

No ISSN (jangan dirubah)

Nama Penulis

ISSN 2303-1174

M.Ch. Raintung, I. Ogi, L. Dotulong,....

PENGARUH GAYA HIDUP, WORD OF MOUTH

.....1 Spasi

THE INFLUENCE OF LIFESTYLE, WORD OF MOUTH

.....2 Spasi

Oleh:

Michael Ch. Raintung¹

Imelda Ogi²

Lucky Dotulong³

.....1 Spasi

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Sam Ratulangi

.....1 Spasi

E-mail:

¹michaelraintung@unsrat.ac.id

²imeldaogi@unsrat.ac.id

³luckydotulong@unsrat.ac.id

.....2 Spasi

Commented [M1]: Teks Jurnal dalam Bahasa Indonesia (Judul dalam bahasa Indonesia kemudian enter 1x judul dalam Bahasa Inggris, sebaliknya untuk teks jurnal dalam Bahasa Inggris)

Commented [M2]: Huruf Times New Roman 12

Commented [M3]: Times new roman 11

Commented [M4]: Email dosen pembimbing menggunakan email unsrat

Commented [M5]: Huruf tebal

Abstrak: Dewasa ini, perkembangan pesat terjadi hampir pada seluruh aspek kehidupan manusia, salah satunya dalam hal pemenuhan kebutuhan, baik yang bersifat primer, sekunder maupun tersier. Gloriusgloriuss Store sebagai bagian dari industri fashion di Kota Manado diperhadapkan dengan persaingan yang ketat sehingga membutuhkan strategi pemasaran yang tepat dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Tujuan Penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh gaya hidup, word of mouth dan endorsment terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 150 orang, dengan menggunakan teknik non probability sampling dan formula Slovin, sampel penelitian ini berjumlah 71 responden. Analisis data berupa uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinan, uji F, dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan pengaruh gaya hidup, word of mouth dan endorsement berpengaruh terhadap keputusan pembelian, secara parsial pengaruh gaya hidup, word of mouth dan endorsment berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan uji koefisien korelasi dan koefisien determinasi, diketahui pengaruh gaya hidup, word of mouth dan endorsment memiliki pengaruh sebesar 91,5% terhadap keputusan pembelian dan masuk dalam kategori hubungan yang sangat kuat. Saran untuk Gloriusgloriuss Store, hendaknya dapat memperhatikan faktor gaya hidup, word of mouth dan endorsment lewat merumuskan kebijakan-kebijakan atau langkah-langkah strategis agar supaya keputusan pembelian dapat meningkat.

Commented [M6]: Abstrak huruf times new roman 10

Kata Kunci: gaya hidup, word of mouth, endorsement, keputusan pembelian.

Abstract: Nowadays, rapid development occurs in all aspects of human life, one of which is in fulfilling needs, both primary, secondary and tertiary. Gloriusgloriuss Store as part of the fashion industry in Manado City is faced with intense competition, so it requires the right marketing strategy in improving consumer purchasing decisions. The purpose of this study is to analyze the influence of lifestyle, word of mouth and endorsement on purchasing decisions. The population in this study amounted to 150 people, using non-probability sampling techniques and the Slovin formula, the sample of this study amounted to 71 respondents. Data analysis was in the form of validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heterokedasticity test, multiple linear regression analysis, determinant coefficient test, F test, and t test. The results showed that the simultaneous influence of lifestyle, word of mouth and endorsement influenced purchasing decisions, partially the influence of lifestyle, word of mouth and endorsment had a positive and significant effect on purchasing decisions. Based on the test of the correlation coefficient and the coefficient of determination, it is known that the influence of lifestyle, word of mouth and endorsment has an influence of 91.5% on purchasing decisions and is included in the category of a very strong relationship. Suggestions for Gloriusgloriuss Store, should be able to pay attention to lifestyle factors, word of mouth and endorsement through formulating policies or strategic steps so that purchasing decisions can increase.

Keywords: lifestyle, word of mouth, endorsment, purchasing decisions.

No Halaman dan Keterangan Jurnal mengikuti template (tidak perlu dirubah)

PENDAHULUAN**Latar Belakang**

Dunia bisnis yang tumbuh dengan pesat menjadi tantangan maupun ancaman bagi para pelaku usaha agar dapat memenangkan persaingan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya. Industri fashion di Indonesia saat ini berkembang dengan sangat pesat. Kondisi tersebut sejalan dengan semakin berkembangnya kesadaran masyarakat akan fashion yang sudah mengarah pada pemenuhan gaya hidup dalam berbusana, sehingga dapat dikatakan bahwa kebutuhan berbusana pada zaman sekarang tidak hanya untuk menutupi tubuh, tetapi juga sebagai sarana berkomunikasi dan menunjukkan gaya hidup dan identitas pemakaiannya.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh :

1. Gaya hidup, *word of mouth* dan *endorment* secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Gloriusgloriuss Store Manado.
2. Gaya hidup secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Gloriusgloriuss Store Manado.
3. *Word of mouth* secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Gloriusgloriuss Store Manado.
4. *Endorsment* secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Gloriusgloriuss Store Manado.

