUTAN BERBASIS APLIKASI TEKNOLOGI INFORMASI BERDASARKAN UNDANG-UNDANG NOMOR 22 TAHUN 2009 TENTANG LALU LINTAS DAN ANGKUTAN JALAN</a> Siti Nurbaiti	<a href="#">PDF</a> 181-187	
<a href="#">VARIASI PERUBAHAN MATERIAL PADA ARSITEKTUR TRADISIONAL RUMAH GADANG MINANGKABAU, STUDI KASUS PUSAT DOKUMENTASI DAN INFORMASI KEBUDAYAAN MINANGKABAU</a> Rosalinda Wiemar	<a href="#">PDF</a> 189-195	
<a href="#">KEPUASAN AKADEMIK, KONSEP DIRI VOKASIONAL, DAN EFIKASI DIRI AKADEMIK PADA MAHASISWA SEKOLAH VOKASI DALAM MENGHADAPI ERA DISRUPTIF TEKNOLOGI</a> Rinandita Wikansari, Bayu Prabowo Sutjiatmo, Muhammad Sani Kurniawan	<a href="#">PDF</a> 197-206	
<a href="#">FINANCIAL DISTRESS PADA PERUSAHAAN SEKTOR PROPERTI GO PUBLIC DI INDONESIA</a> Khirstina Curry, Erliana Banjarnahor	<a href="#">PDF</a> 207-221	
<a href="#">INDONESIA DALAM KUBANGAN NEOLIBERALISME</a> Rosmary Rosmary	<a href="#">PDF</a> 223-228	
<a href="#">REDESIGN CROSSTRAINER UNTUK ANAK USIA 8-14 TAHUN DI RPTRA (RUANG PUBLIK TERPADU RAMAH ANAK)</a> Siti Fadiah Ramadhani, Gihon Nugrahadi Gihon Nugrahadi, Ariani Hendy Rosadi	<a href="#">PDF</a> 229-234	
<a href="#">PENGARUH PAJAK DAN TUNNELING INCENTIVE TERHADAP TINDAKAN TRANSFER PRICING PADA PERUSAHAAN MANUFATUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI)</a> Muhammad Sani Kurniawan, Bayu Prabowo Sutjiatmo, Rinandita Wikansari	<a href="#">PDF</a> 235-240	
<a href="#">KEBERLANJUTAN DALAM DESAIN GRAFIS</a> Virginia Suryani Setiadi	<a href="#">PDF</a> 241-246	
<a href="#">Model Kombinasi Gaya hidup dan Citra Merek Terhadap Produk Kojai</a> Abdul Rahmat	<a href="#">PDF</a> 247-250	
<a href="#">HIDDEN FACE OF GLOBALIZATION</a> Ujang Komarudin, Asrul Raman	<a href="#">PDF</a> 251-255	

## Model Kombinasi Gaya hidup dan Citra Merek Terhadap Produk Kojai

Abdul Rahmat  
Gorontalo State University, Gorontalo, Indonesia  
[abdurahmat@ung.ac.id](mailto:abdurahmat@ung.ac.id)

### Abstrak

Model manajemen usaha kreatif bagi wanita nelayan di desa Bongo Gorontalo melalui pengolahan kue kolombengi jagung rasa ikan merupakan suatu kemampuan dalam menciptakan nilai tambah di pasar melalui proses pengelolaan sumber daya dengan cara-cara baru dan berbeda. Keputusan pelanggan dalam melakukan pembelian Kojai dipengaruhi secara langsung maupun tidak langsung. Gaya hidup pelanggan secara signifikan mempengaruhi bagaimana citra sebuah merek terbentuk dalam persepsi pelanggan yang kemudian memperkuat pengaruh keputusan pembelian pelanggan terutama dalam proses pembelian Kojai. Meski demikian, dampak gaya hidup secara lebih kuat mempengaruhi keputusan pembelian Kojai bagi pelanggan. Tentunya hasil ini menjadi penting bagi perusahaan untuk membentuk citra merek produk Kojai mereka agar dapat menjadikannya sebuah gaya hidup bagi para pelanggan guna memperoleh hasil yang lebih signifikan terhadap pendapatan perusahaan.

