

PENGARUH *LIFESTYLE*, *PERCEIVED QUALITY* DAN ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAIN BESUREK PADA ATIK BATIK DI KOTA BENGKULU

Dimas¹, Markoni², Veny Puspita^{3*}

^{1,2,3}Universitas Prof. Dr. Hazairin, SH, Jl. Jend.A. Yani No.1, Kebun Ros, Bengkulu, Indonesia
Email: venyuspita2288@gmail.com

Article History

Received: 30-06-2024

Revision: 20-07-2024

Accepted: 26-07-2024

Published: 31-07-2024

Abstract. The aim of this research is to find out how much influence lifestyle, perceived quality and product attributes have on the decision to purchase Besurek Cloth for Batik Atik in Bengkulu City. The research is quantitative research. The data source in the research comes from distributing questionnaires (Google Form) which will be distributed online via WhatsApp and Instagram to respondents who have purchased Besurek batik cloth at Bengkulu city batik shops. The population in this study were all customers of Besurek Cloth at Atik Batik in Bengkulu City. The sample uses the Hair formula where the number of indicators (28) $\times 5 = 140$ respondents of customers of Besurek Cloth on Atik Batik in Bengkulu City with a purposive sampling method. The analysis tool used in this research uses SPSS 22. The research results show; (1) Lifestyle has a partial and positive influence on the decision to purchase Besurek cloth for Batik Atik in Bengkulu City. (2) Perceived Quality has a partial and positive influence on the decision to purchase Besurek cloth for Atik Batik in Bengkulu City. (3) Product attributes have a partial and positive influence on the decision to purchase Besurek cloth for Atik Batik in Bengkulu City. And (4) Lifestyle, perceived quality, and product attributes on purchasing decisions for Besurek Cloth at Atik Batik in Bengkulu City have a simultaneous influence.

Keywords: Lifestyle, Perceived Quality, Product, Purchasing Decisions

Abstrak. Tujuan dari penelitian ini yaitu Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh lifestyle, perceived quality dan atribut produk terhadap keputusan pembelian Kain Besurek Pada Atik Batik Di Kota Bengkulu. Penelitian merupakan penelitian kuantitatif. Sumber data dalam penelitian bersumber dari penyebaran kuisioner (Google Form) yang akan disebarakan secara online via whatsapp dan instagram kepada responden yang pernah melakukan pembelian kain batik besurek di toko atik batik kota Bengkulu. Populasi penelitian ini seluruh pelanggan Kain Besurek Pada Atik Batik di Kota Bengkulu. Sampel menggunakan rumus Hair dimana jumlah indikator (28) $\times 5 = 140$ responden pelanggan Kain Besurek Pada Atik Batik di Kota Bengkulu dengan metode *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan SPSS 22. Hasil penelitian menunjukkan; (1) *Lifestyle* berpengaruh secara parsial dan positif terhadap Keputusan Pembelian Kain Besurek Pada Atik Batik di Kota Bengkulu. (2) *Perceived Quality* berpengaruh secara parsial dan bernilai positif terhadap terhadap Keputusan Pembelian Kain Besurek Pada Atik Batik di Kota Bengkulu. (3) Atribut Produk berpengaruh secara parsial dan bernilai positif terhadap Keputusan Pembelian Kain Besurek Pada Atik Batik di Kota Bengkulu. Dan (4) *Lifestyle*, *perceived quality* dan Atribut produk terhadap keputusan pembelian Kain Besurek Pada Atik Batik di Kota Bengkulu memiliki pengaruh secara simultan.

Kata Kunci: *Lifestyle*, *Perceived Quality*, Produk, Keputusan Pembelian

How to Cite: Dimas., Markoni., & Puspita, V. (2024). Pengaruh *Lifestyle*, *Perceived Quality* dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kain Besurek pada Atik Batik di Kota Bengkulu. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4 (3), 1277-1289. <http://doi.org/10.54373/ifijeb.v4i3.1432>

PENDAHULUAN

Setiap lokasi memiliki kualitas tersendiri dalam hal kekayaan seni, budaya, bahasa, dan adat istiadat. Identitas agung bangsa yang bersumber dari kekayaan budaya dan sejarah yang tak ternilai harganya, ditunjukkan dengan keberagamannya (Hakim, 2018). Pada tanggal 2 Oktober 2009, UNESCO mensertifikasi batik sebagai bagian dari warisan budaya global. Pemakainya pun terkesan semakin gaya berkat beragamnya pilihan model kain batik. Batik juga berkembang, menawarkan beragam desain dan motif dengan kisaran harga yang menarik (Kusumodewi, 2016). Oleh karena itu, pembeli mempertimbangkan faktor-faktor seperti gaya hidup, persepsi kualitas kain batik, dan ciri-ciri produk kain batik ketika menentukan pilihan apa yang akan dibeli, terutama dengan tren batik saat ini.

