BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dan industri membawa dampak bagi kehidupan manusia terutama dunia usaha yang bermunculan baik perusahaan kecil maupun perusahaan besar sehingga menyebabkan persaingan ketat antar perusahaan baik yang sejenis maupun yang berbeda jenis. Oleh karena itu, pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan dalam menghadapi persaingan, pengembangan usaha dan untuk mendapatkan laba. Sehingga perusahaan dapat mengembangkan produknya, menetapkan harga, mengadakan promosi dan mendistribusikan barang dengan efektif.

Perusahaan yang bergerak di bidang produk herbal berkembang pesat. Kesadaran konsumen yang meningkat untuk memperhatikan kehidupan dan kesehatan menunjukkan hal ini. Untuk memperoleh kondisi kesehatan yang terbaik, berbagai cara digunakan. Menurut Badan Kesehatan Dunia atau (WHO), salah satu cara menjaga kesehatan yakni dengan mengubah pola konsumsi yang sehat. Misalnya cara memilih makanan sehat yaitu buah dan sayur, serta menjaga keseimbangan dengan karbohidrat dan protein yang dibutuhkan. Herbalife, perusahaan yang bergerak di bidang nutrisi sehat. Konsumen yang sudah beralih mengkonsumsi herbal lah yang menyebabkan herbalife memiliki kepedulian dan semakin semangat untuk merubah masyarakat menjadi manusia yang peduli terhadap lingkungan dan kesehatan.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Melewati segala tantangan agar dapat menciptakan konsumen yang peduli dengan gaya hidup yang sehat dan persaingan yang semakin ketat, perusahaan harus meningkatkan kualitas produk agar dapat mempertahankan pelanggannya. Herbalife gencar memperbaharui produk yang akan dipasarkannya ke masyarakat. Mulai dari pil, minuman serbuk dan berbentuk teh. *Country General Manager* herbalife Indonesia Andam Dewi mengatakan kegiatan kampanye PESAN 2016 sesuai dengan komitmen herbalife Indonesia untuk mewujudkan Indonesia sehat dan bugar serta gaya hidup sehat dan aktif di kalangan masyarakat.

Dimasa pandemi seperti saat ini orang-orang cenderung lebih mengutamakan mengkonsumsi makanan atau minuman dan akan meningkatkan metabolisme dan meningkatkan daya imunitas mereka. Mengkonsumsi buah-buahan, sayuran dan makanan sehat. Disini Herbalife merupakan salah satu pilihan yang dapat mereka konsumsi. Sehatnya dapat, enaknya dapat dan mudah untuk didapatkan. Produk-produk Herbalife dijual di lebih dari 90 negara di dunia. Berdasarkan riset penelitian, Herbalife menduduki posisi pertama pertumbuhan penjualan di Indonesia 5 tahun terakhir, menjadi makanan sehat pengganti nomor 1 di Indonesia, serta menjadi pengelolaan berat badan nomor 1 di Indonesia.

Di Indonesia, banyak produk Herbalife sudah teregistrasi di Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) sejak 2003, di antarannya adalah *Thermojetics Herbals Concentrate-Original* dan *NRG Nature S Raw Guarana Instant Tea*. Ada pula produk yang masih berlaku Nomor Izin Edarnya (NIE), seperti *Herbalifeline, Lipo Bond Tablet, Nutritional Shake Mix (French Vanilla, Wild Berry, Dutch Chocolate*), *Fiber & Herb Tablet, Cell-U-Loss Tablet, Herbal*

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Concentrate, dan Nutrition Active. "Produk yang memiliki NIE di Indonesia telah dilakukan evaluasi kemanfaatan, keamanan, dan mutu pada saat pendaftaran produk," ujar Kepala BPOM Penny K. Lukito.

Tabel I.1 Nama produk dan Khasiat Herbalife

No.	Nama Produk	Khasiat
1.	Herbalife NRG *(nature's Raw Guarana)*	Teh herbal baik untuk kesehatan. Teh guarana berasal dari Amerika Selatan diracik dengan tanaman herbal lainnya. *NRG Tea Herbalife* bermanfaat meningkatkan kekebaalan tubuh sehingga membuat makanan lebih cepat dicerna dan menghasilkan energi dari pembakaran lemak dan kalori.
2.	*Herbalife Shake Mix*	Minuman kesehatan yang menyediakan nutrisi yang lengkap dan sehat bagi tubuh. *Herbalife Shake Mix* memiliki 4 varian rasa yaitu *dutch chocolate, french vanilla, wild berry,* dan *mint choco*. Jika diminum secara rutin dapat membuat berat badan turun perlahan sampai ke titik ideal.
3.	*Herbal Tea Concentrate*	Produk teh herbalife rendah lemak dan kalori. *Herbal Tea Concentrate* disebut juga thermo tea karena manfaatnya yang mampu

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

		membakar lemak yang mengendap didalam tubuh, mempercepat proses metabolisme, dan melancarkan proses pencernaan.
4.	Cell U Loss	Produk ini berupa tablet. Produk ini bermanfaat menghilangkan lemak di dalam tubuh, mengeluarkan air yang tidak diperlukan didalam tubuh, serta menjaga pH tubuh hingga batas normal. Herbalifeline adalah minuman yang banyak mengandung omega 3. Khasiat yang diperoleh seperti membuat kokoh tulang sendi, menghambat penyakit jantung dan kanker, menambah asupan bagi otak, mencegah vertigo, dan khasiat menyehatkan lainnya.
5.	Tri Shield	Dapat diminum untuk yang menderita kolesterol lalu penyakit jantung tidak pernah menurun. Penyakit ini disebabkan karena pola konsumsi yang tidak sehat dan jarang melakukan olahraga.
6.	*Herbal Concentrate Aloe*	Produk berkhasiat dari Herbalife. Berikut khasiat yang diperoleh saat mengkonsumsi minuman ini adalah memperlancar proses pencernaan , meningkatkan kekebalan tubuh

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

		sehingga tidak sakit, membantu menurunkan obesitas, dan juga mendetoks racun berbahaya yang ada di tubuh.
7.	*Fiber & Herb Tablets*	Merupakan solusi sehat bagi orang-orang yang bermasalah sistem pencernaannya.

Sumber *: Herbalife Nutrition*

Demham mendirikan *Nutrition Club* diharapkan membantu para konsumen yang tidak menerapkan gaya hidup yang baik menjadi beralih ke gaya hidup yang baik dan sehat. *Nutrition Club* adalah wadah tempat konsumen yang mengkonsumsi herbalife berkumpul. Klub jojo bugar adalah *nutrition club* yang ada di kota Duri. Tempat tersebut menyediakan produk-produk herbalife untuk dijual dan dikonsumsi di tempat, serta di klub jojo bugar juga memberikan pengetahuan ke konsumen mengenai vitamin dan pola konsumsi sehat, disana juga menyediakan sarana untuk berolahraga bersama yang biasa dilaksanakan di pagi hari lalu sore hari setiap 2 kali seminggu, saat olahraga selesai konsumen diberikan satu gelas shake herbalife sebagai asupan sarapan dan teh *herbal concentrate*. Oleh karenanya pemasaran herbalife gencar di lakukan agar adanya kesadaran dari masyarakat untuk menjaga makanan dan konsumsi yang diserap oleh tubuh dapat memberikan hasil positif bagi tubuh kita.

Kutestraningdian (2012) berpendapat bahwa konsumen saat ini juga sangat kritis dalam memilih suatu produk, hingga keputusan untuk membeli produk tersebut. Kesadaran dan kepedulian masyarakat terhadap kesehatan, keamanan makanan, isu isu etis merupakan salah satu trend perilaku konsumen di beberapa

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

tahun terakhir di Indonesia. Herbalife Klub Jojo Bugar yang terletak di kota Duri tepatnya di Jl. Jenderal Sudirman. Memiliki 100 anggota namun hanya 75 orang saja yang menjadi member aktif. Jumlah tersebut dijadikan sebagai objek penelitian yang merupakan anggota tetap yang masih aktif bergabung di Klub Jojo Bugar. Dari data yang dimiliki, berikut 30 dari 75 data member yang masih aktif menggunakan herbalife.

Tabel 1.2 Pengguna Produk Herbalife di Klub Jojo Bugar

No	Nama	Gender	Pekerjaan	Usia
1.	Zulkarnaen	Pria	Pegawai Swasta	53
2.	Haslinda	Wanita	IRT	55
3.	Eko	Pria	Wirausaha	29
4.	Rosma	Wanita	IRT	45
5.	Putri	Wanita	Mahasiswa/pelajar	20
6.	Sakinah	Wanita	IRT	34
7.	Nofrizal	Pria	Wirausaha	43
8.	Ambra	Pria	Wirausaha	33
9.	Hengki	Pria	Wiraswasta	39
10.	Syamsiur	Pria	Wiraswasta	41
11.	M. Saif	Pria	Mahasiswa/pelajar	20
12.	Fitri	Wanita	Wiraswasta	35
13.	Juwita	Wanita	IRT	38
14.	Fahmi	Pria	Buruh	37
15.	Karto	Pria	Wiraswasta	44
16.	Haryanto	Pria	Wiraswasta	38
17.	Aulia	Wanita	PNS	23
18.	Syahri	Pria	Buruh	25
19.	Vivi	Wanita	IRT	45
20.	Candra	Pria	Wiraswasta	36
21.	Lulu	Wanita	IRT	31
22.	Winda	Wanita	IRT	25
23.	Aldi	Pria	Buruh	33
24.	Haluwa	Wanita	PNS	32
25.	Dewi	Wanita	IRT	26
26.	Santi	Wanita	IRT	23
27.	Abi	Pria	IRT	22
28.	Dlya	Wanita	Wiraswasta	18
29.	Cia	Wanita	Mahasiswa/pelajar	22

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

30.	Gery	Pria	Wiraswasta	32

Menurut W.Y Stanton, pemasaran adalah sesuatu yang meliputi seluruh sistem yang berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga sampai dengan mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang bisa memuaskan kebutuhan pembeli aktual maupun potensial. Herbalife di Klub Jojo Bugar memiliki program setiap hari dipagi hari mulai dari pukul 7 pagi sampai dengan pukul 10 mereka akan melayani bagi siapapun member ataupun non-member yang ingin mengkonsumsi *Herbalife Shake Mix, Herbalife NRG* maupun produk lainnya. Mereka akan mempersiapkannya untuk dikonsumsi langsung di tempat. Setiap 2 kali seminggu juga diadakan senam sehat bagi peserta member.

Di masa-masa pandemi saat ini, kita memang perlu memperkuat sistem imunitas kita dengan mengkonsumsi makanan bergizi dan bervitamin. Terkadang mengolah makanan sehat yang cukup rumit dan keterbatasan waktu dan bahan, namun, badan tetap harus dituntut tetap sehat. Karena latar belakang tersebut itulah, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : **"Pengaruh Gaya Hidup Sehat dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbalife Klub Jojo Bugar di Kota Duri"**.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

1.2. Rumusan Masalah

Dari uraian dilatar belakang masalah, maka dapat dirumusakan permasalah masalah yang akan menjadi fokus penelian antara lain:

1.2.1. Bagaimana pengaruh gaya hidup sehat terhadap keputusan pembelian produk Herbalife Klub Jojo Bugar di Kota Duri.

1.2.2. Bagaimana pengaruh motivasi terhadap keputusan pembelian produk Herbalife Klub Jojo Bugar di Kota Duri.

1.2.3. Bagaimana pengaruh gaya hidup sehat dan motivasi terhadap keputusan pembelian produk Herbalife Klub Jojo Bugar di Kota Duri.

1.3. Tujuan Penelitian

Dari uraian dirumusan masalah diatas, maka dapat ditarik kesimpulan dari tujuan penelitian ini untuk:

1.3.1. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup sehat terhadap keputusan pembelian produk Herbalife Klub Jojo Bugar di Kota Duri.

1.3.2. Untuk mengetahui pengaruh motivasi terhadap keputusan pembelian produk Herbalife Klub Jojo Bugar di Kota Duri.

1.3.3. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup sehat dan motivasi terhadap keputusan pembelian produk Herbalife Klub Jojo Bugar di Kota Duri.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

1.4. Manfaat Penelitian

Apabila tujuan dari penelitian ini dicapai maka diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1.4.1. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan literatur bagi penelitian dimasa yang akan datang.

1.4.2. Bagi Penulis

Untuk menambah pengetahuan dan wawasan dalam bidang Manajemen Pemasaran serta sebagai syarat akademisi untuk menyelesaikan Strata 1 Jurusan Manajemen Universitas Islam Riau.

1.4.3. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan bagi perusahaan mengetahui bagaimana pengaruh gaya hidup sehat dan motivasi terhadap keputusan pembelian produk Herbalife Klub Jojo Bugar di Kota Duri.

1.5. Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui secara garis besar penyusunan proposal ini maka penulis membaginya dalam 6 (enam) bab seperti ini :

BAB 1 : PENDAHULUAN

Pada bab ini akan diuraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB II : TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Pada bab ini akan diuraikan beberapa teori yang berhubungan dengan penelitian, penelitian terdahulu, kerangka berfikir, dan hipotesis.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini akan dijelaskan tentang lokasi penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data dan analisis data.

BAB IV : GAMBAR UMUM OBJEK PENELITIAN

Pada bab ini akan menjelaskan mengenai bagaimana respon dari konsumen pengguna Herbalife

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan membuat hasil penelitian dan pembahasan tentang Pengaruh gaya hidup sehat dan motivasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk herbalife di kota Duri.

BAB VI : PENUTUP

Pada bab ini berisikan kesimpulan dan saran berdasarkan hasil penelitian.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1. Keputusan Pembelian

(1) Pengertian Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan perilaku atau tindakan yang dilakukan konsumen terhadap beberapa pilihan merek barang atau jasa, yang dianggap dapat memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Kotler (2002) berpendapat bahwa keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Sedangkan menurut setiadi (2008:416) keputusan pembelian merupakan perilaku konsumen dalam memperlakukan pengambilan keputusan konsumen sebagai pemecah masalah yan dihadapinya. Keputusan pembelian adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih prilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya (Nugroho 2003:38).