*Kata kunci: Brand Image, Lifestyle, Buying Decision*

### Pendahuluan

Gorontalo memiliki sebuah desa yang kental akan nuansa religi penduduknya. Banyak keistimewaan dari desa religi Gorontalo ini. Wisata religi di Gorontalo ini berada di Desa Bongo yang terletak di Kecamatan Batudaa' Pantai Kabupaten Gorontalo. Desa Bongo adalah sebuah desa kecil yang berada bagian selatan Kabupaten Gorontalo Provinsi Gorontalo. Kata "Bongo" adalah bahasa Gorontalo dari Buah Kelapa. Desa bongo dulunya adalah sebuah kampung kecil yang bernama kampong Bubohu yang kemudian oleh pemerintah daerah dirubah menjadi Desa Bongo. Jarak Tempuh desa Bongo akan memakan waktu  $\pm$  30 menit perjalanan dari Pusat Kota Gorontalo.

Desa ini adalah desa di sebuah pesisir pantai selatan Provinsi Gorontalo. Desa ini sering disebut sebagai kampung nelayan karena penduduk di desa religi Gorontalo ini banyak yang berprofesi sebagai nelayan. Penduduk di desa religi Gorontalo ini dominan beragama muslim, mereka sengaja membangun desa Bongo sebagai desa religi yang bertujuan menarik perhatian wisatawan domestik maupun mancanegara untuk datang dan menyaksikan wisata religi di Gorontalo ini. Lingkungan desa religi ini asri dan nyaman dengan pemandangan alam yang ada dapat menyejukan mata. (Merzuki, Siti Emalia and A. Latif, Hamrila. 2009).

Berdasar pada hasil observasi di desa Bongo, ada hal yang menarik dari tradisi desa ini yaitu terkait walima. Walima adalah tradisi cinta yang dirawat dari generasi ke generasi di Desa Bongo, Batudaa Pantai, Gorontalo. Lebih dari 100.000 kolombengi yang terbuat dari telur, tepung dan gula menjadi wujud cinta. Uang sejumlah jutaan rupiah pun dikeluarkan masyarakat untuk membiayai pesta ini. Inilah bukti cinta mengalahkan hitungan dunia.

Gaya hidup merupakan sebuah stimuli dalam proses keputusan pembelian pelanggan terutama kaitannya dengan segmentasi produk dalam strategi pemasaran suatu perusahaan. Secara tidak langsung, gaya hidup menggambarkan pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia melalui aktivitas, minat, dan lingkungannya (Kotler, 2012). Hal ini berkorelasi dengan riset yang dilakukan Hoeffler dan Keller. (2003) yang berjudul “*The Marketing Advantage of Strong Brands*” kekuatan merek berpengaruh besar terhadap preferensi pembelian pelanggan. Selain itu dalam penelitian ini disimpulkan bahwa perusahaan yang berinvestasi dalam pencitraan merek terhadap pelanggan memiliki daya saing yang lebih baik dibandingkan dengan perusahaan yang tidak melakukan investasi dalam pencitraan merek.

Selain itu Sathis dan Rajamohan (2008) dalam penelitiannya yang berjudul “*Consumer Behavior and Lifestyles Marketing*” mengungkapkan bahwa peran gaya hidup yang diukur melalui aktivitas, minat, dan opini sangat berperan dalam menentukan keputusan seseorang terutama dalam hal melakukan pembelian. Tentu menjadi hal yang menarik untuk mengetahui sejauh apa pengaruh gaya hidup dan citra merek dalam keputusan pembelian lipstick pada benak pelanggan.