Batik Besurek Kota Bengkulu terdorong mengembangkan ide-ide baru sebagai hasil meningkatnya daya saing pasar dan potensi pengembangan penjualan jangka panjang. Dalam proses melakukan pembelian, taktik ini berupaya menarik klien baru mempertahankan klien sudah ada. (Qomariah, 2020) menunjukkan bagaimana melakukan pembelian merupakan proses yang menghubungkan informasi untuk menawarkan evaluasi kemungkinan sehingga dapat memilih salah satu yang dapat menghasilkan keputusan perilaku. Keputusan pembelian yang dilakukan konsumen tidak dapat dipisahkan dari gaya hidup mereka yang mengutamakan penampilan (Gazali et al., 2022). *Lifestyle* (gaya hidup) menurut (Mongisidi et al., 2019) adalah cara hidup yang dapat dikenali dari aktivitas yang dilakukan, hal-hal yang dihargai di lingkungan (minat), dan persepsi diri. Perilaku seseorang dan pada akhirnya, apa yang mereka pilih untuk dikonsumsi dapat dipengaruhi oleh gaya hidupnya.

Perceived quality salah satu elemen mempengaruhi keputusan masyarakat untuk membeli. Karena kualitas produk mempunyai peranan yang cukup besar dalam mempengaruhi Ketika konsumen melakukan penilaian terhadap produk atau jasa apa yang akan dibeli, maka pelaku usaha harus mempertimbangkan kualitas barang yang diproduksinya (Ernawati, 2019). pelanggan akan lebih bersemangat untuk membeli barang dengan kualitas lebih baik, bisnis harus mampu memahami apa diinginkan pelanggan agar dapat menghadirkan produk berkualitas tinggi sesuai dengan harapan mereka (Agustino & Syaifullah, 2020).

Selain *Lifestyle* dan *Perceived quality* ini berfungsi sebagai standar bagi klien yang bersedia membeli barang atau jasa. Kualitas produk yang saling melengkapi memungkinkan pelanggan membandingkan produk sebelum melakukan pembelian (Rachman & Firmansyah, 2022). Aspek paling mendasar dalam mengembangkan suatu produk Menurut (Oscar & Megantara, 2020) adalah kualitasnya. Oleh karena itu, fokus pada atribut suatu produk sangat penting untuk keberhasilan pemasaran produk. (Oscar & Megantara, 2020).

Di antara berbagai barang kerajinan yang dihasilkan di nusantara adalah kain Batik Besurek yang banyak ditemukan di provinsi Bengkulu. Kain batik asal Besurek ini mempunyai arti “berhuruf” atau “bertulis”. Karena kain batik besurek merupakan perwujudan berbagai nilai-nilai kota yang terakulturasi dengan lingkungan dan adat istiadat masyarakat, maka menjadi kekayaan budaya Bengkulu yang harus dijaga kelestariannya (Yanti & Haji, 2019). Ciri khas batik basurek sendiri terdiri dari corak bunga Rafflesia Arnoldi yang dipadukan dengan desain huruf Arab yang disebut gandum (Sari, 2022). Sayangnya, meski batik basurek telah menjelma menjadi beragam pakaian kekinian, popularitasnya di kalangan masyarakat Bengkulu masih kalah dibandingkan masyarakat yang lebih maju