Peranan konsumen dalam keputusan pembelian menurut Swastha dan Handoko (2011) berpendapat bahwa lima peran individu dalam sebuah keputusan membeli, yaitu :

1. Pengambilan Inisiatif, maksudnya orang yang mempunyai insiatif terhadap pembelian barang tertentu atau yang memiliki kebutuhan maupun keinginan tetapi tidak memiliki wewenang sendiri untuk melakukannya.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

2. Seseorang yag dapat mempengaruhi (*Influencer*), maksudnya seorang yang dapat memberi pengaruh terhadap keputusan pembelian entah itu sengaja maupun tidak.
3. Pembuat keputusan (*decider*), maksudnya seorang yang menentukan keputusan apakah akan membeli atau tidak, apakah yang akan dibeli, bagaimana cara membelinya, kapan dan dimana membelinya.
4. Pembeli (*buyer*) , maksudnya seseorang yang melakukan pembelian kepada penjual.
5. Pemakai (*user*) maksudnya seorang yang menikmati hasil dari pembelian barang/jasa.

2.1.1 Tahap-tahap Dalam Proses Keputusan Pembelian

Untuk mengambil suatu keputusan pembelian dibutuhkan proses. Dimana dalam prosesnya merupakan indikator dari pengambilan keputusan pembelian yang spesifik, Kotler dan Keller (2016:234) berpendapat bahwa proses keputusan pembelian konsumen terdiri dari lima tahapan yang dilakukan seorang konsumen sebelum sampai pada keputusan pembelian dan selanjutnya pasca pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa indikator proses membeli yang dilakukan oleh konsumen mempunyai konsekuensi setelah pembelian tersebut dilakukan.

Gambar 2.1 Tahap-tahap Dalam Proses Keputusan Pembelian

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Sumber : Kotler (2000)

Lima Tahapan keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller (2016:235-243), yaitu:

1. Pengenalan Kebutuhan

Ketika pembeli menyadari kebutuhannya, proses pembelian dimulai. Kebutuhan ini dapat dipicu dengan membeli rangsangan internal atau eksternal.

2. Pencarian Informasi

Konsumen memperoleh informasi dari berbagai sumber,seperti :

a. Sumber Pribadi : Keluarga, teman dan kenalan
b. Sumber Komersial : Iklan, Tenaga penyalur kemasan
c. Sumber Publik : Media Massa, Organisasi Konsumen.
d. Sumber Eksprimental : pernah menguji atau menggunakan produk

3. Evaluasi Alternatif

Di tahapan ini tidak ada suatu proses evaluasi yang mudah di pergunakan untuk semua konsumen atau bahkan seorang konsumen dalam semua situasi pembelian.

4. Keputusan pembelian

Tahapan yang di awali evaluasi terhadap berbagai alternatif yang bisa dilihat di atribut yang melekat dengan produk. Dengan instruksi ini, konsumen bisa menentukan pilihan. Tetapi terdapat dua faktor yang mempengaruhi sikap dalam memilih suatu produk, yaitu sikap negatif atau positif terhadap produk tersebut.

5. Perilaku Setelah Pembelian

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Setelah membeli, konsumen akan merasakan kepuasan atau ketidakpuasan tertentu, dan akan tetap waspada dengan informasi yang mendukung keputusan mereka.

2.1.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Menurut phillip Kotler (2003:202) perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh empat faktor, diantaranya sebagai berikut:

1. Faktor budaya

Budaya, subkultur dan kelas sosial sangat penting bagi perilaku pembelian. Budaya sendiri merupakan penentu keinginan yang paling dasar. Anak-anak yang sedang berkembang akan memperoleh serangkaian nilai, konsep, preferensi dan perilaku dari keluarga dan lembaga penting lainnya. Misalnya, anak-anak yang besar di negara-negara Barat (seperti Amerika Serikat) sangat dipengaruhi oleh nilai berikut: prestasi, aktivitas, efisiensi, kemajuan, kenyamanan materi, individualisme, kebebasan, humanisme, dan semangat agar hidup lebih lama lagi. Setiap subkultur terdiri dari banyak subkultur yang selanjutnya mendefinisikan, mengidentifikasi, dan mensosialisasikan anggotanya, seperti ras, kebangsaan, agama, kelompok, dan wilayah geografis.

Pada dasarnya dalam kehidupan masyarakat tertentu terdapat hierarki sosial (kelas). Hierarki sosial ini berbentuk sistem yang disebut kasta.Dalam sistem kasta, kasta mencerminkan kelas sosial yang relatif homogen dan permanen, tatanan hierarki, dan anggotanya menikmati nilai, minat, dan perilaku yang serupa. Kelas sosial tidak hanya mencerminkan pendapatan, tetapi juga indikator lain, seperti pekerjaan, tingkat pendidikan, perilaku pakaian, ucapan, hiburan, dll.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

2. Faktor Sosial

Suatu perilaku pembelian konsumen juga bisa dipengaruhi oleh faktor sosial diantaranya seperti yaitu:

a. Kelompok Acuan

Kelompok ini dapat diartikan sebagai kelompok yang secara tidak langsung bisa mempengaruhi suatu sikap atau bahkan perilaku seseorang dalam bertindak. Kelompok ini biasanya bisa disebut dengan kelompok keanggotaan, yakni kelompok yang memiliki pengaruh secara langsung kepada seorang individu. Anggotanya ini biasanya yaitu anggota kelompok utama, seperti teman, keluarga, tetangga atau rekan kerja yang mana biasanya selalu bercengkrama terus menerus dalam situasi yang tidak formal.

b. Keluarga

Di organisasi pembelian konsumen, akan dibedakan jenis keluarganya menjadi dua bagian, yakni keluarga orientas atau keluarga sekandung namun tidak begitu dekat, tetapi mereka yang dapat memberi pemahaman menganai agama, politik, ekonomi serta pemahaman mengenai kehidupan sekarang dan yang akan datang. Lalu kedua ada keluarga yang terdiri dari pasangan atau anak-anaknya. Biasanya keluarga ini disebut dengan keluarga prokreasi.

c. Peran dan Status

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Berikutnya yang dapat menjadi faktor sosial yang bisa membuat pengaruh bagi perilaku pembelian seseorang yaitu peran dan status pelaku di masyarakat. Semakin tinggi suatu peran maka status mereka akan tinggi di organisasi yang dijalaninya. Contohnya, seperti seorang yang memiliki jabatan *manager* di sebuah kantor memiliki status dan peran yang diakui cukup tinggi dibanding dengan *driver*-nya. Maka saat itu juga perilakunya untuk membeli suatu barang akan berbeda. *Manager* akan cenderung memerhatikan merek, harga dan nilainya dimata orang ramai. Namun berbeda dengan supirnya, dia akan membeli barang yang hanya ada nilainya saat dia memang sangat membutuhkannya.

3. Pribadi

Lalu keputusan pembelian juga dapat dilihat dari karakteristik pribadinya, seperti : usia dan siklus hidup keluarga, peerjaan dan lingkungan ekonominya, lalu gaya hidup yang dijalaninya, dan kepribadian, konsep diri dari sang pembeli.

a. Usia dan siklus hidup keluarga

Usia akan mempengaruhi keputusan pembelian sebab setiap usia akan berbeda standar kebutuhannya. Seseorang yang masi balita dia akan cenderung membeli makanan atau mainan yang menurutnya menarik berbeda dengan orang dewasa yang akan membeli barang saat dia ingin dan memiliki kebutuhan akan suatu barang.

b. Pekerjaan dan lingkungan ekonomi

Suatu pekerjaan dan lingkungan ekonomi akan berpengaruh pada pola konsumsi. Bisa diambil contohnya seperti : seseorang yang memiliki pekerjaan sebagai fotografer dia akan cenderung memiliki hobi dengan alat-alat yang

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

berhubungan dengan kamera. Jadi standar kebutuhannya akan berbeda dengan orang yang bekerja sebagai montir. Seorang montir lebih memilih berbelanja alat montirnya daripada membeli kamera karena dia tidak membutuhkannya.

c. Gaya hidup

Dari gaya hidup dapat kita ambil kesimpulan bahwa seseorang akan memiliki keputusan pembelian dengan cara dia hidup. Dari aktivitas yang dilakukannya dan dari minatnya kan suatu barang. Misalnya terhadap kelas sosial dan pekerjaan. Seseorang yang memiliki kelas sosial diatas rata-rata karena penghasilannya yang juga mendukung dia cenderung memiliki gaya hidup yang mewah dan bergemilang dengan harta. Saat dia ingin berbelanja tidak memperhatikan nilai lagi tetapi dia hanya ingin berbelanja saja memenuhi kesenangannya. Lalu pekerjaan, jika seseorang sudah memiliki pekerjaan yang bagus dia akan leluasa untuk memperoleh barang yang diinginkannya, berbeda dengan seseorang yang belum memiliki pekerjaan yang tetap. Dia akan sangat matang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dan hanya akan memebeli keperluannya disaat keadaan mendesak saja.

d. Kepribadian

Setiap orang memiliki berbagai ciri kepribadian yang berbeda, yang dapat mempengaruhi aktivitas pembelian mereka. Kepribadian adalah ciri psikologis unik manusia, yang menghasilkan respons yang konsisten dan tahan lama terhadap rangsangan lingkungan. Kepribadian dapat menjadi variabel yang sangat berguna dalam menganalisis pilihan merek konsumen. Hal ini disebakan karena

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

beberapa kalangan konsumen akan memilih merek yang cocok dengan kepribadiannya.

4. Psikologis

Terakhir, faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah faktor psikologis. Faktor ini dipengaruhi oleh empat faktor utama diantaranya sebagai berikut:

a. Motivasi

Seseorang memiliki banyak kebutuhan pada waktu-waktu tertentu. Beberapa kebutuhan ini muncul dari tekanan biologis seperti rasa lapar, haus, dan ketidaknyamanan. Pada saat yang sama, beberapa kebutuhan lain mungkin bersifat psikologis. Dengan kata lain, itu perlu datang dari tekanan psikologis, seperti kebutuhan untuk mengenali, menghargai atau memiliki rasa kelompok. Ketika seseorang mengamati suatu merek, ia tidak hanya akan menanggapi kemampuan nyata yang terlihat pada merek tersebut, tetapi juga melihat isyarat halus lainnya seperti bentuk, ukuran, berat, bahan, warna, dan nama merek, yang akan menginspirasi cara berpikir tertentu dan perasaan yang mereka rasakan.

b. Persepsi

Seseorang yang termotivasi siap untuk segera melakukan tindakan. Bagaimana tindakan seseorang yang termotivasi akan dipengaruhi oleh persepsinya terhadap situasi tertentu. Persepsi dapat diartikan sebagai sebuah proses yang digunkan individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasi masukan informasi guna menciptakan sebuah gambaran (Bernard Barelson, dalam Kotler 2003:217).

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

2.2. Gaya Hidup Sehat

1) Pengertian Gaya Hidup Sehat

Menurut KBBI sehat didefinisikan sebagai keadaan yang baik seluruh badan dan bagian-bagiannya. Definisi lain diberikan oleh Danna and Griffin (dikutip oleh Jones, Norman, and Wier, 2010) yang mendefinisikan *healthy lifestyle* sebagai aktivitas mempertahankan program pelatihan fisik rutin, diet seimbang, kebiasaan tidur yang baik, dan membatasi diri dari kelebihan konsumsi produk alkohol dan tembakau. *World Health Organization* (WHO) memberikan definisi gaya hidup sehat berkaitan dengan tiga hal utama dalam hidup, yaitu:

1. Gaya hidup sehat adalah gaya hidup yang meminimalkan risiko penyakit serius atau kematian. Meski tidak semua penyakit dapat dicegah, namun data WHO menunjukkan bahwa sebagian besar kematian penduduk disebabkan oleh penyakit jantung koroner dan kanker paru-paru, sehingga harus dicegah sejak dini.
2. Gaya hidup sehat adalah gaya hidup yang memungkinkan orang untuk menikmati hidup. Pasalnya, kesehatan tidak hanya terkait dengan penyakit dan penyakit, tetapi juga kondisi fisik, mental, dan kesejahteraan sosial.
3. Gaya hidup sehat adalah gaya hidup yang dapat membantu seluruh keluarga. Ketika seseorang menjalani gaya hidup sehat, dia adalah panutan yang baik bagi semua anggota keluarga termasuk anak-anak. Menerapkan pola hidup sehat berarti menciptakan lingkungan yang

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

lebih baik, terutama untuk tumbuh kembang anak, serta berkontribusi pada terciptanya kesejahteraan dan kesuksesan anak di masa depan.

Gaya hidup yaitu proses seseorang untuk berusaha penyesuaian dirinya dengan dasar-dasar kehidupannya, walaupun nantinya akan terjadi perubahan disekitar lingkungannya. Dan karenanya gaya hidup akan berubah sesuai dengan waktu yang tepat sesuai dengan keseimbangan hidup dilingkungan dan sekitarnya. Hal inilah yang membuat segmen gaya hidup lebih sering digunakan untuk memprediksi suatu perilaku konsumen bagi tujuan pemasaran (Chen, 2009).

Gaya hidup sehat diartikan yaitu suatu pola konsumsi yang bisa diterapkan di berbagai bentuk, seperti : dari aktivitas, tertarik dengan kesehatan, atau pendapatnya mengenai perlunya menerapkan gaya hidup yang sehat entah itu dari makanan, kehidupan, atau sosialisasinya (Magistris dan Gracia, 2008). Menurut Wijaya (2013) adalah gaya hidup konsumsi yang sehat bisa diartikan dengan aktivitas, opini dan minat yang sesuai dengan kesehatan yang bisa berkaitan dengan kesejahteraan hidup.

Menurut Kotler dan Amstrong (2012) menyebutkan bahwa ada faktor internal yang dapat berpengaruh pada gaya hidup yakni pengamalan, sikap, kepribadian, pengamatan, persepsi dan konsep diri. Dan faktor eksternal yang berpengaruh yakni kelompok kerja, tetangga, keluarga, dan strata sosial.