### Metodologi Penelitian

Penelitian mengenai merek dan keputusan pembelian pernah dilakukan oleh Khraim (2011) di Arab Saudi dengan menggunakan analisis deskriptif, anova satu arah dan korelasi pearson. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa merek memiliki hubungan positif dan signifikan antara faktor loyalitas merek (identitas merek, kualitas produk, harga, desain, promosi, kualitas layanan dan lingkungan toko) dengan loyalitas merek yang pada akhirnya berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Tentunya dalam penelitian ini dilakukan pembatasan dengan fokus pada pengaruh gaya hidup dan pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pelanggan.

Berdasarkan metode yang digunakan penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Metode deskriptif merupakan metode dalam meneliti sekelompok individu, objek, system pemikiran atau peristiwa di masa sekarang untuk membuat gambaran atau sistematis faktual dan akurat mengenai fakta-fakta secara hubungan variabel. Menurut Churchill dan Iacobucci (2005) penelitian deskriptif berkaitan dengan proses penentuan frekuensi terjadinya sesuatu atau hubungan antara variabel penelitian. Dalam mempersiapkan kegiatan pengolahan data, telah disusun operasionalisasi variabel yang memuat variabel beserta sub-variabel sebagai serta indikator terkait yang digunakan dalam penelitian ini.

### Hasil Penelitian

#### *Dampak langsung gaya hidup terhadap pembentukan citra merek*

Untuk mengetahui dampak antara gaya hidup dengan citra merek dilakukan pengujian statistik dengan metode regresi linier dengan hasil terlampir pada tabel 1.1.

Tabel 1.1 Tabulasi Analisis Regresi Linier

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Adjusted R Square
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.829	.189	4.380	.000	0.551
	Gaya Hidup	.716	.065	11.060	.000	

Pada tabel 1.1 dapat terlihat bahwa nilai *R Square* yang dihasilkan sebesar 0.551 yang berarti bahwa gaya hidup memiliki besaran variansi kontribusi dalam pembentukan citra merek produk lipstik sebesar 55,1% sedangkan sisanya sebesar 45,9% dijelaskan oleh variabel lain yang berada di luar model pengujian data. Sehingga dapat disimpulkan bahwa gaya hidup memiliki dampak cukup signifikan dalam pembentukan citra merek produk Kojai. Sedangkan nilai koefisien beta sebesar 0.745 menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki dampak langsung yang kuat dalam pembentukan citra merek Kojai pada benak pelanggan.

### ***Regresi multilinier gaya hidup, citra merek, dan Produk Kojai***

Pengujian statistik menggunakan metode regresi multilinier terlihat bahwa nilai *R Square* yang dihasilkan sebesar 0.781 yang berarti bahwa gaya hidup dan citra merek memiliki besaran variansi kontribusi dalam pembentukan keputusan pembelian produk sebesar 78,1% sedangkan sisanya sebesar 21,9% dijelaskan oleh variabel lain yang berada di luar model pengujian data. Sehingga dapat disimpulkan bahwa gaya hidup dan citra merek memiliki dampak signifikan dalam keputusan pembelian produk Kojai.

Sedangkan hasil pengujian hipotesis ketiga diperoleh nilai signifikan sebesar 0.000 dalam pengujian tingkat kesalahan sebesar 0.05 yang berarti bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa citra merek dapat menjadi variabel intervening antara gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk Kojai. ( $H_a$  Diterima). Kemudian berdasarkan nilai uji F- Test dan Uji T- Test dapat disimpulkan bahwa gaya hidup dan citra merek berdampak signifikan terhadap keputusan pembelian dikarenakan nilai signifikansi sebesar  $0,00 < \alpha < 0.05$  secara simultan maupun secara parsial karena nilai t-hitung sebesar 7.76 dan 5.5 lebih besar dibandingkan dengan nilai t-tabel dari kedua variabel independen terkait.