METODE

Penelitian bersifat asosiatif hubungan bertujuan untuk mengetahui pengaruh *lifestyle*, *perceived quality*, atribut produk terhadap keputusan pembelian Kain Besurek Pada Atik Batik di Kota Bengkulu. Metode penelitian gunakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian seluruh pelanggan Kain Besurek Atik Batik Di Kota Bengkulu. Sampel pada penelitian ini menggunakan rumus (Hair, 2010), dimana $n \times 10$, maka $28 \times 5 = 140$ responden pelanggan Kain Besurek Pada Atik Batik Di Kota Bengkulu. *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel, kriteria; a). Konsumen yang pernah berbelanja di toko Atik Batik di kota Bengkulu, dan b). Konsumen yang mengetahui dan mendapat informasi tentang toko Atik Batik di Bengkulu. Teknik dalam pengumpulan data penelitian hasil penyebaran kuisioner (*Google Form*) akan disebarluaskan secara *online via whatsapp* dan *instagram* kepada responden yang pernah melakukan pembelian kain batik besurek di toko atik batik kota Bengkulu dengan menggunakan skala Likert

HASIL

Uji Validitas

Mengkorelasikan skor item pertanyaan keseluruhan memungkinkan dilakukannya pengujian validitas konstruk. Dalam menentukan validitas suatu pernyataan dengan menggunakan SPSS dan product moment person, diperoleh kesimpulan bahwa pernyataan tersebut valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 1. Uji validitas

Variabel	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
	<i>Lifestyle (X1)</i>		
X1.1	,630	,166	Valid
X1.2	,581	,166	Valid

X1.3	,602	,166	Valid
X1.4	,641	,166	Valid
X1.5	,651	,166	Valid
X1.6	,561	,166	Valid
Perceived Quality (X2)			
X2.1	,647	,166	Valid
X2.2	,628	,166	Valid
X2.3	,670	,166	Valid
X2.4	,702	,166	Valid
X2.5	,576	,166	Valid
X2.6	,523	,166	Valid
X2.7	,531	,166	Valid
Atribut Produk (X3)			
X3.1	,496	,166	Valid
X3.2	,539	,166	Valid
X3.3	,550	,166	Valid
X3.4	,663	,166	Valid
X3.5	,674	,166	Valid
X3.6	,724	,166	Valid
X3.7	,560	,166	Valid
Keputusan Pembelian (Y)			
Y.1	,796	,166	Valid
Y.2	,553	,166	Valid
Y.3	,528	,166	Valid
Y.4	,660	,166	Valid
Y.5	,566	,166	Valid
Y.6	,735	,166	Valid
Y.7	,633	,166	Valid
Y.8	,774	,166	Valid

Sumber: Data diolah SPSS 22, 2024

Setiap item butir pertanyaan memiliki R_{hitung} lebih besar dibanding R_{tabel} ($R_{hitung} > R_{tabel}$) maka setiap item pertanyaan tersebut adalah valid.

Uji Reliabilitas

Saat menentukan reliabilitas dengan SPSS, dapat melihat koefisien reliabilitas dalam alpha dan menentukan bahwa suatu interpretasi dipercaya jika nilai Cronbach's Alpha-nya lebih besar dari 0,6.

Tabel 2. Uji reliabilitas

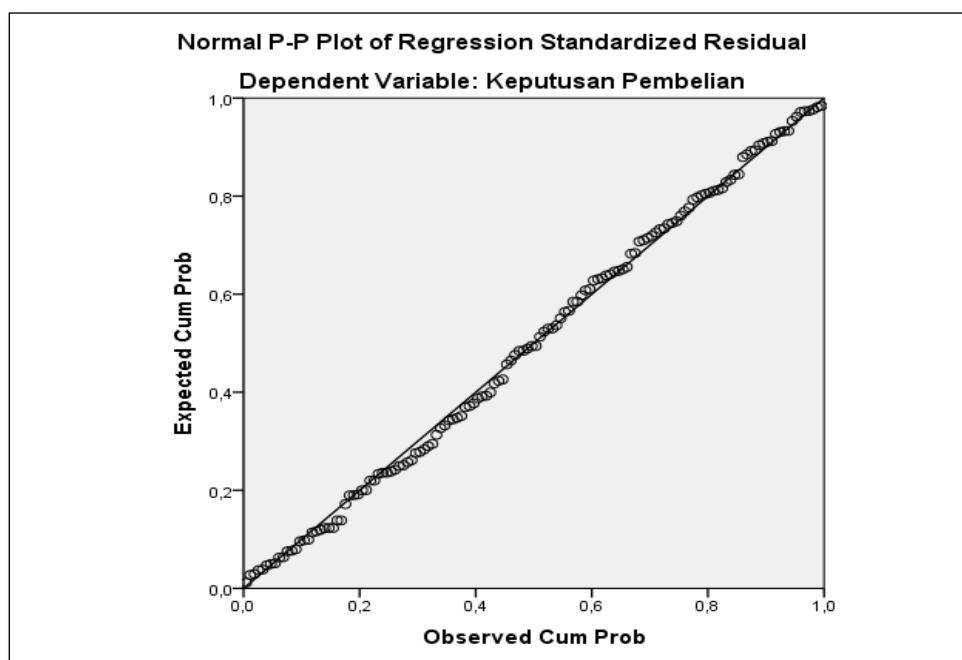
Variabel	Alpha Cronbach	Alpha	Keterangan
<i>Lifestyle (X₁)</i>	,662	0,6	Reliabel
<i>perceived quality (X₂)</i>	,717	0,6	Reliabel
Atribut Produk (X ₃)	,709	0,6	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	,810	0,6	Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS 22, 2024