2.2.1 Indikator Gaya Hidup Sehat

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Menurut Magistris dan Gracia (2008) dalam Suprapto dan Wijaya (2012) terdapat beberapa indikator gaya hidup sehat:

1. Aktivitas, yaitu kegiatan yang dapat dilakukan diluar ruangan dan dalam ruangan yang dapat berhubungan dengan fisik ataupun non-fisik.
2. Minat dan opini orientasi konsumsi sehat dapat berupa keinginannya untuk mengkonsumsi segala hal makanan yang sehat dan bergizi tinggi agar dapat menyesuaikan dengan pola konsumsi yang sehat.
3. Menghindari makanan sintetis, yakni tidak mengkonsumsi makanan yang mengandung atau memiliki bahan yang tidak baik bagi kesehatan atau dapat merusak sistem kerja tubuh.
4. Tertarik pada hal kesehatan makanan, yaitu menyukai makanan yang bergizi tinggi dan mengandung empat sehat lima sempurna seperti : buah, sayur, daging dan jenis makanan bergizi lainnya.
5. Hubungan konsumsi dan kesehatan, yaitu keselarasan dari jenis makanan yang dimakan dengan kandungan gizi didalam makanan.
6. Mengelola pola konsumsi yang sehat, yaitu memaksimalkan aturan konsumsi yang harus di makan, agar dapat berpengaruh positif ditubuh.

2.3. Motivasi

1) Pengertian Motivasi

Setiadi (2003) mendefinisikan motivasi konsumen adalah keadaan didalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan guna mencapai suatu tujuan. Dengan motivasi maka seseorang akan mudah untuk mengetahui apa saja tujuan yang ingin mereka peroleh dikemudian

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

hari agar nantikan mendapat kepuasan didirinya. Motivasi adalah seseorang yang merasa dirinya mampu untuk melakukan sesuatu demi mencapai tujuan. Seseorang memiliki kebutuhan dan tujuan berbeda-beda. Beberapa kebutuhan bersifat biogenis (kebutuhan muncul dari tekanan biologis, seperti lapar, haus, tidak nyaman). Kebutuhan yang bersifat psikogenis (kebutuhan muncul dari tekanan psikologis, seperti kebutuhan akan pengakuan, penghargaan,atau rasa keanggotaan kelompok). Kebutuhan akan menjadi motif jika didorong hingga mencapai level intensitas yang memadai (Kotler dan Keller,2009:226 dalam Priyamitra 2012) Kebanyakan orang tidak akan sadar akan kekuatan psikologi sejati yang membentuk perilaku mereka.

Seseorang yang merasa dirinya sudah cukup mampu dan harus memenuhi kebutuhannya akan melakukan segala cara agar mendapatkan tujuannya. Kebutuhan-kebutuhan ini tidak pernah hilang atau berada di bawah kendali yang sempurna, kebutuhan ini muncul dalam impian, dalam pembicaraan, dan perilaku obsesif, atau pada akhirnya dalam kegilaan. (Kotler dan Amstrong,2008:173 dalam Priyamitra 2012).

2.3.1 Proses-proses Motivasi

Motivasi akan muncul bila seseorang merasa bahwa dirinya memiliki kebutuhan, entah itu kebutuhan terhadap suatu hal atau kebutuhan terhadap barang. Terlepas dari itu, mereka ingin memperoleh manfaat dari barang atau hal yang mereka butuhkan itu. Dua jenis manfaat yang mungkin dapat diperoleh dengan adanya pemenuhan kebutuhan adalah manfaat yang mungkin dapat diperoleh dengan adanya pemenuhan kebutuhan adalah manfaat utilatarian dan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

manfaat hedonis (pengalaman) . Jeffrey et al (1996) menyebutkan bahwa proses motivasi terjadi karena adanya kebutuhan , keinginan, atau harapan yang tidak terpenuhi yang menyebabkan timbulnya ketegangan.

Menurut Setiadi (2003:95), manfaat utilitarian merupakan atribut produk fungsional yang objektif, sedangkan manfaat hedonis mencakup respon emosional, kesenangan pancaindra, mimpi dan pertimbangan estetis. Manfaat utilitarian dan hedonis biasanya berjalan serentak dalam sebuah keputusan pembelian. Ekspresi motivasi dalam pembelian dan pemakaian produk (manfat utilitarian dan hedonis). Manfaat yang diharapkan agar pemberian motivasi berjalan dengan lancar, proses motivasi yang jelas harus ada. Menurut Setiadi (2003), proses motivasi terdiri atas tujuan, pemahaman kepentingan, komunikasi efektif, integrasi tujuan dan fasilitas.

a. Tujuan

Pertama perusahaan harus menentukan tujuannya, dan kemudian konsumen akan termotivasi untuk membeli barang yang dihasilkan oleh perusahaan. Konsumen yang harus memenuhi kebutuhannya dan peruhaan harus menentukan tujuannya memproduksi suatu barang.

b. Pemahaman Kepentingan

Disini perusahaan yang harus tau apa saja yang diperlukan oleh konsumennya, jangan hanya mementingkan profit di perusahaan tanpa mengedepankan kebutuhan konsumennya.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

c. Komunikasi Efektif

Maksudnya disini yaitu harus ada komunikasi dua arah anatara produsen dan konsumen. Disini produsen haru tau pemenuhan kebutuhan apa saja yang dibutuhkan oleh konsumennya dan konsumen harus tau apa saja yang dia butuhkan. Bagi produsen mereka bisa mengenalkan produk mereka ke konsumen dengan promosi seperti iklan di televisi, surat kabar, majalah atau memperkerjakan sales untuk mempromosikan produknya.

d. Integrasi Tujuan

Disini harus di ketahui apa saja yang menjadi tujuan dari produsen dan konsumen. Produsen memiliki tujuan agar mendapat profit dari barang yang mereka produksi sehingga laku dipasaran dan dipergunakan oleh konsumen. Sementara konsumen memiliki tujuan untuk memeuhi kebutuhannya sehingga produsen. Kedua tujuan ini harus disatukan agar dapat terjadinya penyesuaian motivasi. Dengan begitu tidak ada pihak yang dirugikan. Bagi produsen akan membantu permasalahan yang dialami oleh konsumen dan konsumen memeperoleh apa yang dibutuhkannya.

e. Fasilitas

Perusahaan harus memberi fasilitas agar konsumen mudah mendapatkan barang dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.

Sementara lima konsep pokok dari studi tentang motivasi menurut sunarto (2003: 12) adalah pengenalan kebutuhan, dorongan perilaku berdasarkan tujuan, objek insentif dan afeksi. Terlihat bahwa motivasi dimulai dengan adanya

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

rangsangan yang berasal dari dalam diri konsumen atau dari luar konsumen sehingga memicu pengenalan kebutuhan.

2.4. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan salah satu referensi ataupun acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya wawasan dan teori dalam mengkaji penelitian ini. Tujuan dicantumkannya penelitian terdahulu adalah untuk mengetahui teori-teori yang sudah diletakan oleh orang lain yang sudah melakukan penelitian sebelumnya, sehingga penelitian yang dilakukan benar-benar baru.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Syafira Fayuni (2019)	Pengaruh Gaya Hidup, Kelompok Referensi, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbalife Di Kota Padang	Hasil yang didapat menunjukkan bahwa gaya hidup,kelompok referensi berpengaruh sigifikan terhadap keputusan pembelian. Koefisien determinasi menunjukan nilai sebesar 0,769 berarti pengaruh gaya hidup,kelompok referensi, dan *brand image* terhadap keputusan pembelian sebesar

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

			76,9%. dan sebesar 23,1% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dibahas pada penelitian ini.
2.	Joshua Winanto Emmy Supariyani	Analisis Pengaruh Motivasi Pembelian Dan Gaya Hidup Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian	Sehingga dapat disimpulkan bahwa Motivasi Pembelian dan Gaya Hidup berpengaruh secara simultan terhadap variabel Keputusan Pembelian.
3.	Heny Marini, Eva Dolorosa, Dewi Kurniati (2019)	Gaya Hidup (*Life Style*) Dalam Proses Keputusan Pembelian Produk Herbalife Di Kota Pontianak	Hasil analisis menunjukan faktor aktivitas menjadi pertimbangan utama konsumen dalam melakukan keputusan pembelian produk minuman herbalife yaitu konsumen yang suka berolahraga, kerja dan mengikuti acara sosial, sehingga dengan mengkonsumsi herbalife untuk memaksimalkan kesehatan konsumen karena aktivitas

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

			mereka. Hal ini penting dijadikan dasar oleh para pemasar karena menurut konsumen faktor aktivitas dapat memperlihatkan dan membentuk gaya hidup seseorang yang mampu mempengaruhi keputusan pembelian yang akan diambilnya.
4.	Chandra (2018)	Pengaruh gaya hidup dan promosi terhadap keputusan pembelian produk *Health Enterprise*	Hasil menunjukkan bahwa variabel gaya hidup dan promosi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian produk *Health Enterprise*.
5.	Novita Sukmawati , Sri Rejeki Ekasasi (2020)	Pengaruh gaya hidup, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian Produk Makanan	Hasil menunjukkan bahwa variabel gaya hidup, kualitas produk dan promosi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

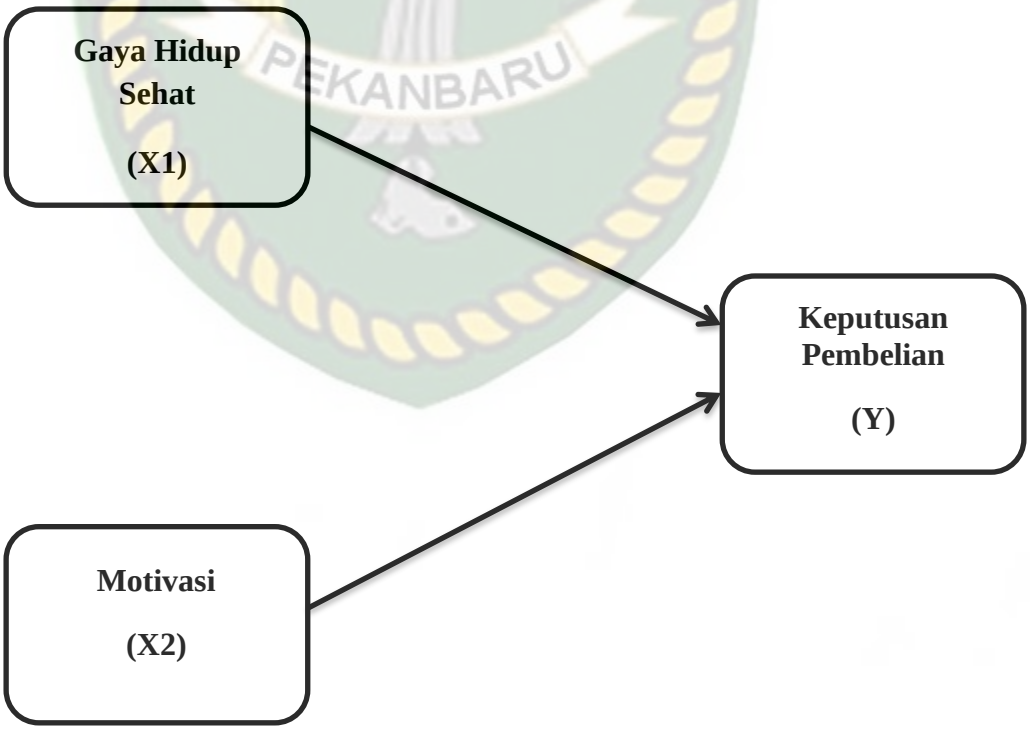
		Sehat Soyjoy	pembelian makanan sehat soyjoy.

Sumber : Google Cendikia

2.5. Kerangka Berpikir

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pengaruh yang terjadi antara variabel independen, yaitu : Gaya Hidup Sehat dan Motivasi terhadap variabel dependen, yaitu : Keputusan Pembelian. Berdasarkan telaah pustaka dan penelitian terdahulu diatas, maka dapat disusun kerangka berpikir penelitian ini disajikan dalam gambar berikut ini :

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir



Dari gambar diatas dapat disimpulkan Variabel Penelitian :

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

1. Variabel Independen :
   a. Gaya Hidup Sehat (X1)
   b. Motivasi (X2)
2. Variabel Dependen :
   2.6. Keputusan Pembelian (Y)

2.6. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban yang memiliki sifat sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dan maka dari itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun menjadi bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban-jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban empirik (Sugiono, 2009:93).

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan diatas maka penulis menguraikan hipotesis penelitian sebagai berikut “diduga gaya hidup sehat dan motivasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk herbalife klub jojo bugar di kota Duri”.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB III

METODOTOLOGI PENELITIAN

3.1. Lokasi dan Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kota Duri beralamat di Jalan Jenderal Sudirman, adapun objek penelitian adalah konsumen dari produk Herbalife Klub Jojo Bugar di kota Duri.

3.2. Operasional Variabel

Tabel 3.2 Operasional Variabel

VARIABEL	DIMENSI	INDIKATOR	SKALA
Gaya Hidup Sehat (X1) adalah aktivitas kegiatan konsumsi yang dinyatakan dalam berbagai bentuk, baik dari aktivitas,	1. Aktivitas	a) Melakukan olahraga rutin	Interval
dari ketertarikan, dan dari pendapat yang mendukung hal-hal mengenai kesehatan bagi yang	2. Minat dan opini orientasi konsumsi sehat	b) Rutin mengkonsumsi makanan empat sehat lima sempurna	

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

memiliki keseimbangan pola konsumsi, tidak mengkonsumsi makanan sintetis, menjadi tertarik untuk isu-isu kesehatan yang berhubungan dengan makanan, mengingat hubungan antara konsumsi maknanan dan kesehatan, dan mengelola pola konsumsi yang sehat (Magistris dan Gracia, 2008).	3. Menghindari makanan sintetis	c) Menghindari makanan yang mengandung zat adiktif d) Menghindari	
		e) makanan yang mengandung bahan-bahan kimiawi tambahan	
	4. Hubungan konsumsi dan kesehatan	f) Memeriksakan kesehatan secara rutin g) Memakan sayuran dan buah-buahan	
	5. Mengelola pola konsumsi yang sehat	h) Mengkonsumsi makanan olahan organik i) Menghindari makanan yang mengandung zar pengawet	

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Motivasi (X2) adalah keadaan didalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan- kegiatan guna mencapai suatu tujuan. (Setiadi, 2003)	1. Kebutuhan	a) Membutuhkan khasiat Herbalife b) Dapat mengobati berbagai penyakit	Interval
	2. Dorongan	c) Rekomendasi pengguna lain d) Harga relatif terjangkau e) Kualitas terjamin	
	3. Tujuan	f) Memperoleh manfaat Herbalife	
Keputusan pembelian (Y) merupakan perilaku atau tindakan yang dilakukan konsumen terhadap beberapa pilihan merek barang atau jasa, yang dianggap dapat memenuhi	1. Pengenalan masalah	a) Membutuhkan produk Herbalife	Interval
	2. Pencarian Informasi	b) Direkomendasikan oleh pengguna lain	
	3. Evaluasi Alternatif	c) Menjaga imunitas tubuh	
	4. Keputusan Pembelian	d) Melakukan pembelian Herbalife	

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

kebutuhan dan harapan konsumen.	5. Setelah pembelian	e) Melakukan pembelian berulang	

3.3. Jenis dan Sumber Data

Teknik pengumpulan data akan digunakan didalam pnelitian yaitu data primer dan data sekunder.