Commented [M7]: Isi jurnal di tulis menggunakan font times new roman 11



No Halaman dan Keterangan
Jurnal mengikuti template
(tidak perlu dirubah)

TINJAUAN PUSTAKA

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah proses integrase yang digunakan untuk mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih satu di antaranya (Peter dan Olson, 2013: 163). Keputusan pembelian tidak terpisahkan dari bagaimana sifat seorang konsumen (consumer behavior) sehingga masing-masing konsumen memiliki kebiasaan yang berbeda dalam melakukan pembelian, adapun indikator yang digunakan untuk mengukur keputusan pembeian konsumen, diantaranya: keinginan untuk menggunakan produk, keinginan untuk membeli produk, memprioritaskan pembelian suatu produk, kesediaan untuk berkorban (waktu, biaya dan tenaga) untuk mendapatkan suatu produk (Hsu dan Chang, 2008: 148).

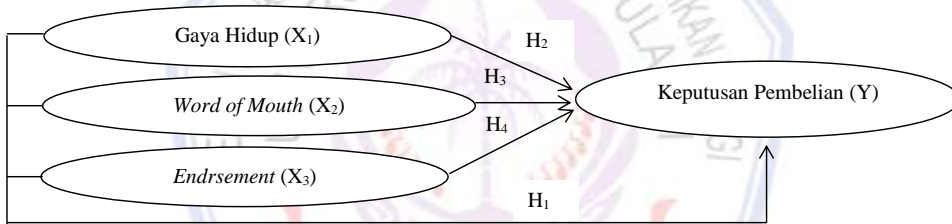
Commented [M8]: Contoh cara mengutip menggunakan format Harvard APA Style, nama penulis di akhir kalimat

Penelitian Terdahulu

Dmour et al (2017) dalam penelitian yang berjudul The Effect of Lifestyle on Online Purchasing Decision for Electronic Services: The Jordanian Flying E-Tickets Case, bertujuan untuk menguji bagaimana gaya hidup penumpang Yordania memengaruhi keputusan pembelian e-tiket online dengan memanfaatkan teori AIO (Aktivitas, Minat, dan Opini). Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup penumpang Yordania secara signifikan mempengaruhi pembelian tiket elektronik mereka. Analisis hasil menunjukkan bahwa masing-masing dimensi gaya hidup: Kegiatan, Minat, dan Pendapat, memiliki efek positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian Layanan e-tiket.

Commented [M9]: Contoh menggunakan format Harvard APA Style, nama penulis di awal kutipan, dan untuk contoh ini penulis lebih dari 2 orang, sehingga menggunakan et.al

Model Penelitian



Gambar 1. Kerangka Berpikir
Sumber: Kajian teori, 2019

Y = b0 + β1X1 + β2X2 + β3X3 + εi

Commented [M10]: Gambar ada di tengah2 halaman jarak batas kiri dan kanan sama. Keterangan gambar di tulis dibawah gambar, kemudian di ikuti dengan sumbernya. (seperti contoh ini)

Commented [M11]: Penulisan rumus harus menggunakan mathematical equation model (π) dengan cara (klik Insert pada menu Insert di pojok kanan atas klik symbol π Equation)

Tabel 1. Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Gaya Hidup	.101	9.934
	Word of Mouth	.116	8.588
	Endorsement	.133	7.547

Sumber : Hasil olah data, 2020.

Commented [M12]: Penulisan nama tabel dimulai dengan tabel 1 dan seterusnya, tabel dibuat dalam bentuk terbuka (tidak ada garis vertical/garis dari sisi atas ke bawah), di bawah tabel harus dicantumkan Sumber.)

No Halaman dan Keterangan Jurnal mengikuti template (tidak perlu dirubah)

Analisa Regresi Linier Berganda

Tabel 2. Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	.665	.134	
1			
Gaya Hidup	.270	.107	.284
Word of Mouth	.259	.097	.278
Endorsment	.393	.091	.421

Sumber: Hasil olah data, 2020.

DAFTAR PUSTAKA

Angkasa, M. Y., Tawas, H. N., dan Raintung, M. Ch. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser dan Citra Merek Terhadap Keputusan Membeli Motor Honda Beat Di Kota Manado. *Jurnal EMBA*. Vol. 5, No. 2, Hal. 1834–1845. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/16402>. Diakses pada 18 Desember 2020.

Cahya, H. (2018). Pengaruh *Testimonial* dan *Endorsement* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab Melalui Media Sosial Instagram pada Toko Queena Hijab Samarinda. *eJournal Administrasi Bisnis*. Vol. 4, No. 6, Hal. 1384-1398. [http://ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id/site/wpcontent/uploads/2018/10/Jurnal%20\(10-05-18-12-46-18\).pdf](http://ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id/site/wpcontent/uploads/2018/10/Jurnal%20(10-05-18-12-46-18).pdf). Diakses pada 27 Agustus, 2019.

Kotler, P, dan Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.

Moriarty, S., Mitchell, M., dan Well, W. (2011). *Advertising*. Kencana Prenada Media Grup, Jakarta.

Ikatan Akuntan Indonesia (IAI). 2011a. Aset Tidak Lancar yang Dimiliki untuk Dijual dan Operasi yang Dihentikan. Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan No. 58 (Revisi 2009). DSAK-IAI. Jakarta

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2010 Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan. 28 Januari 2010. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2010 Nomor 23. Jakarta.

Commented [M13]: Contoh penulisan daftar pustaka menggunakan format Harvard APA Style

Commented [M14]: Kutipan berasal dari jurnal yang dipublikasi dengan 3 orang penulis

Commented [M15]: Kutipan dari jurnal yang dipublikasi dengan 1 orang penulis

Commented [M16]: Kutipan yang berasal dari buku reference

Commented [M17]: Kutipan yang bersumber dari ASOSIASI

Commented [M18]: Kutipan yang bersumber dari UU

No Halaman dan Keterangan Jurnal mengikuti template (tidak perlu dirubah)