Nilai *Cronbach alpha* memiliki *Cronbach's Alpha* > 0,6. dinyatakan variabel *Lifestyle* (X_1), *perceived quality* (X_2), Atribut Produk (X_3) serta keputusan pembelian (Y) reliabel. "

Uji Normalitas

Penelitian ini menggunakan cara bergambar untuk melakukan uji normalitas. Dalam penelitian ini, plot probabilitas normal diperiksa dengan pendekatan grafis. Jika data menunjukkan pola distribusi normal di sekitar garis diagonal, regresi memenuhi asumsi normalitas menjadi dasar pengambilan keputusan analitis.



Gambar 1. Uji normalitas

Uji Normalitas menampilkan titik-titik tersebar yang mendekati garis diagonal, seperti terlihat dengan memeriksa grafik plot probabilitas normal pada temuan di atas. maka sebaran datanya normal.

Uji Multikolinieritas

. Pendekatan VIF digunakan untuk memastikan ada tidaknya multikolinieritas pada penelitian ini: jika nilai VIF kurang dari 10 tidak terjadi multikolinieritas; jika nilai VIF lebih besar dari 10 terjadi multikolinieritas.

Tabel 3. Uji Multikolinieritas

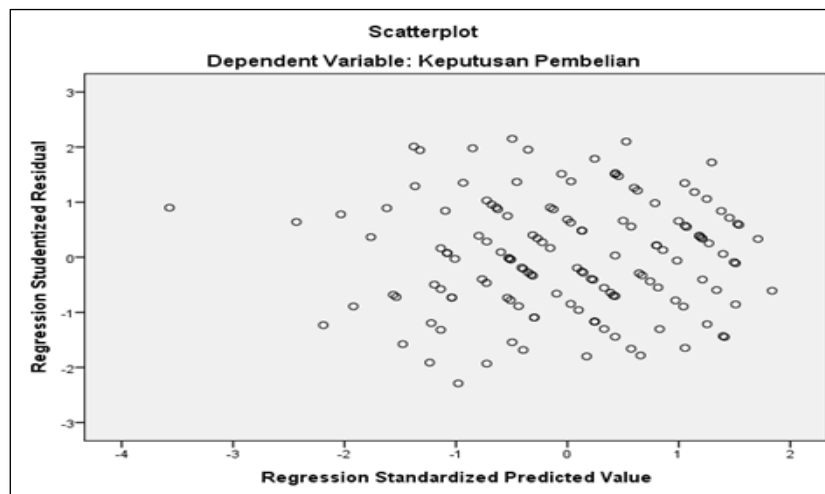
Tolerance	VIF
,994	1,006
,987	1,013
,987	1,014

Sumber: Data diolah SPSS 22, 2024

Hasil uji multikolinieritas dilihat *Lifestyle*, *perceived quality*, dan atribut produk mempunyai nilai tolerance lebih besar dari 0,1 sedangkan VIF lebih kecil dari 10. disimpulkan masing-masing variabel independen bebas dari gejala multikolinieritas.

Uji Heterokedastisitas

Untuk mengetahui ada tidaknya ketimpangan varians residu satu observasi ke observasi lainnya dalam model regresi digunakan uji heteroskedastisitas. Penelitian ini menggunakan diagram sebar.