(1) Data Primer

Data primer ini yang dipakai didalam penelitian yaitu data yang dikumpulkan dari angket atau kusioner. Kusioner yaitu daftar dari pertanyaan atau pernyataan yang harus diisi oleh responden yang diharapkan memberi respon atas daftar pertanyaan tersebut. Daftar pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini bersifat tertutup, karena alternatif jawaban telah ditentukan sebelumnya oleh peneliti (Juliansyah, 2013;139)

(2) Data Sekunder

Data ini didapatkan dan dikumpulkan melalui buku-buku, literatur dan kepustaan lain contohnya : artikel, jurnal, dan dokumen yang ada kaitannya dengan permasalahan yang sedang diteliti oleh peneliti. Yang mana tujuannya untuk memperoleh informasi lebih mendalam lagi.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

3.4. Metode Pengumpulan Data

Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini Adalah :

3.4.1 Kuesioner

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dalam penelitian ini berupa pertanyaan tertulis yang disebar kepada responden yaitu pengguna Herbalife klub jojo di Kota Duri. Skala pengukuran yang digunakan yaitu *Skala Likert.* Pada *skala likert* ini, responden menjawab pertanyaan dengan memilih jawaban yang telah disediakan yang berisi lima tingkatan pilihan jawaban yaitu:

- Skor 5 untuk jawaban sangat setuju (SS)
- Skor 4 untuk jawaban setuju (S)
- Skor 3 untuk jawaban kurang setuju (KS)
- Skor 2 untuk jawaban tidak setuju (TS)
- Skor 1 untuk jawaban sangat tidak setuju (STS)

3.4.2 Dokumentasi

Dokumentasi yaitu berupa pengumpulan data yang diperoleh dari buku-buku atau literatur-literatur yang berkaitan dengan masalah penelitian. Dokumentasi merupakan data sekunder yang bersifat tercetak yang bertujuan untuk melengkapi data tambahan penelitian. Dalam melaksanakan metode dokumentasi peneliti mencari data-data yang dimiliki oleh pemilik klub dan peneliti memformulasikan dalam bentuk laporan sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan. Namun dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

dokumentasi dalam rangka mendapatkan informasi, kondisi objektif lokasi penelitian itu seperti : keadaan klub, fasilitas diklub, dan produk yang di jual.

3.5 Populasi dan Sampel

(1) Populasi

Populasi yaitu wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan lalu ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2008:61). Didalam penelitian ini populasi digunakan yaitu konsumen dari Herbalife di Klub Jojo Bugar.

(2) Sampel

Sampel yaitu bagian jumlah serta karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Apabila populasi besar, dan peneliti tidak memungkinkan untuk mempelajari semua yang ada di populasi, semisalnya keterbatasan dana, tenaga, waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi (Sugiyono,2008:62).

Metode penentuan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan jenis sampel yaitu *purposive sampling.* Menurut Sugiyono (2016:67), *purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Yang menjadi pertimbangan peneliti dalam penelitian ini adalah konsumen yang mengkonsumsi produk Herbalife. Jumlah sampel yang ditetapkan adalah sebanyak 50 orang.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

3.6 Uji Validitas dan Reabilitas

1) Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan cara mengkolerasikan skor masing-masing pertanyaan pada tiap-tiap variabel dengan skor totalnya (Sanusi,2011). Uji validitas dapat dilakukan dengan melihat korelasi antara skor masing-masing item dalam kuesioner dengan total skor yang ingin di ukur, yaitu dengan menggunakan *Coefficient Correlation Pearson* dalam SPSS. Jika nilai signifikansi (P *Value*) < 0,05 , maka tidak terjadi hubungan yang signifikan. Sedangkan, apabila nilai signifikansi (P *Value*) > 0,05 , maka terjadi hubungan yang signifikan.

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozah dalam Novandri,2010). Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan Koefisien Cronbach Alpha yang > 0,60 menunjukkan kehandalan (reliabilitas) instrumen (bila dilakukan penelitian ulang dengan waktu dan dimensi yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang sama) dan jika koefisien Cronbach Alpha < 0,60 menunjukkan kurang handalnya instrumen (bila variabel-variabel tersebut dilakukan penelitian ulang dengan waktu dan dimensi yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang berbeda). Selain itu, Cronbach Alpha semakin mendekati 1 akan menunjukkan tingkat konsistensi internal realibilitasnya.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

3.7 Uji Asumsi Klasik

Untuk mengetahui apakah model regresi linear berganda memenuhi asumsi klasik maka dilakukan uji asumsi klasik. Jika datanya independen terhadap asumsi klasik maka model regresi linear berganda dinyatakan baik. Uji asumsi klasik yang dilakukan pada penelitian ialah uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan uji normalitas (Imam Ghozali, 2003:160)

1) Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Nilai korelasi tersebut dapat dilihat *Collniearity statistics*, apabila nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) memperlihatkan hasil yang lebih besar dari 10 dan nilai tolerance tidak boleh lebih kecil dari 0,1 maka menunjukkan adanya gejala Multikolinieritas, sedangkan apabila nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 maka gejala Multikolinieritas tidak ada (Gozali,2013:105)

2) Uji Heteroskedastisitas

Santoso dan Ashari (2005) mengatakan bahwa salah satu asumsi dalam regresi berganda adalah uji heteroskedastisitas. Asumsi heteroskedastisitas adalah asumsi dalam regresi dimana varians dari residual tidak sama untuk satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika terdapat perbedaan varians maka dijumpai gejala heteroskedastisitas.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

3) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal ataukah tidak. Jika uji t dan uji f beranggapan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Untuk menemukan apakah nilai residual terdistribusi secara normal atau tidak dapat diamati dari hasil *Kolmogorof Smirnov*. Disebutkan mencakupi normalitas jika nilai residual yang dihasilkan berada doatas 0,05 (Imam Ghozali, 2013:160).

3.8 Analisis data

Analisis data merupakan kegiatan yang telah dikumpulkan menjadi data yang dikelola, yang dalam prosesnya diterapkan teknik statistik tertentu. Dalam menguji hasil yang di dapat dari kuesioner dilakukan yang mencakup uji validitas dan rehabilitas data, uji f, uji t dan uji koefisien determinasi (R2).

3.8.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat maka penulis menggunakan model statistik yaitu analisis regresi linier sederhana/ regresi linier berganda dengan rumus :

$$\mathbf{Y= a + b_1X_1 + b_2X_2 + Ɛ}$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta dari persamaan regresi

b = Koefisien regresi

X_1 = Gaya Hidup Sehat

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

X_2 = Motivasi

e = Epsilon

Hasil persamaan regresi linear berganda tersebut kemudian dianalisis dengan menggunakan beberapa uji statistik.

3.8.2 Uji Ketepatan Model

3.8.2.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bermakna sebagai sumbangan pengaruh yang diberikan variabel bebas atau variabel independen (X) terhadap variabel terikat atau variabel determinasi (Y), atau dengan kata lain, nilai koefisien determinasi (R^2) ini berguna untuk memprediksi dan melihat seberapa besar kontribusi pengaruh yang diberikan variabel X secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel Y. Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali,2006)

3.8.2.2 Uji F (Uji Simultan)

Uji F dalam penelitian ini, dimaksud untuk menguji secara keseluruhan atau bersama-sama variabel bebas yaitu kualitas pelayanan dan harga dengan variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikatnya, dalam arti ada pengaruh antar variabel bebas dengan variabel terikat. Jika Fhitung > Ftabel maka variabel bebas terdapat pengaruh terhadap variabel terikat, kriteria pengujian dengan SPSS.

- Apabila nilai signifikasinya > 0,05 maka Ho diterima Ha ditolak
- Apabila nilai signifikasinya < 0,05 maka Ho ditolak Ha diterima.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

3.8.2.3 Uji T (Uji Parsial)

Uji T ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen persepsi konsumen (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen keputusan pembelian (Y), signifikan berarti pengaruh yang terjadi dapat berlaku untuk populasi. Adapun tingkat signifikan yang dipakai dalam penelitian ini adalah 5%. Uji T dilakukan dengan membandingkan nilai T hitung, dengan ketentuan:

- Jika t hitung > t tabel, maka terdapat pengaruh yang kuat antara variabel bebas dengan variabel terikat.
- Jika t hitung < t tabel, maka terdapat pengaruh yang lemah antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB IV

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

4.1. Sejarah Herbalife di Klub Jojo Bugar di Duri

Herbalife Nutrition sendiri merupakan merek produk nutrsi kesehatan asal Amerika Serikat. *Herbalife Nutrition* beridiri sejak tahun 1980 yang di dirikan oleh Mark Hughes. Mark Hughes meluncurkan *Herbalife Nutrition* pada bulan Februari 1980, menjual program turun berat badan "original" langsung dari bagasi mobilnya. Mark Hughes sebagai pendirinya, mark mendedikasikan dirinya untuk meneliti dan menciptakan nutrisi dan pengelolaan berat badan yang sehat, hal ini dilatar belakangi oleh tragedi di hidupnya. Dia mengamati ibunya yang sejak lama sudah berulang kali mencoba berbagai sistem diet dan produk diet lainnya. Ibunya termotivasi ingin menurunkan berat badannya. Namun disaat ibunya berusia 36 tahun, dia meninggal karena diketahui dia selalu mencoba berbagai produk dan pil diet silih berganti yang menyebabkannya over dosis lalu meninggal.

Mark memulai herbalife ini dengan tujuan mambantu orang-orang yang memiliki masalah dengan menurunkan berat badan dengan aman, lalu juga memperbaiki pola kesehatan dan kesejahteraan orang-orang melaui produk herbal yang bernutrisi dan bisa membantu diri mereka secara aman dan sudah teruji keamanannya. Visi Mark ini didorong karena ibunya yang sangat susah dengan program penurunn berat badan namun tidak ada hasil. Mark ingin membantu mencarikan solusi terbaik bagi yang ingin memiliki tubuh ideal namun tetap sehat. Sebab kesehatan tubuh harganya sangat mahal dan tidak bisa tergantikan dengan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

apapun. *Herbalife Nutrition* masuk ke Indonesia ditahun 1998. Kemunculan *Herbalife Nutrition* di Indonesia tidak diketahui oleh masyarakat di Indonesia. Sebab dapat dilihat saat awal dilakukan *Survey Top Brand Index*, herbalife tidak masuk dari kategori yang diunggulkan dimanapun. Dan saat baru masuk ditahun 2013 sebagai susu diet barulah herbalife dikenal masyarakat sebab menjadi solusi penurunan berat badan bagi obesitas atau yang ingin memiliki tubuh dengan berat ideal. Lalu dengan sudah dikenalnya herbalife dengan produk susu dietnya, mereka pun mengembangkan produk untuk kesehatan jantung dan pembuluh darah. Di Indonesia, herbalife berpusat di Jakarta dan telah memiliki puluhan bahkan ratusan outlet di Indonesia.

Salah satu outletnya yaitu Klub Jojo Bugar yang terletak di Duri, Riau. Tepatnya di Jalan Jenderal Sudirman, kecamatan Mandau, kabupaten Bengkalis. Klub Jojo Bugar sendiri berdiri pada tahun 2017. Didirikan oleh Roslina Nababan. Di Klub ini menyediakan segala varian produk dari Herbalife yang bisa dibeli untuk dibawa pulang atau dikonsumsi harian ditempat. Awal mula berdiri Klub ini karena disadari betul oleh pendiri bahwa di daerahnya belum begitu banyak orang yang mendirikan outlet Herbalife di Duri dan belum begitu banyak orang yang tau apa itu Herbalife, apa saja manfaat dan variannya.

Sekarang setelah hampir 4 tahun berdiri Roslina sudah membuka cabangnya yang ke dua di Duri juga, namun letaknya jauh dari outlet pertama. Banyak manfaat yang dirasakan oleh para konsumennya. Ada yang hanya untuk menjaga kesehatan badan dan ada juga konsumen yang mengkonsumsi Herbalife

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

untuk mengobati penyakitnya, mulai dari darah tinggi, kolesterol, gangguan jantung dan penyakit lainnya

4.2. Visi dan Misi Herbalife

Adapun visi dan misi dari Herbalife adalah :

1. Visi

   Merubah hidup banyak orang

2. Misi

   Merubah hidup banyak orang dengan memberikan peluang bisnis terbaik dipenjualan langsung dan produk nutrisi dan pengelolaan berat badan terbaik di dunia.

4.3. Produk Dan Manfaat Herbalife

Menurut Basu Swastha (2008: 165). Produk adalah suatu sifat yang kompleks baik dapat disendruh maupun tidak dapat disentuh, termasuk bungkus, warna, harga, pelayanan perusahaan dan pengecer, yang diterima oleh konsumen untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Berikut ini merupakan produk Herbalife yang menunjang kesehatan dan stamina tubuh :

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

1. *Shake*

Manfaat :

1. *Shake* membuat anda merasa kenyang, puas dan berenergi.
2. Sangat baik dan aman untuk penderita Asam Urat
3. Shake sangat baik bagi penderita Diabeter Melitus
4. Soy Protein dalam Shake sangat baik untuk penderita Kanker Payudara, Keropos tulang, menurunkan kadar koresterol, baik untuk jantung dan menyeimbangkan hormon dalam tubuh.