### ***Kalkulasi analisis jalur***

Analisis jalur dilakukan untuk menganalisis hubungan sebab akibat yang terjadi pada analisis regresi berganda jika variabel bebasnya memengaruhi variabel lainnya baik secara parsial maupun secara simultan. Tahapan pertama dari analisis jalur adalah melakukan penghitungan koefisien jalur sebagai berikut:

$$P_{xyi} = \sqrt{1 - R^2_{Y_{X1 \times X2 \times X3}}}$$

$$P_{xyi} = \sqrt{1 - 0.745}$$

$$P_{xyi} = \sqrt{0.255}$$

$$P_{xyi} = 0.505$$

Tahapan kedua didalam analisis jalur adalah mencari nilai pengaruh langsung dan tidak langsung antara variabel terkait dengan penghitungan sebagai berikut:

1. Pengaruh Langsung Variabel X1  
 $Y \leftarrow X1 \rightarrow = Y:py_{x1}.py_{x1}$   
 $= 0.553 \times 0.553$   
 $= 0.2809$
2. Pengaruh Tidak Langsung Variabel X1 dan X2  
 $Y \leftarrow X1 \Omega X2 \rightarrow Y:py_{x1}.r_{x1x2}.py_{x2}$   
 $= 0.553 \times 0.745 \times 0.391$   
 $= 0.1611$
3. Pengaruh Langsung Variabel X2  
 $Y \leftarrow X2 \rightarrow = Y:py_{x2}.py_{x2}$   
 $= 0.391 \times 0.391$   
 $= 0.1529$

Total dampak langsung antara gaya hidup terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 28.09% dan dampak langsung antara citra merek terhadap keputusan pembelian sebesar 15.29%. Sedangkan total pengaruh antara gaya hidup dan citra merek dengan mediasi diantara kedua variabel adalah sebesar 44.2% dan 31.4%. Pada tabel dapat terlihat bahwa total pengaruh gayahidup dan citramerek terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 75.6% dengan 24.4% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian.

### **Simpulan**

Keputusan pelanggan dalam melakukan pembelian produk Kojai dipengaruhi secara langsung maupun tidak langsung. Gaya hidup pelanggan secara signifikan mempengaruhi bagaimana citra sebuah merek terbentuk dalam persepsi pelanggan yang kemudian memperkuat pengaruh keputusan pembelian pelanggan terutama dalam proses pembelian sebuah lipstik. Meski demikian, dampak gaya hidup secara lebih kuat mempengaruhi keputusan pembelian produk Kojai bagi pelanggan. Tentunya hasil ini menjadi penting bagi perusahaan untuk membentuk citra merek produk lipstick mereka agar dapat menjadikannya sebuah gaya hidup bagi para pelanggan guna memperoleh hasil yang lebih signifikan terhadap pendapatan perusahaan.

### **Daftar Pustaka**

- Gilbert A. Churchill, Jr Dawn Lacobucci. 2005. *Marketing Research Methodological Foundation ninth edition, south western*
- Hamza Salim Khraim.2011, *The Influence of product variety on brand perception and choice. International Journal of Marketing Studies, Vol.3 No.2, pp.123-133*
- Hoeffler, Steve and Keller, Kevin Lane, *The Marketing Advantages of Strong Brands (August 1, 2003). The Journal of Brand Management, Vol. 10 No. 6, pp. 421-445, August 2003.*
- Kementrian Perindustrian Republik Indonesia. 2013. *Indonesia lahan subur industri kosmetik. <http://kemenperin.go.id/artikel/5897/Indonesia-Lahan-Subur-Industri-Kosmetik>*
- Kotler, P dan Keller,K.L. 2012.*Marketing Management Edisi 14, Global Edition.Pearson Prentice Hall.*
- Ogilvie, Madeleine.2011. *Lipstick: More than a Fashion Trend. Ecu Publication*
- Rajamohan, DR., & Sathis, S. 2008. *Consumer Behaviour and Lifestyle Marketing Volume 1*
- Rajput, Ansir A. 2012. *Impact of Product Price and Quality on Consumer Buying Behavior : Evidence from Pakistan. Journal Of Contemporary Research in Business, Volume 4 No.4: 485-496.*
- Schiffman, Leon G. dan Leslie Lazar Kanuk. 2010. *Consumer Behavior Tenth Edition. Pearson Education.*