**Gambar 2.** Uji Heterokedastisitas

Dasar pengambilan keputusan untuk uji heteroskedastisitas :

- Heteroskedastisitas terjadi jika terdapat pola tertentu, misalnya titik-titik yang membentuk pola teratur (bergelombang, menyatu, lalu menyempit).
- Heteroskedastisitas tidak timbul jika tidak ada pola yang terlihat dan titik-titiknya tersebar di atas dan di bawah titik nol sumbu Y.

Grafik di atas menunjukkan tidak ada pola terlihat, titik-titik tersebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. menunjukkan variabel independen tidak mengalami heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut (Ghozali, 2016) dilakukan untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh faktor independen terhadap variabel dependen. Penelitian ini mencakup satu variabel terikat yaitu *lifestyle* (X_1), *perceived quality* (X_2) dan atribut produk (X_3) serta satu variabel dependent yaitu keputusan pembelian (Y).

Tabel 4. Hasil uji analisis regersi linier berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	3,923	1,966	
<i>Lifestyle</i> (X_1)	,145	,040	,171
<i>Perceived Quality</i> (X_2)	,173	,040	,206
Atribut Produk (X_3)	,664	,042	,761

Sumber: Data diolah output SPSS 22, 2024

- Nilai konstanta = 3,923 bertanda positif, menunjukkan bahwa keputusan pembelian (Y) akan tumbuh sebesar 3,923 satuan jika variabel *Perceived Quality* (X_2), *lifestyle* (X_1), dan Atribut Produk (X_3) tetap konstan.
- Nilai koefisien *Lifestyle* (X_1) = 0,145 artinya *Lifestyle* mengalami kenaikan satu satuan, maka Keputusan Pembelian (Y) meningkat = 0,145. Dengan asumsi *Perceived Quality* (X_2) dan Atribut Produk (X_3) tetap.
- Nilai koefisien *Perceived Quality* (X_2) = 0,173 artinya *Perceived Quality* mengalami kenaikan satu satuan, sedangkan *Lifestyle* (X_1), *Atribut Produk* (X_3) tetap, keputusan pembelian (Y) meningkat 0,173.
- Nilai koefisien Atribut Produk (X_3) = 0,664 artinya Atribut Produk mengalami kenaikan satu satuan, Keputusan pembelian (Y) meningkat 0,664 Dengan asumsi *Lifestyle* (X_1) *Perceived Quality* (X_2) tetap.

Korelasi Berganda dan Koefisien Determinasi (R^2)

Tujuan dari korelasi berganda adalah menentukan seberapa kuat hubungan dua variabel independen terhadap satu variabel dependen, atau lebih, Besarnya persentase pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen ditunjukkan dengan nilai koefisien determinasi (R^2). Tabel korelasi berganda dan koefisien determinasi yang dibuat dengan SPSS 22 adalah sebagai berikut.

Tabel 5. Hasil korelasi berganda dan koefisien determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,833 ^a	,693	,686	1,36408

Sumber: Data diolah SPSS 22, 2024

Dari hasil uji korelasi berganda dengan menggunakan SPSS. Nilai koefisien korelasi berganda (R) 0,833. dapat dikatakan terdapat hubungan sangat kuat diantara *Lifestlye* (X_1), *Perceived Quality* (X_2) dan Atribut Produk (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Kain Besurek Atik Batik di Kota Bengkulu. Didapat nilai koefisien diterminasi $R^2 = 0.686$. *Lifestyle* (X_1), *Perceived Quality* (X_2) dan Atribut Produk (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Kain Besurek Atik Batik di Kota Bengkulu memberikan sumbangan 68,4% dalam mempengaruhi sedangkan sisanya dipengaruhi faktor -faktor lain diluar variabel tidak diteliti.