2. PPP

Manfaat :

1. Membantu memberikan asupan protein yang bebas lemak
2. Membantu membangun dan menjaga masa otot
3. Meningkatkan Metabolisme dan energi

3. Herbal Aloe

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Manfaat :

1. Dari Aloe Vera atau saripati lidah buaya untuk membersihkan pencernaan dan menyegarkan vili-vili usu sehingga menyerap nutrisi lebih cepat
2. Disebut "Shampo bagian dalam tubuh" yang mempercepat detoksifikasi atau pembuangan racun dari dalam tubuh
3. Memperbaiki gangguan pencernaan seperti maag, radang usus, dsb
4. Disebut "*Turbo/Booster*" yang membuat semua produk Herbalife lainnya bekerja 40% lebih cepat

4. N.R.G Tea

Manfaat :

1. Membantu meningkatkan stamina yang optimal
2. Meningkatkan daya fikir dan konsentrasi
3. Meningkatkan kewaspadaan mental dan keseimbangan emosi
4. Memperbaiki masalah yang timbul dikepala seperti pusing dan migran
5. Memperbaiki sistem pernafasan seperti asma

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

6. Memperbaiki maslah alergi
7. Sangat baik untuk orang yang gemar berolahraga

5. Nitework

Manfaat :

1. Membantu peredaran darah, fungsi jantung, otak dan organ lainnya agar tetap sehat
2. Membantu menjaga pembuluh darah tetap dalam kondisi lentur dan fleksibel sehingga dapat meningkatkan sirkulsi darah
3. Mendukung tekanan darah agar tetap dalam level normal
4. Vitamin C, E, dan Alpha Lipoic Acid sebagai sumber antioksidan

6. Mixed Fiber

Manfaat :

1. Mendukung kesehatan pencernaan
2. Mendukung pertumbuhan bakteri baik

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

3. Menjaga level kolesterol tetap dalam batas normal
4. Setiap takaran saji mengandung 5 gram serat larut air dan tidak larut air

7. Fiber & Herbs

Manfaat :

1. Membantu tubuh anda dalam pembersihan diri (detoksifikasi)
2. Melancarkan pencernaan dan pembuangan

8. Cell-U-Loss

Manfaat :

1. Membantu mengurangi selulit, yaitu lemak yang mengumpal dibawah permukaan kulit
2. Mengandung vit C sebagai Anti-Oksidan dan mineral pottasium yang baik untuk syaraf dan fungsi jantung

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

3. Kadar kolesterol dalam darah berkurang. Penyumbatan peredaran darah (resiko timbulnya stroke) dikurangi. Akhirnya juga mempercepat pengeluaran racun karena aliran darah lebih lancar

9. *Herbalife Line*

Manfaat :

1. Menjaga tingkat kolesterol dan trigliserida yang sudah berada di kisaran normal
2. Konsumsi asam lemak omega 3 dapat mengurangi resiko penyakit jantung koroner
3. Mengandung *clove* (cengkeh), mint dan minyak thyme untuk meminimalisir rasa amis dan memudahkan pencernaan

10. Tri-Shield

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Manfaat :

1. Menjaga tingkat kolesterol dan trigliserida yang sudah berada di kisaran normal
2. Membantu otot jantung dan melindungu membran sel
3. Formula eksklusif 1 kali sehari, 1 tablet untuk sekali konsumsi, 15-30 menit sebelum makan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Karakteristik Umum Responden Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Herbalife klub jojo bugar Duri yang mana sesuai dengan kriteria yang sudah ditetapkan seperti telah dijelaskan di populasi dan sampel yaitu sebanyak 50 responden pada penelitian ini. Karakteristik dalam penelitian ini dibagi menjadi 3 karakteristik responden yaitu usia, jenis kelamin dan pekerjaan. Karakteristik responden ditunjukkan pada tabel dibawah ini, yaitu :

a) Karakteristik responden berdasarkan usia

Tabel 5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Kategori Umur	Jumlah (orang)	Frekuensi (%)
1.	< 20 tahun	2	4%
2.	Antara 21-30 tahun	23	46%
3.	Antara 31-40 tahun	7	14%
4.	> 40 tahun	18	36%
Total		50	100%

Sumber : Data Kusioner

Berdasarkan tabel 5.1 dapat dilihat responden berdasarkan karakteristik responden berdasarkan usia menunjukkan bahwa responden usia kurang dari 20 tahun sebanyak 2 orang (4%), dan responden usia antara 21 tahun sampai dengan 30 tahun sebanyak 23 orang (46%) diikuti dengan responden yang berusia antara 31 tahun sampai dengan 40 tahun sebanyak 7 orang (14%) dan usia diatas 40 tahun sebanyak 18 orang (36%).

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

b) Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Untuk melihat jenis kelamin dari konsumen herbalife di klub jojo bugar dapat dilihat pada tabel ini :

Tabel 5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Frekuensi (%)
1.	Laki-laki	23	46%
2.	Perempuan	27	54%
Total		50	100%

Sumber : Data kusioner

Berdasarkan tabel 5.2 diatas dapat dilihat responden berdasarkan jenis kelamin. Diketahui bahwa responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 23 orang (46%) dan responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 27 orang (54%).

c) Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah (orang)	Frekuensi (%)
1.	Pelajar/Mahasiswa	14	28%
2.	Pegawai Negeri	2	4%
3.	Pegawai Swasta	6	12%
4.	Wiraswasta	17	34%
5.	IRT	10	20%
6.	Profesional	1	2%
Total		50	100%

Sumber : Data Kusioner

Berdasarkan tabel 5.3 diatas dapat dilihat responden berdasarkan pekerjaannya. Diketahui bahwa responden sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 14 (28%), responden sebagai pegawai negeri sebanyak 2 orang (4%), responden

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

sebagai pegawai swasta sebanyak 6 orang (12%), responden sebagai wiraswasta sebanyak 17 orang (34%), responden sebagai IRT sebanyak 10 orang (20%) dan responden sebagai profesional sebanyak 1 orang (2%).

d) Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Mengkonsumsi

Tabel 5.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Mengkonsumsi

No	Rata-rata Pemakaian/minggu	Jumlah (orang)	Frekuensi (%)
1.	2 kali	23	46%
2.	3 kali	19	38%
3.	Lebih dari 3 kali	8	16%
Total		50	100%

Sumber : Data Kusioner

Berdasarkan tabel 5.4 diatas dapat dilihat responden berdasarkan rata-rata pemakaian. Diketahui bahwa responden yang mengkonsumsi herbalife 2 kali perminggu sebanyak 23 orang (46%), responden yang mengkonsumsi herbalife 3 kali perminggu sebanyak 19 orang (38%) dan responden yang mengkonsumsi herbalife lebih dari 3 kali sebanyak 8 orang (16%).

5.2 Uji Statistik dan Hasil

5.2.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner. Sebelum melakukan pengujian hipotesis, instrumen penelitian terdahulu dilakukan uji validitas. Pengujian validitas dilakukan pada tiga variabel dalam penelitian ini,

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

yaitu Gaya Hidup Sehat (X1), Motivasi (X2) dan Keputusan Pembelian (Y). Teknik yang dipakai yaitu melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan atau pernyataan dengan total skor konstruk atau variabel. Berikut adalah hasil dari pengujian penelitian yang dimasukkan kedalam uji validitas :

Tabel 5.5 Uji Validitas

	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Gaya Hidup Sehat (X1)	X1.1	0,561	0,278	Valid
	X1.2	0,567	0,278	Valid
	X1.3	0,586	0,278	Valid
	X1.4	0,616	0,278	Valid
	X1.5	0,502	0,278	Valid
	X1.6	0,474	0,278	Valid
	X1.7	0,506	0,278	Valid
	X1.8	0,670	0,278	Valid
Motivasi (X2)	X2.1	0,730	0,278	Valid
	X2.2	0,757	0,278	Valid
	X2.3	0,586	0,278	Valid
	X2.4	0,321	0,278	Valid
	X2.5	0,728	0,278	Valid
	X2.6	0,495	0,278	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y.1	0,636	0,278	Valid
	Y.2	0,639	0,278	Valid
	Y.3	0,642	0,278	Valid
	Y.4	0,538	0,278	Valid
	Y.5	0,656	0,278	Valid

Sumber: Data Olahan 2021

Pada tabel nilai r-hitung > r-tabel maka pertanyaan tersebut valid, sedangkan apabila nilai r-hitung < r-tabel menujukkan bahwa pertanyaan tidak mampu mengukur variabel yang ingin diukur. Dapat dilihat dari hasil tabel menujukkan bahwa nilai korelasi dari tiap skor butir pertanyaan variabel yang ada dalam penelitian di atas r-tabel yaitu 0,278 yang berarti valid. Artinya semua item pertanyaan mampu mengukur variabel Gaya Hidup Sehat (X1), Motivasi (X2) dan Keputusan Pembelian (Y).

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Adapun nilai r-tabel didapatkan sebagai berikut :

df = (N-2)

df = (50-2)

df = (48)

df = 0,278

Keterangan :

df = *degree freedom* / derajat bebas

N = banyaknya sampel

5.2.2 Uji Reabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistenan jawaban responden dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan yang mengukur variabel Gaya Hidup Sehat (X1), Motivasi (X2) dan Keputusan Pembelian (Y). Uji Reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan formula *Alpha Cronchboach*, dimana hasil pengujian dari uji reliabilitas disajikan pada tabel berikut ini :

Tabel 5.6 Uji Reabilitas

Variabel Penelitian	***Alpha cronbach's***	***Critical value***	**Kesimpulan**
Gaya Hidup Sehat (X1)	0,684	0,600	Reliabel
Motivasi (X2)	0,651	0,600	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,606	0,600	Reliabel

Sumber: Data olahan 2021

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Pada tabel menunjukkan bahwa setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan reliabel. Instrument dinyatakan reliabel jika nilai koefisien reliabilitas yang diperoleh paling tidak mencapai 0,600. Berdasarkan dari hasil uji reliabilitas yang disajikan bahwa menunjukkan masing-masing nilai koefisien reliabilitas > 0,600 sehingga instrument yang semua digunakan dinyatakan reliabel. Artinya semua jawaban responden sudah konsisten dalam menjawab setiap item pertanyaan yang mengukur masing-masing variabel. Variabel tersebut meliputi Gaya Hidup Sehat (X1), Motivasi (X2) dan Keputusan Pembelian (Y).

5.3 Regresi Linear Berganda

Analisis uji yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah regresi berganda. Analisis regresi berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel bebas yaitu Gaya Hidup Sehat (X1) dan Motivasi (X2). Apakah masing-masing variabel bebas berhubungan positif atau negatif. Serta untuk memprediksi nilai variabel bebas apakah mengalami kenaikan atau penurunan. Adapun analisis linear berganda pada kali ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara Gaya Hidup Sehat, Motivasi dan Keputusan Pembelian. Berikut ini hasil dari analisis regresi linear berganda yang didapatkan melalui pengolahan data SPSS Versi 22.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 5.7 Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,480	2,478		,194	,847
	Gaya Hidup Sehat (X1)	,320	,074	,458	4,324	,000
	Motivasi (X2)	,375	,090	,443	4,182	,000
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)						

Sumber: Data Olahan 2021

Dari hasi SPSS Versi 22 diatas didapatkan persamaan regresi linear berganda sebagai berikut ini :

$$\mathbf{Y = 0{,}480 + 0{,}320\ (X1) + 0{,}375\ (X2) + Ɛ}$$

Adapun uraian tersebut adalah sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar 0,480 artinya bahwa jika tidak ada Gaya Hidup Sehat (X1) dan Motivasi (X2) maka nilai konsisten Keputusan Pembelian (Y) adalah sebesar 0,480
2. Koefisien regresi Variabel Gaya Hidup Sehat (X1) sebesar 0,320 artinya nilai ini mengandung arti bahwa setiap penambahan 1% Gaya Hidup Sehat (X1), maka Keputusan Pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,320 satuan. Karena nilai koefisien regresi bernilai positif, maka dapat dikatakan bahwa Gaya Hidup Sehat (X1) berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

3. Koefisien regresi Variabel Motivasi (X2) sebesar 0,375 artinya nilai ini mengandung arti bahwa setiap penambahan 1% Motivasi (X2), maka Keputusan Pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,375 satuan. Karena nilai koefisien regresi bernilai positif, maka dapat dikatakan bahwa Motivasi (X2) berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian (Y).
4. Dapat dilihat juga bahwa nilai t-hitung Gaya Hidup Sehat (X1) sebesar 4,324, dan Motivasi (X2) sebesar 4,182. Artinya nilai t-hitung X1 dan X2 > t-tabel yaitu 2,013. Dengan nilai signifikansi Gaya Hidup Sehat (X1) sebesar 0,000 dan Motivasi (X2) sebesar 0,000. Artinya nilai signifikansi X1 dan X2 < probabilitas 0,005. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima, yang berarti bahwa "Ada Pengaruh Signifikan Gaya Hidup Sehat dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbalife Klub Jojo Bugar Di Kota Duri".

5.3.1 Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas memiliki distrbusi normal atau tidak. Uji Normalitas pada penelitian ini menggunakan kolmogorov smirnov dari SPSS Versi 22.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 5.8 Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,37138698
Most Extreme Differences	Absolute	,077
	Positive	,062
	Negative	-,077
Test Statistic		,077
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200[c,d]
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Data Olahan 2021

Berdasarkan hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov pada tabel di atas diketahui nilai Asymp. Sig atau Nilai Signifikansi 0,200. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal karena nilai Asymp. Sig 0,200 > 0,005.

- Jika nilai signifikansi > 0,005 maka nilai residual berdistribusi normal
- Jika nilai signifkansi < 0,005 maka nilai residual berdistribusi tidak normal

5.3.2 Uji Multikoleniaritas Tolerance dan VIF

Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Adanya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance value* dan nilai *Variance Inflaction Factor (VIF).* Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel indepenen lainnya.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Adapun syarat atau dasar pengambilan keputusan uji multikolinearitas adalah jika nilai tolerance lebih besar > 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari < 10,00 maka artinya tidak terjadi multikolinearitas. Adapun dapat dilihat tabel sebagai berikut:

Tabel 5.9 Uji Multikoleniaritas Tolerance dan VIF

Coefficients[a]								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,480	2,478		,194	,847		
	Gaya Hidup Sehat (X1)	,320	,074	,458	4,324	,000	,732	1,367
	Motivasi (X2)	,375	,090	,443	4,182	,000	,732	1,367
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)								

Sumber: Data Olahan 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat nilai Tolerance Gaya Hidup Sehat (X1) sebesar 0,732 dan Motivasi (X2) sebesar 0,732. Artinya nilai tolerance X1 dan X2 > 0.10. Dan nilai VIF Gaya Hidup Sehat (X1) sebesar 1,367 dan Motivasi (X2) sebesar 1,367. Artinya nilai VIF X1 dan X2 < 10,00. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

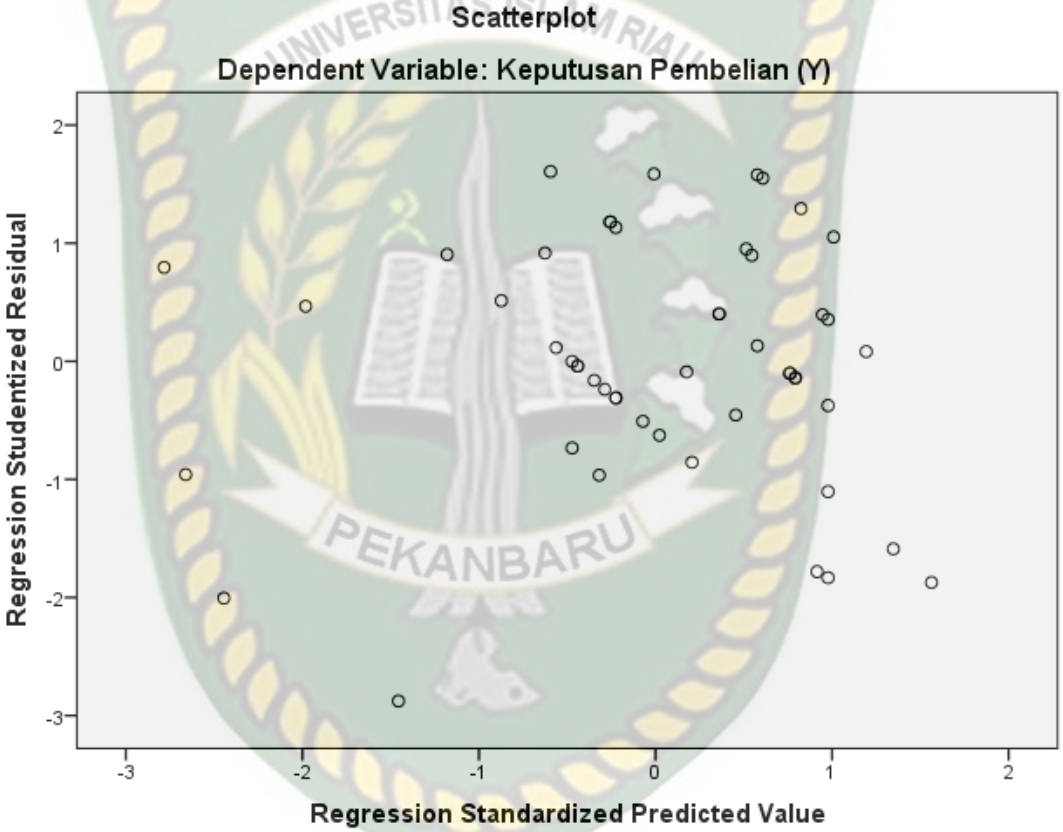
5.3.3 Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

melihat ada tidaknya pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit). Jika pola tertentu yang teratur maka terjadi heteroskesdatisitas. Dan jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskesdatisitas.

Gambar 5.1 Uji Heterokedastisitas



Sumber : Data Olahan 2021

Pada gambar Grafik *Scatterplot* terlihat titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, serta tersebar secara baik di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Tentu hal ini berarti bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

dipakai untuk memprediksi Keputusan Pembelian (Y) berdasarkan masukan variabel Gaya Hidup Sehat (X1) dan Motivasi (X2).

Adapun ciri-ciri tidak terjadi gejala heteroskedastisitas adalah sebagai berikut :

- Titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0.
- Titik-titik tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja.
- Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.

5.3.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen yaitu Gaya Hidup Sehat (X1) dan Motivasi (X2) dalam mempengaruhi variabel dependennya yaitu Keputusan Pembelian (Y). Dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 5.10 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	**R**	**R Square**	**Adjusted R Square**	**Std. Error of the Estimate**
1	**,784[a]**	**,615**	**,599**	**1,40026**
a. Predictors: (Constant), Motivasi (X2), Gaya Hidup Sehat (X1)				

Sumber: Data Olahan 2021

Berdasarkan dari lampiran hasil analisis koefisien determinasi (R^2) diketahui *R Square* sebesar 0,615 atau 61,5%. Variabel independen yaitu Gaya Hidup Sehat (X1) dan Motivasi (X2) secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen Keputusan Pembelian (Y) sebesar 61,5%. Sisanya 38,5%

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

dipengaruhi oleh variabel independen lain selain variabel yang diteliti dalam penelitian ini.

Nilai adj. R^2 sebesar 0,599. Hal ini menujukkan bahwa 59,9% perubahan pada Keputusan Pembelian (Y) ditentukan oleh variabel independen yakni Gaya Hidup Sehat (X1) dan Motivasi (X2). Sedangkan sisanya 41,9% lagi ditentukan oleh faktor lain yang tidak diamati oleh peneliti dalam penelitian ini.

5.3.5 Uji T (Parsial)

Uji T dilakukan untuk menguji secara parsial apakah masing-masing variabel independen yakni Gaya Hidup Sehat (X1) dan Motivasi (X2) secara parsial maupun masing-masing berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Produk Herbalife Klub Jojo Bugar Di Kota Duri. Analisis dilakukan dengan memperhatikan nilai t-hitung yang kemudian dibandingkan dengan nilai t-tabel. Nilai t-tabel pada penelitian ini adalah sebesar 2,013. Berikut ini adalah hasil perhitungan t-hitung dari program SPSS Versi 22 :

Tabel 5.11 Uji T (Parsial)

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,480	2,478		,194	,847
	Gaya Hidup Sehat (X1)	,320	,074	,458	4,324	,000
	Motivasi (X2)	,375	,090	,443	4,182	,000
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)						

Sumber : Data Olahan 2021

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Berdasarkan dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa sebagai berikut :

1. Untuk variabel Gaya Hidup Sehat (X1), t-hitung adalah sebesar 4,324 > t-tabel 2,013 dengan tingkat signifikan 0,000 < 0,005 maka Hipotesis pertama (H_1) berpengaruh signifikan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Gaya Hidup Sehat (X1) berpengaruh signifikan terhadap meningkatkan Keputusan Pembelian (Y).
2. Untuk variabel Motivasi (X2), t-hitung adalah sebesar 4,182 > t-tabel 2,013 dengan tingkat signifikan 0,000 < 0,005 maka Hipotesis kedua (H_2) berpengaruh signifikan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Motivasi (X2) berpengaruh signifikan terhadap meningkatkan Keputusan Pembelian (Y).

Adapun nilai T-tabel didapati dari rumus sebagai berikut :

T-tabel = t (α / 2 ; n – k – 1)

= t (0,05 / 2 ; 50 – 3 – 1)

= t (0,025 ; 46)

= t 2,013

Keterangan: n = jumlah sampel

k = jumlah variabel bebas (X1, X2 & Y)

α = 0,05

1. Apabila $T_{hitung} > T^{tabel}$, maka variabel bebas dapat menerangkan bahwa benar terdapat pengaruh antara variabel yang diteliti.
2. Apabila $T_{hitung} < T^{tabel}$, maka variabel bebas dapat menerangkan tidak terdapat pengaruh antara variabel yang diteliti.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

5.3.6 Uji F (Simultan)

Pengujian ini dilakukan untuk melihat apakah semua variabel bebas Gaya Hidup Sehat (X1) dan Motivasi (X2) mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian (Y). Adapun kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut :

Tabel 5.12 Uji F (Simultan)

ANOVA[a]						
Model		**Sum of Squares**	**df**	**Mean Square**	**F**	**Sig.**
1	**Regression**	**147,226**	**2**	**73,613**	**37,544**	**,000[b]**
	Residual	**92,154**	**47**	**1,961**		
	Total	**239,380**	**49**			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)						
b. Predictors: (Constant), Motivasi (X2), Gaya Hidup Sehat (X1)						

Sumber : Data Olahan 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat hasil Uji-F secara simultan, maka diperoleh nilai F-hitung sebesar 37,544 dengan tingkat signifikansi 0,000. Sedangkan nilai F-tabel = 3,20. Nilai F-hitung 37,544 > F-tabel 3,20 dan tingkat signifikansi 0,000 < 0,005. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Gaya Hidup Sehat (X1) dan Motivasi (X2) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). Adapun nilai F-tabel didapatkan sebagai berikut :

Adapun nilai F-tabel didapatkan sebagai berikut :

df (N1) = k-1
= 3-1
= 2

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

df (N2) = (k ; 50 – k)

= (2 ; 50 – 3)

= (2 ; 47)

= 3,20

Keterangan : k = jumlah variabel bebas dan terikat (X1, X2, dan Y)

n = jumlah sampel

5.4 Pengaruh Gaya Hidup Sehat Dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian

5.4.1 Gaya Hidup Sehat

Gaya hidup sehat didefinisikan kegiitana konsumsi diekspresikan dalam berbagai bentuk, antara lain kegiatan, manfaat dan dukungan pola makan seimbang, tidak mengkonsumsi makanan sintetis dan pandangan masyarakat tentang masalah terkait pangan, dengan memperhatikan keterkaitan anatara konsumsi pangan dan kesehatan serta hubungan anatara mengatur pola konsumsi yang sehat (Magistris dan Gracia, 2008).

Tabel 5.13 Tanggapan Responden Tentang Melakukan Aktivitas Fisik Setiap Hari

Penelitian	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	**21**	**42%**
Setuju	**20**	**40%**
Netral	**9**	**18%**
Tidak Setuju	**-**	**-**
Sangat Tidak Setuju	**-**	**-**
Total	**50**	**100%**

Sumber : Data Olahan Kusioner

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Data tabel 5.13 diatas dapat dikatakan bahwa 21 responden menjawab sangat setuju bahwa mereka selalu melakukan aktivitas fisik setiap hari, 20 responden menjawab setuju dan 9 responden menjawab netral. Dapat disimpulkan bahwa gaya hidup sehat tercermin dari mereka yang selalu melakukan aktivitas fisik setiap hari, seperti berolahraga sepeda, lari, renang dan lainnya. Namun menurut responden yang menjawab netral pendapatnya adalah mereka jarang melakukan olahraga, maka dari itu responden menyarankan untuk meminum Herbalife sebagai pengganti olahraga atau aktivitas fisik.

Tabel 5.14 Tanggapan Responden Tentang Tertarik Dengan Kesehatan Badan

Penelitian	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	**33**	**66%**
Setuju	**13**	**26%**
Netral	**4**	**8%**
Tidak Setuju	**-**	**-**
Sangat Tidak Setuju	**-**	**-**
Total	**50**	**100%**

Sumber : Data Olahan Kusioner

Dari tabel 5.14 diatas dapat dikatakan bahwa 33 responden menjawab sangat setuju bahwa mereka tertarik dengan kesehatan badan, 13 responden menjawab setuju dan 4 responden menjawab netral. Dapat disimpulkan bahwa gaya hidup sehat tercermin dari mereka yang tertarik dengan kesehatan badan. Namun menurut responden yang menjawab netral pendapatnya adalah mereka tidak terlalu tertarik dengan kesehatan badan mereka cenderung acuh tak acuh dengan kesehatan badan mereka sendiri, mereka jarang memeriksakan gula darah, tensi dan lain hal yg berhubungan dengan kesehatan badan mereka. Mereka hanya akan berobat jika dirasakan ada hal yg berubah atau sakit dari tubuh mereka.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 5.15 Tanggapan Responden Tentang Menghindari Mengkonsumsi Produk Makanan Yang Mengandung Bahan Kimiawi Tambahan

Penelitian	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	**30**	**60%**
Setuju	**14**	**28%**
Netral	**6**	**12%**
Tidak Setuju	**-**	**-**
Sangat Tidak Setuju	**-**	**-**
Total	**50**	**100%**

Sumber : Data Olahan Kusioner

Dari tabel 5.15 diatas dapat dikatakan bahwa 30 responden menjawab sangat setuju bahwa mereka menghindari mengkonsumsi produk makanan yang mengandung bahan kimiawi tambahan, 14 responden menjawab setuju dan 6 responden menjawab netral. Dapat disimpulkan bahwa gaya hidup sehat tercermin dari lebih banyak yang setuju dan memilih untuk menghindari mengkonsumsi makanan yang berbahan kimiawi karena memang makanan yang mengandung bahan kimiawi sangat cepat bereaksi ditubuh. Namun menurut responden yang menjawab netral mereka tidak begitu mementingkan apa saja yang mereka konsumsi, sehingga mereka tidak memerhatikan kandungan didalam makanan yang dikonsumsi. Jadi akan terasa saat badan mereka sakit dan terpapar bahan kimiawi.

Tabel 5.16 Tanggapan Responden Tentang Menghindari Mengkonsumsi Makanan Dengan Zat Adiktif

Penelitian	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	**31**	**62%**
Setuju	**11**	**22%**
Netral	**8**	**16%**
Tidak Setuju	**-**	**-**
Sangat Tidak Setuju	**-**	**-**
Total	**50**	**100%**

Sumber : Data Olahan Kusioner

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Dari tabel 5.16 diatas dikatakan bahwa 31 responden menjawab sangat setuju bahwa mereka menghindari mengkonsumsi makanan dengan zat adiktif, 11 responden menjawab setuju dan 8 responden menjawab netral. Dapat disimpulkan bahwa gaya hidup sehat tercermin dari lebih banyak yang setuju dan memilih untuk menghindari makanan dengan kandungan zat adiktif, sebab zat adiktif paparannya sangat bahaya bagi tubuh yang mengkonsumsinya. Namun menurut responden yang menjawab netral mereka tidak begitu memperhatikan kandungan di makanan yang mereka konsumsi namun tidak juga sembarang memakannya. Ini karena kurangnya pengetahuan dan informasi yang cukup tentang apa saja jenis zat adiktif yang terkandung di makanan tersebut.