Uji t (Uji parsial)

Tabel 6. Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)		3,923	1,966
<i>Lifestyle</i> (X_1)		,145	,040
<i>Perceived Quality</i> (X_2)		,173	,040
Atribut Produk (X_3)		,664	,042

Sumber: Data diolah output SPSS 22, 2024

- *Lifestyle* (X_1) dilihat dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ $3,593 > 1,997$ dan nilai sig sebesar ,000 maka disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima yaitu *Lifestyle* (X_1) berpengaruh secara parsial dan positif terhadap Keputusan Pembelian (Y) Kain Besurek Pada Atik Batik Di Kota Bengkulu.
- *Perceived Quality* (X_2) dilihat dimana $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $4,312 > 1,997$ dan nilai sig sebesar ,000 disimpulkan H_0 diterima dan H_a ditolak berarti *Perceived Quality* (X_2) berpengaruh secara parsial dan bernilai positif terhadap terhadap Keputusan Pembelian (Y) Kain Besurek Pada Atik Batik Di Kota Bengkulu.
- Atribut Produk (X_3) dilihat dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $15,923 > 1,997$ dan nilai sig sebesar ,000 disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima berarti Atribut Produk (X_3) berpengaruh secara parsial dan bernilai positif terhadap Keputusan Pembelian (Y) Kain Besurek Pada Atik Batik Di Kota Bengkulu.

Uji F (Uji Simultan)**Tabel 7. Uji F**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	571,913	3	190,638	102,454	,000 ^b
	Residual	253,058	136	1,861		
	Total	824,971	139			

Sumber: Data diolah SPSS 22, 2024

Penerapan model penelitian dipastikan dengan menganalisis temuan uji f. Investigasi tambahan untuk menguji hipotesis atau tidak; Model dikatakan praktis jika nilai signifikansinya kurang dari 0,05, dan tidak layak untuk diteliti lebih lanjut jika nilai signifikansinya lebih dari 0,05. diperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ nilai $F_{hitung} 102,454 > F_{tabel} 2,67$, disimpulkan *Lifestyle* (X_1), *perceived quality* (X_2) dan Atribut produk (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Kain Besurek Pada Atik Batik Di Kota Bengkulu memiliki pengaruh secara simultan.

DISKUSI**Pengaruh *LifeStyle* Terhadap Keputusan Pembelian Kain Besurek pada Atik Batik di Kota Bengkulu**

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan dilihat dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,593 > 1,997$ dan nilai sig sebesar ,000. *Lifestyle* (X_1) berpengaruh secara parsial dan positif terhadap Keputusan Pembelian (Y) Kain Besurek Atik Batik di Kota Bengkulu. Gaya hidup seseorang adalah salah satu kebutuhan sekundernya, dan hal ini dapat bervariasi berdasarkan situasi atau pilihannya. Adapun indikator *Lifestyle* yaitu (1) indikator pilihan produk, tertarik membeli produk karena sesuai dengan keinginan dan kualitas kain bagus, (2) pilihan merek, pada toko memiliki motif yang mewah dan elegan dibandingkan dengan merek kain lain, (3) metode pembayaran, sistem pembayaran pada toko menawarkan berbagai macam metode pembayaran sesuai dengan kebutuhan, (4) aktivitas (*activities*), sering membelanjakan uang untuk membeli produk, (5) minat (*interest*), memberikan ketertarikan tersendiri dari pada produk lain, (6) pendapat (*opinion*), dapat meningkatkan kepercayaan diri dalam berpenampilan.

Hasil penelitian ini didukung oleh (Kusumodewi, 2016) Hal ini menunjukkan bahwa variabel gaya hidup mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap variabel pilihan pembelian kain batik Mirota Surabaya secara parsial.

Pengaruh *Perceived Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Kain Besurek pada Atik Batik di Kota Bengkulu