Tabel 5.17 Tanggapan Responden Tentang Mengkonsumsi Makanan Empat Sehat Lima Sempurna

Penelitian	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	**35**	**70%**
Setuju	**8**	**16%**
Netral	**7**	**14%**
Tidak Setuju	**-**	**-**
Sangat Tidak Setuju	**-**	**-**
Total	**50**	**100%**

Sumber : Data Olahan Kusioner

Dari tabel 5.17 diatas dikatakan bahwa 35 responden menjawab sangat setuju bahwa mereka selalu mengkonsumsi makanan empat sehat lima sempurna, 8 responden menjawab setuju dan 7 responden menjawab netral. Dapat disimpulkan bahwa gaya hidup sehat tercermin dari mereka yang menjaga pola makanan yang dikonsumsi harus memenuhi asupan setiap harinya, dari karbohidrat, vitamin, serat dan nutrisi lainnya. Namun menurut responden yang menjawab netral mereka tidak selalu menjaga pola makan yang sehat. Terkadang

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

hanya karbohidrat dan protein namun tidak dengan vitamin nya sebab tidak semua responden mampu mencukupi kebutuhan makan mereka.

Tabel 5.18 Tanggapan Responden Tentang Memeriksakan Kesehatan Secara Rutin

Penelitian	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	**24**	**48%**
Setuju	**18**	**36%**
Netral	**8**	**16%**
Tidak Setuju	**-**	**-**
Sangat Tidak Setuju	**-**	**-**
Total	**50**	**100%**

Sumber : Data Olahan Kusioner

Dari tabel 5.18 diatas dikatakan bahwa 24 responden menjawab sangat setuju bahwa mereka rutin untuk memeriksakan kesehatan, 18 responden setuju dan 8 responden menjawab netral. Dapat disimpulkan bahwa gaya hidup sehat tercermin dari mereka yang rutin memeriksakan kesehatan badan sebab banyak yang menjawab sangat setuju dan setuju dibandingkan dengan jawaban lain. Namun menurut responden yang menjawab netral mereka jarang memeriksakan kondisi kesehatannya, sebab hanya memeriksakan kesehatan jika mengalami sakit saja.

Tabel 5.19 Tanggapan Responden Tentang Mengkonsumsi Makanan Organik

Penelitian	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	**26**	**52%**
Setuju	**19**	**38%**
Netral	**5**	**10%**
Tidak Setuju	**-**	**-**
Sangat Tidak Setuju	**-**	**-**
Total	**50**	**100%**

Sumber : Data Olahan Kusioner

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Dari tabel 5.19 diatas dikatakan bahwa 26 responden menjawab sangat setuju bahwa mereka mengkonsumsi makanan yang berbahan organik, 19 responden menjawab setuju dan 5 responden menjawab netral. Dapat disimpulkan bahwa gaya hidup sehat tercermin dari responden yang mengkonsumsi makanan berbahan organik, sebab dari bahan organik banyak nutrisi yang didapat dan sangat minim zat berbahaya yang terkandung di dalamnya. Namun menurut responden yang menjawab netral mereka hanya sesekali memakan makanan organik sebab belum terbiasa dengan makanan yang berbahan organik. Mereka lebih memilih mengkonsumsi makanan yang cepat saji.

Tabel 5.20 Tanggapan Responden Tentang Menerapkan Gaya Hidup Sehat

Penelitian	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	**28**	**56%**
Setuju	**18**	**36%**
Netral	**4**	**8%**
Tidak Setuju	-	-
Sangat Tidak Setuju	-	-
Total	**50**	**100%**

Sumber : Data Olahan Kusioner

Dari tabel 5.20 diatas dikatakan bahwa 28 responden menjawab sangat setuju bahwa mereka menerapkan gaya hidup sehat, 18 responden menjawab setuju dan 4 responden yang menjawab netral. Dapat disimpulkan bahwa gaya hidup sehat tercermin dari responden yang menerapkannya di kehidupan. Mereka rutin melakukan aktivitas fisik setiap hari, seperti olahraga. Menghindari makanan yang berzat adiktif dan mengandung pengawet kimiawi. Serta responden yang memilih sangat setuju rutin untuk memeriksakan kesehatan badannya. Namun menurut responden yang menjawab netral mereka tak selalu menerapkan gaya

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

hidup sehat, terkadang tidak menghindari makanan yang seharusnya dijauhi dan terkadang tidak pernah memeriksakan kesehatan badannya. Tergantung dari kebiasaan yang sering dilakukan.

Tabel 5.21 Rekapitulasi Tanggapan Responden Pada Gaya Hidup Sehat

Variabel	Indikator	Skor Jawaban					
		SS	S	N	TS	STS	Total Skor
		5	4	3	2	1	
Gaya Hidup Sehat (X1)	1.Melakukan olahraga rutin	21	20	9	-	-	
	Bobot Nilai	**105**	**80**	**27**	**-**	**-**	**212**
	2.Rutin mengkonsumsi makanan empat sehat lima sempurna	33	13	4	-	-	
	Bobot Nilai	**165**	**52**	**12**	**-**	**-**	**229**
	3.Menghindari makanan yang mengandung zat adiktif	30	14	6	-	-	
	Bobot Nilai	**150**	**56**	**18**	**-**	**-**	**224**
	4. Menghindari makanan yang mengandung bahan kimiawi tambahan	31	11	8	-	-	
	Bobot Nilai	**155**	**44**	**24**	**-**	**-**	**223**
	5. Memeriksakan kesehatan secara rutin	35	8	7	-	-	
	Bobot Nilai	**175**	**32**	**21**	**-**	**-**	**228**
	6.Memakan sayuran dan buah-buahan	24	18	8	-	-	
	Bobot Nilai	**120**	**72**	**24**	**-**	**-**	**216**
	7. Mengkonsumsi makanan organik	26	19	5	-	-	
	Bobot Nilai	**130**	**76**	**15**	**-**	**-**	**221**
	8. Menghindari makanan berzat pengawet	28	18	4	-	-	
	Bobot Nilai	**140**	**72**	**12**	**-**	**-**	**224**

Sumber : Data Olahan 2021

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Berdasarkan tabel 5.21 hasil rekapitulasi responden dapat dilihat bahwa bobot nilai tertinggi pada pernyataan yang kedua yaitu tentang rutin mengkonsumsi makanan empat sehat lima sempurna. Sebab disaat kita rutin mengkonsumsi herbalife maka urutan makan kita pun akan terjaga sebab pagi kita sudah diberi asupan sarapan dan makan siang dan makan malam diberikan waktu-waktu terbaiknya untuk makan agar khasiat dari herbalife juga akan bekerja ditubuh yang mengkonsumsinya.

5.4.1 Motivasi

Motivasi konsumen adalah keadaan didalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan- kegiatan guna mencapai suatu tujuan. Dengan adanya motivasi pada diri seseorang akan menunjukkan suatu perilaku yang diarahkan pada suatu tujuan untuk mencapai sasaran kepuasan (Setiadi, 2003).

Tabel 5.22 Tanggapan Responden Tentang Membeli Herbalife Karena Dapat Mengobati Berbagai Penyakit

Penelitian	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	**25**	**50%**
Setuju	**16**	**32%**
Netral	**9**	**18%**
Tidak Setuju	**-**	**-**
Sangat Tidak Setuju	**-**	**-**
Total	**50**	**100%**

Sumber : Data Olahan Kusioner

Dari tabel 5.22 diatas dikatakan bahwa 25 responden menjawab sangat setuju bahwa mereka membeli herbalife karena dapat mengobati berbagai penyakit, 16 responden menjawab setuju dan 9 responden menjawab netral.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Dapat disimpulkan bahwa motivasi responden membeli herbalife karena mereka ingin mengobati penyakit yang diderita seperti diabetes, maag dan penyakit lainnya. Namun menurut responden yang menjawab netral mereka hanya untuk menurunkan berat badan atau untuk menjaga stamina mereka. Sebab kebutuhan setiap badan berubah.

Tabel 5.23 Tanggapan Responden Tentang Membeli Herbalife Karena Kualitas Sudah Terjamin Khasiat

Penelitian	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	**31**	**62%**
Setuju	**13**	**26%**
Netral	**6**	**12%**
Tidak Setuju	**-**	**-**
Sangat Tidak Setuju	**-**	**-**
Total	**50**	**100%**

Sumber : Data Olahan Kusioner

Dari tabel 5.23 diatas dikatakan bahwa 31 responden menjawab sangat setuju bahwa mereka membeli herbalife karena memang sudah terjamin khasiatnya, 13 responden menjawab setuju dan 6 responden menjawab netral. Dapat disimpulkan bahwa motivasi responden membeli herbalife karena mereka telah percaya dengan khasiat yang akan didapatkan di produk-produk herbalife. Seperti untuk mencegah diabetes ataupun mengobatinya, menjaga kesehatan jantung dan penyakit lainnya. Namun menurut responden yang menjawab netral mereka karena baru saja memulai untuk menggunakan dan mengkonsumsi herbalife tidak rutin, jadi khasiat yang didapatkan kurang atau masih samar dirasakannya.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 5.24 Tanggapan Responden Tentang Membeli Herbalife Karena Membutuhkannya

Penelitian	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	**28**	**56%**
Setuju	**15**	**30%**
Netral	**7**	**14%**
Tidak Setuju	**-**	**-**
Sangat Tidak Setuju	**-**	**-**
Total	**50**	**100%**

Sumber : Data Olahan Kusioner

Dari tabel 5.24 diatas dikatakan bahwa 28 responden menjawab sangat setuju bahwa mereka membeli herbalife karena mereka membutuhkannya, 15 responden menjawab setuju dan 7 responden menjawab netral. Dapat disimpulkan bahwa motivasi responden membeli herbalife karena mereka membutuhkannya. Seperti yang telah di jelaskan di tabel 5.14 bahwa banyak responden yang telah memperoleh khasiat dari mengkonsumsi herbalife. Jadi herbalife akan dibutuhkan oleh konsumennya apabila mereka ingin mendapatkan hasil khasiat yang maksimal. Namun menurut responden yang menjawab netral mereka tidak rutin mengkonsumsi, mereka hanya mengkonsumsi saat mereka ingin saja, saat mereka butuh stamina atau mereka ingin meningkatkan imunitas tubuh baru mereka akan mengkonsumsinya namun tidak rutin penggunaannya.

Tabel 5.25 Tanggapan Responden Tentang Membeli Herbalife Karena Rekomendasi Pengguna Lain

Penelitian	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	**33**	**66%**
Setuju	**12**	**24%**
Netral	**5**	**10%**
Tidak Setuju	**-**	**-**
Sangat Tidak Setuju	**-**	**-**
Total	**50**	**100%**

Sumber : Data Olahan Kusioner

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Dari tabel 5.25 diatas dikatakan bahwa 33 responden menjawab sangat setuju bahwa mereka membeli herbalife karena direkomendasi oleh pengguna lain, 12 responden menjawab setuju dan 5 menjawab netral. Dapat disimpulkan bahwa motivasi responden membeli herbalife karena kebanyakan dari mereka direkomendasikan oleh teman, tetangga, saudara dan para member herbalife. Namun menurut responden yang menjawab netral mereka mendapatkan info langsung dari klub. Mereka datang ke klub sebab membutuhkan herbalife untuk program penurunan berat badan dan menjaga imunitas tubuh dimasa pandemi ini.

Tabel 5.26 Tanggapan Responden Membeli Produk Herbalife Karena Kualitas Sudah Terjamin

Penelitian	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	**29**	**58%**
Setuju	**16**	**32%**
Netral	**5**	**10%**
Tidak Setuju	**-**	**-**
Sangat Tidak Setuju	**-**	**-**
Total	**50**	**100%**

Sumber : Data Olahan Kusioner

Dari tabel 5.26 diatas dikatakan bahwa 29 responden menjawab sangat setuju bahwa mereka membeli herbalife karena kualitasnya sudah terjamin, 16 responden menjawab setuju dan 5 responden menjawab netral. Dapat disimpulkan bahwa motivasi responden membeli herbalife karena kualitas dari herbalife sudah terjamin, baik khasiat, kebersihan dan lainnya. Dari kebersihannya dapat kita lihat dari situs resmi herbalife nutrition, bahwa segala produk yang di produksi di herbalife diproduksi secara modern dengan alat yang canggih dan sudah berlisensi, jadi tidak diragukan lagi. Dan dari khasiatnya sudah banyak yang memberikan testimoni atau ulasan setelah memakai herbalife. Namun menurut

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

responden yang menjawab netral mereka baru saja memulai menggunakan herbalife, sehingga belum bisa memberikan pendapatnya mengenai kualitas herbalife.

Tabel 5.27 Tanggapan Responden Tentang membeli Herbalife Karena Harganya yang Relatif Terjangkau

Penelitian	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	**24**	**48%**
Setuju	**17**	**34%**
Netral	**9**	**18%**
Tidak Setuju	**-**	**-**
Sangat Tidak Setuju	**-**	**-**
Total	**50**	**100%**

Sumber : Data Olahan Kusioner

Dari tabel 5.28 diatas dikatakan bahwa 24 responden menjawab sangat setuju bahwa mereka membeli herbalife karena harganya yang relatif terjangkau, 17 responden menjawab setuju dan 9 responden menjawab netral. Dapat disimpulkan bahwa motivasi responden membeli herbalife karena harganya relatif terjangkau untuk kualitas, khasiat dan pemakaian yang cukup lama karena komposisi nya yang cukup banyak untuk pemakaian 1-2bulan kedepan. Namun menurut responden yang menjawab netral mereka merasa cukup mahal karena masih pengguna baru dan belum merasakan khasiat herbalife.

Tabel 5.29 Rekapitulasi Tanggapan Responden Pada Motivasi

Variabel	Indikator	Skor Jawaban					
		SS	S	N	TS	STS	Total Skor
		5	4	3	2	1	
Motivasi (X2)	1.Membutuhkan khasit herbalife	**25**	**16**	**9**	-	-	
	Bobot Nilai	**125**	**64**	**27**	-	-	**216**
	2.Dapat mengobati berbagai penyakit	**31**	**13**	**6**	-	-	

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

	Bobot Nilai	**155**	**52**	**18**	**-**	**-**	**225**
	3.Rekomendasi pengguna lain	**28**	**15**	**7**	-	-	
	Bobot Nilai	**140**	**60**	**21**	**-**	**-**	**221**
	4. Harga relatif terjangkau	**33**	**12**	**5**	-	-	
	Bobot Nilai	**165**	**48**	**15**	**-**	**-**	**228**
	5. Kualitas terjamin	**29**	**16**	**5**	-	-	
	Bobot Nilai	**145**	**64**	**15**	**-**	**-**	**224**
	6.Memperoleh manfaat herbalife	**24**	**17**	**9**	-	-	
	Bobot Nilai	**120**	**68**	**27**	**-**	**-**	**215**

Sumber : Data Olahan 2021

Berdasarkan tabel 5.29 hasil rekapitulasi responden dapat dilihat bahwa bobot nilai tertinggi pada pernyataan yang keempat yaitu harga relatif terjangkau. Disini maksudnya kita bisa mencicil untuk meminumnya, untuk mengambil paket per 10 kali minum atau hanya saat kita menginginkan saja baru kita bayar dan minum ditempat. Atau untuk yang ingin membeli sepaket untuk dikonsumsi dirumah, maka akan diberikan diskon dan itu untuk pemakaian satu sampai dua bulan kedepan, jadi akan lebih hemat dan praktis juga.

5.4.1 Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah pemikiran dimana individu mengevaluasi berbagai pilihan dan memutuskan pilihan pada suatu produk dari sekian banyak pilihan. Menurut Kotler & Amstrong (2014), keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 5.30 Tanggapan Responden Tentang Membeli Herbalife Karena Kebutuhan

Penelitian	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	**22**	**44%**
Setuju	**21**	**42%**
Netral	**7**	**14%**
Tidak Setuju	**-**	**-**
Sangat Tidak Setuju	**-**	**-**
Total	**50**	**100%**

Sumber : Data Olahan Kusioner

Dari tabel 5.30 diatas dikatakan bahwa 22 responden menjawab sangat setuju bahwa membeli herbalife karena kebutuhan, 21 responden menjawab setuju dan 7 responden menjawab netral. Dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian responden untuk membeli herbalife karena suatu kebutuhan. Responden yang telah merasakan khasiat herbalife merasa harus tetap menggunakan herbalife karena membutuhkannya untuk pengobatan maupun program penurunan berat badan. Namun menurut responden yang menjawab netral mereka tidak terlalu membutuhkannya sebab mereka menggunakan herbalife sesekali saja saat mereka merasa memerlukannya.

Tabel 5.31 Tanggapan Responden Tentang Membeli Herbalife Karena Dapat Meningkatkan Imunitas Tubuh

Penelitian	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	**20**	**40%**
Setuju	**21**	**42%**
Netral	**9**	**18%**
Tidak Setuju	**-**	**-**
Sangat Tidak Setuju	**-**	**-**
Total	**50**	**100%**

Sumber : Data Olahan Kusioner

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Dari tabel 5.31 diatas dikatakan bahwa 20 responden menjawab sangat setuju bahwa herbalife dapat meningkatkan imunitas tubuh, 21 responden menjawab setuju dan 9 responden menjawab netral. Dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian responden untuk membeli herbalife sebab mampu meningkatkan imunitas tubuh. Dimasa pandemi yang membutuhkan imunitas yang cukup tinggi sebab banyak virus yang akan menyerang jika badan tidak kuat atau imunitas tidak kuat. Namun menurut responden yang menjawab netral mereka memang memiliki penyakit bawaan yang harus dicegah agar tidak kambuh atau semakin parah sehingga mereka menganggap bukan saja herbalife yg dibutuhkan oleh tubuh mereka namun juga obat dokter lainnya.

Tabel 5.32 Tanggapan Responden Tentang Informasi Yang Diberikan Mengenai Produk Sesuai Dengan Kenyataannya

Penelitian	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	**28**	**56%**
Setuju	**16**	**32%**
Netral	**6**	**12%**
Tidak Setuju	**-**	**-**
Sangat Tidak Setuju	-	-
Total	**50**	**100%**

Sumber : Data Olahan Kusioner

Dari tabel 5.32 diatas dikatakan bahwa 28 responden menjawab sangat setuju bahwa informasi yang diberikan mengenai herbalife sesuai dengan kenyataannya yang sesungguhnya, 16 responden menjawab setuju dan 6 responden menjawab netral. Dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian responden untuk membeli herbalife karena mereka memperoleh informasi yang tepat mengenai khasiat dan segala informasi tentang herbalife yang membuat mereka tertarik membeli dan mengkonsumsinya.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Tabel 5.33 Tanggapan Responden Tentang Setuju Bahwa Herbalife Sangat Berkhasiat Bagi Tubuh

Penelitian	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	**30**	**60%**
Setuju	**15**	**30%**
Netral	**5**	**10%**
Tidak Setuju	**-**	**-**
Sangat Tidak Setuju	**-**	**-**
Total	**50**	**100%**

Sumber : Data Olahan Kusioner

Dari tabel 5.33 diatas dikatakan bahwa 30 responden menjawab sangat setuju bahwa herbalife berkhasiat bagi tubuh, 15 responden menjawab setuju dan 5 responden menjawab netral. Dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian responden untuk membeli herbalife karena mereka telah percaya dengan khasiat yang akan didapatkan di produk-produk herbalife. Seperti untuk mencegah diabetes ataupun mengobatinya, menjaga kesehatan jantung dan penyakit lainnya. Namun menurut responden yang menjawab netral mereka karena baru saja memulai untuk menggunakan dan mengkonsumsi herbalife tidak rutin, jadi khasiat yang didapatkan kurang atau masih samar dirasakannya.

Tabel 5.34 Tanggapan Responden Tentang Akan Melakukan Pembelian Herbalife Secara Berulang/Terus-Menerus

Penelitian	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	**25**	**50%**
Setuju	**18**	**36%**
Netral	**7**	**14%**
Tidak Setuju	**-**	**-**
Sangat Tidak Setuju	**-**	**-**
Total	**50**	**100%**

Sumber : Data Olahan Kusioner

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Dari tabel 5.34 diatas dikatakan bahwa 25 responden menjawab sangat setuju bahwa mereka akan melakukan pembelian secara berulang atau terus-menerus, 18 responden menjawab setuju dan 7 responden menjawab netral. Dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian responden untuk melakukan pembelian herbalife secara berulang, sebab mereka membutuhkan herbalife sudah bergantung dengan pemakaian herbalife. Karena manfaatnya yang sangat banyak bagi tubuh. Namun menurut responden yang menjawab netral mereka merasa akan melakukan pembelian ulang jika dirasa memang sangat mendesak saja.

Tabel 5.35 Rekapitulasi Tanggapan Responden pada Keputusan Pembelian

Variabel	Indikator	Skor Jawaban					
		SS	S	N	TS	STS	Total Skor
		5	4	3	2	1	
Motivasi (X2)	1.Memperoleh khasiatnya	22	21	7	-	-	
	Bobot Nilai	**110**	**84**	**21**	**-**	**-**	**215**
	2.Membutuhkan Herbalife	20	21	9	-	-	
	Bobot Nilai	**100**	**84**	**27**	**-**	**-**	**211**
	3. Direkomendasikan pengguna lain	28	16	6	-	-	
	Bobot Nilai	**140**	**64**	**18**	**-**	**-**	**222**
	4. Menjaga imunitas tubuh	30	15	5	-	-	
	Bobot Nilai	**150**	**60**	**15**	**-**	**-**	**225**
	5. Melakukan pembelian herbalife	25	18	7	-	-	
	Bobot Nilai	**125**	**72**	**21**	**-**	**-**	**218**

Sumber : Data Olahan 2021

Berdasarkan tabel 5.35 hasil rekapitulasi responden dapat dilihat bahwa bobot nilai tertinggi pada pernyataan keempat yaitu menjaga imunitas tubuh, seperti yang sudah kita ketahui banyak khasiat yang diperoleh saat kita rutin

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

mengkonsumsi herbalife terutama bagi yang sering merasakan sakit di tubuhnya maka akan menjadi berkurang saat dia mengkonsumsi herbalife sesuai dengan kebutuhannya.

5.5 Pembahasan Hasil Analisis Data

Dari hasil penelitian mengenai "Pengaruh Gaya Hidup Sehat Dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbalife Klub Jojo Bugar Di Kota Duri" diperoleh hasil sebagai beriku :

5.5.1 Pengaruh Gaya Hidup Sehat Terhadap Keputusan Pembelian

Dari penelitian ini menunjukkan variabel gaya hidup sehat memiliki nilai t-hitung adalah sebesar 4,324 > t-tabel 2,013 dengan tingkat signifikan 0,000 < 0,005 maka Hipotesis pertama (H1) berpengaruh signifikan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Gaya Hidup Sehat (X1) berpengaruh signifikan terhadap meningkatkan Keputusan Pembelian (Y).

Nilai koefisien regresi positif disini dapat diartikan bahwa semakin tinggi kesadaran masyarakat akan gaya hidup sehat maka semakin meningkatkan keputusan pembelian produk herbalife itu sendiri, begitu pula sebaliknya semakin rendah kesadaran akan gaya hidup sehat maka semakin menurun keputusan pembelian produk herbalife. Suatu produk kesehatan akan menarik konsumen apabila konsumen telah sadar dan menerapkan gaya hidup sehat dikehidupannya, maka dengan begitu mereka akan dapat mempengaruhi suatu keputusan pembelian. Akan tetapi disisi lain keputusan pembelian dipengaruhi oleh beberapa faktor semisalnya nama, istilah, tanda, simbol, desain, citra produk, warna atau

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

kombinasi atribut-atribut produk lainnya yang diharapkan dapat memberikan identitas dan di definisikan terhadap produk pesaing.

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Syafira Fayuni (2019) yang menyatakan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

5.5.2 Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian

Dari hasil penelitian menujukkan bahwa variabel motivasi memiliki nilai t-hitung sebesar 4,182 > t-tabel 2,013 dengan tingkat signifikan 0,000 < 0,005 maka Hipotesis kedua (H_2) berpengaruh signifikan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Motivasi (X2) berpengaruh signifikan terhadap meningkatkan Keputusan Pembelian (Y).

Nilai koefisien regresi positif disini dapat diartikan bahwa semakin tinggi motivasi konsumen untuk mengkonsumsi produk herbalife maka semakin meningkatkan keputusan pembelian produk herbalife itu sendiri, begitu pula sebaliknya jika semakin rendah motivasi konsumen untuk mengkonsumsi produk herbalife maka semakin menurun keputusan pembelian produk herbalife itu sendiri.

Munculnya motivasi jika seseorang merasakan adanya kebutuhan dengan suatu hal atau barang, dan berharap untuk memperoleh khasiat dan manfaat tertentu dari barang atau hal tersebut. Manfaat yang mungkin dapat diperoleh dengan adanya pemenuhan kebutuhan adalah manfaat yang mungkin dapat

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

diperoleh dengan adanya pemenuhan kebutuhan adalah manfaat utilatarian dan manfaat hedonis (pengalaman) . Jeffrey et al (1996) berpendapat bahwa proses motivasi akan dapat terjadi karena adanya kebutuhan , keinginan, atau harapan yang tidak terpenuhi yang menyebabkan timbulnya ketegangan.

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Joshua Winantoyang menyatakan bahwa variabel motivasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dengan menggunakan analisis SPSS, dari kusioner yang disebarkan terhadap 50 responden yang menggunakan Herbalife, yang digunakan untuk mengukur pengaruh gaya hidup sehat dan motivasi terhadap keputusan pembelian produk herbalife klub jojo bugar di Duri. Maka dapat ditarik kesimpulan dan saran sebagai berikut :

6.1 KESIMPULAN

1. Gaya hidup sehat disini berpengaruh positif dan signifikan dengan keputusan pembelian produk Herbalife. Artinya jika pola konsumsi dan gaya hidup biasa diubah menjadi gaya hidup sehat, maka gaya hidup seseorang akan berubah menjadi gaya hidup sehat. Pola hidup sehat dapat berupa makan makanan yang dapat menjamin kesehatan, olahraga teratur dan memeriksakan kesehatan tubuh. Oleh karena itu dengan membeli herbalife dapat terwujud cara konsumsi harian yang sehat, karena kandungan gizi dan manfaat herbalife sangat bermanfaat bagi kesehatan.
2. Motivasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Herbalife. Artinya seseorang akan membeli sesuatu karena dia membutuhkannya dan sangat ingin memilikinya untuk mencapai tujuannya. Contohnya, tujuan membeli Herbalife adalah untuk mendapatkan kesehatan dan mampu menangani semua bakteri dan virus yang menyerang sistem kekebalan tubuh manusia.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

6.2 SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan diatas , maka dapat disarankan agar konsumen herbalife maupun para peneliti nantinya yang akan melakukan penelitian terkait gaya hidup sehat dan motivasi terhadap keputusan pembelian produk herbalife, untuk melakukan hal seperti dibawah ini :

1. Untuk produsen produk herbalife hendaknya mengetahui kebutuhan pasar diera milenial saat ini yang gaya hidupnya jauh dari kata sehat. Jadi, herbalife lebih mengedepankan untuk mengobah gaya hidup yang tidak sehat menjadi sehat salah satunya dengan pola sarapan sehat dan pola konsumsi makanan yang bernutrisi bagi konsumen. Disaat konsumen sudah mengetahui kebutuhannya akan konsumsi makanan bernutrisi dan sarapan sehat, maka herbalife akan menjadi pilihan nomor satu untuk di konsumsi oleh konsumen lainnya.
2. Motivasi konsumen untuk membeli produk herbalife adalah saat mereka merasa bahwa mereka membutuhkannya dan akan rutin mengkonsumsinya. Dengan adanya rasa termotivasi akan suatu barang, maka keinginan untuk memilikinya dan membelinya akan semakin besar. Seharusnya herbalife mampu menjangkau konsumen yang lebih luas sehingga konsumen akan banyak berkeinginan untuk memutuskan mengkonsumsi dan membeli herbalife.
3. Bagi penelitian yang akan datang diharapkan mampu memperluas penelitian yakni dengan melakukan penelitian yang serupa namun berbeda tempat atau lokasi serta bisa menambahkan penggunaan variabel-variabel lain seperti

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :

harga, kualitas, brand image atau lain sebagainya yang dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Milik :