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan dilihat dari $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $4,312 > 1,997$ dan nilai sig sebesar ,000. *Perceived Quality* (X_2) berpengaruh secara parsial dan bernilai positif terhadap Keputusan Pembelian (Y) Kain Besurek Atik Batik di Kota Bengkulu. Adanya korelasi positif antara persepsi kualitas dengan keputusan pembelian menunjukkan bahwa pembeli melakukan pembelian ketika yakin barang batik Bengkulu terbuat dari bahan bermutu tinggi. Pelanggan menilai kualitas suatu produk dari berbagai sudut pandang, mulai dari sudut pandang produk itu sendiri hingga sudut pandang sumber daya manusia perusahaan. Oleh karena itu, selain meningkatkan persepsi kualitas pada produk itu sendiri, akan bermanfaat untuk lebih meningkatkan kualitas sumber daya manusia dalam berinteraksi dan berhubungan dengan konsumen guna membangun kepercayaan dan mempengaruhi persepsi kualitas pada produk itu sendiri. Sama halnya dengan indikator *Perceived Quality* yaitu (1) Kualitas bagus, Produk dijual atik batik ini mempunyai kualitas yang sangat bagus, (2) keamanan, mempunyai keamanan dan kenyamanan saat berbelanja, (3) kemampuan untuk memberi manfaat, kain batik besurek memberikan manfaat sesuai kebutuhan konsumen, (4) keputusan pembelian, berbagai macam pilihan model membuat keputusan pembelian yang baik terhadap konsumen, (5) kualitas produk yang diharapkan, kualitas produk diharapkan dengan tujuan memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen, (6) kualitas produk yang dibutuhkan, kualitas produk sesuai dengan keinginan konsumen, dan (7) kecocokan produk, kecocokan memenuhi kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini didukung oleh (Satriyo & Astuti, 2016) Ia mengklaim bahwa penilaian tentang apa yang akan dibeli dipengaruhi secara positif oleh persepsi kualitas. Pelanggan Gading Makmur cenderung melakukan pembelian dalam jumlah besar ketika mereka yakin bahwa suatu perusahaan atau produk memiliki kualitas yang lebih baik.

Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kain Besurek pada Atik Batik di Kota Bengkulu

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan dilihat dari $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $15,923 > 1,997$ dan nilai sig sebesar ,000. Atribut Produk (X_3) berpengaruh secara parsial dan bernilai positif terhadap Keputusan Pembelian (Y) Kain Besurek Atik Batik di Kota Bengkulu. Karakteristik produk adalah aspek-aspek produk yang dihargai oleh pelanggan dan menjadi dasar keputusan mereka. Kualitas produk merupakan bagian penyusunnya yang secara kolektif mempengaruhi

pilihan pembeli untuk membeli suatu produk (Syukrony, 2018). Hal ini dapat dicapai dengan menonjolkan setiap fitur produk dan tetap menggunakan konsep yang segar dan orisinal, yang akan mendorong lebih banyak orang untuk melakukan pembelian. Adapun indikator atribut produk yaitu (1) kualitas produk, mempunyai kualitas produk sangat baik dan berkualitas, (2) harga, memiliki harga yang sesuai dan ramah dikantong, (3) jaminan (garansi), memberi ganti rugi kepada konsumen bila produk ternyata rusak, (4) layanan pelengkap (suplementari service), pelayanan yang diberikan untuk konsumen sangat baik, (5) merek produk, merek memiliki motif yang khas yang membedakan dari produk-produk pesaing, (6) kemasan produk, kemasan produk mencegah ataupun meminimalisir terjadinya kerusakan pada produk yang di kemas, dan (7) desain produk, desain produk menentukan dan mendokumentasikan suatu produk.

Hasil penelitian ini didukung oleh (Pradana, M., & Reventiary, 2016) Fitur produk sepatu customized mempengaruhi keputusan pembelian konsumen sepanjang musim pembelian tahun 2015. Berdasarkan jawaban responden, terlihat bahwa sepatu Customade memiliki keistimewaan produk yang kuat. Namun masih terdapat ruang untuk perbaikan agar dapat sepenuhnya menyadari potensi atribut yang telah diberikan dan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap produk Customade.

Pengaruh *Lifestyle*, *Perceived Quality* dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kain Besurek pada Atik Batik di Kota Bengkulu

Diperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ nilai $F_{hitung} 102,454 > F_{tabel} 2,67$, disimpulkan *lifestyle* (X_1), *perceived quality* (X_2) dan Atribut produk (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y) kain besurek atik batik di Kota Bengkulu memiliki pengaruh secara simultan. Nilai koefisien korelasi berganda (R) 0,833 dapat dikatakan terdapat hubungan sangat kuat variabel *Lifestlye* (X_1), *Perceived Quality* (X_2) dan atribut produk (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y) kain besurek atik batik di Kota Bengkulu. Dan nilai koefisien diterminasi $R^2 = 0.684$. *Lifestlye* (X_1), *Perceived Quality* (X_2) dan atribut produk (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y) kain besurek pada atik batik di Kota Bengkulu memberikan sumbangan 68,4% dalam mempengaruhi sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel tidak diteliti

KESIMPULAN

Lifestyle (X_1) berpengaruh secara parsial dan positif terhadap Keputusan Pembelian (Y) Kain Besurek Pada Atik Batik di Kota Bengkulu. Adanya hubungan positif antara gaya hidup dalam keputusan pembelian menunjukkan ketika pelanggan percaya bahwa barang dagangan disediakan oleh atik batik Bengkulu mempunyai motif elegan dan mewah serta kualitas kain batik yang baik maka dengan itu akan meningkatkan keputusan pembelian. *Perceived Quality* (X_2) berpengaruh secara parsial dan bernilai positif terhadap Keputusan Pembelian (Y) Kain Besurek Pada Atik Batik di Kota Bengkulu. Pilihan pelanggan untuk membeli suatu produk berkorelasi positif dengan kualitas yang dirasakan ketika mereka yakin produk tersebut dipasok oleh mereka atik batik Bengkulu mempunyai bahan yang berkualitas, maka dengan itu akan meningkatkan keputusan pembelian. Atribut Produk (X_3) berpengaruh secara parsial dan bernilai positif terhadap Keputusan Pembelian (Y) Kain Besurek Pada Atik Batik di Kota Bengkulu. Setiap fitur produk dan penyampaian konsep segar dan orisinal diharapkan akan mendorong lebih banyak pelanggan melakukan pembelian. *Lifestyle* (X_1), *perceived quality* (X_2) dan Atribut produk (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y) kain besurek pada atik batik di Kota Bengkulu memiliki pengaruh secara simultan

REFERENSI

- Agustino, & Syaifullah. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Product Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt Long Time. *Jurnal Emba*, 8(1), 627–636.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 7(1), 17–32. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i1.4280>
- Gazali, M., Utomo, S., & Maryono, M. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Peralatan Outdoor Merek Eiger Di Kota Banjarmasin (Studi Pada Mahasiswa Pencinta Alam Di Kota Banjarmasin). *Smart Business Journal*, 1(1), 9. <https://doi.org/10.20527/sbj.v1i1.12785>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 23 (Edisi 8). Cetakan Ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.*
- Hair, J. Et. A. (2010). *Multivariate Data Analysis (7th Ed). United States : Pearson*".
- Hakim, L. M. (2018). Batik Sebagai Warisan Budaya Bangsa Dan Nation Brand Indonesia. *Nation State Journal Of International Studies*, 1(1), 61–90. <https://doi.org/10.24076/nsjis.2018v1i1.90>
- Kusumodewi, G. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kain Batik Mirota Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 4(3), 1–13.
- Mongisidi, S. J., Sepang, J., & Soepeno, D. (2019). Pengaruh Lifestyle Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Kasus Manado Town Square). *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3), 2949–2958. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/24041>

- Oscar, B., & Megantara, H. C. (2020). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Muslim Army. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10(1), 1–12. <https://ejournal.poltekpos.ac.id/index.php/promark/article/view/717>
- Pradana, M., & Reventiary, A. (2016). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Customade (Studi Di Merek Dagang Customade Indonesia). *Jurnal Manajemen*, 6(1), 1–10.
- Qomariah, N. (2020). Word Of Mouth Marketing (Wom): How Smart Companies Get People Talking. *Ejournal Administrasi Bisnis*, 8, 35–45.
- Rachman, A. Z. M., & Firmansyah, M. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Di Badkidsweat Surabaya. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 174–184.
- Sari, D. M. (2022). Kinerja Industri Kain Batik Basurek Di Kota Bengkulu. *Klassen*, 2(2), 157–171.
- Satriyo, G. A., & Astuti, S. R. T. (2016). Pengaruh Perceive Quality , Country Of Origin , Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mebel Pada. *Diponegoro Journal of Management* <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr> Volume 5, Nomor 4, Tahun 2016, Halaman 1-12 Issn(Online): 2337-3792 Pengaruh, 5, 1–12.
- Syukrony, A. W. (2018). *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian: Studi Kasus Pada Ukm Batik Tulis Lamongan Mutiara Sendang (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim)*.
- Yanti, D., & Haji, S. (2019). Studi Tentang Konsep-Konsep Transformasi Geometri Pada Kain Besurek Bengkulu. *Jnpm (Jurnal Nasional Pendidikan Matematika)*, 3(2), 265. <https://doi.org/10.33603/jnpm.v3i2.1744>