

Pengaruh Gaya Hidup dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bakar Minyak Jenis Pertalite Di Kota Pekanbaru

Juli Andri

Institut Agama Islam Dar Aswaja Rokan Hilir

Email: juliandriphu01@gmail.com

Abstrak

Semenejak dipasarkan konsumen premium banyak beralih ke pertalite, bahkan perkembangan peminat pertalite terus mengalami peningkatan. Fenomena tersebut tidak bisa lepas dari pengaruh gaya hidup dan persepsi yang terus berkembang di masyarakat. Terlebih penggunaan BBM Pertalite yang saat ini tengah berlomba-lomba untuk mendapatkan klaim bahwa produk yang ditawarkan berkualitas. Sehingga akan memunculkan persepsi yang positif dibenak konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah gaya hidup dan persepsi kualitas berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan bahan bakar minyak jenis pertalite di Kota Pekanbaru berjumlah 80 orang. Penulis mengambil responden dengan Accidental Sampling. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah explanatory research, yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel independen tersebut terhadap variabel dependen. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dan data sekunder. Sedangkan analisis data yang digunakan meliputi analisis deskriptif, uji asumsi klasik dan pengujian hipotesis yaitu analisis dengan menggunakan Uji Regresi Linear Berganda. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan positif secara simultan variabel gaya hidup dan persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian bahan bakar minyak jenis pertalite di Kota Pekanbaru. Terdapat pula pengaruh secara parsial masing-masing variabel terhadap keputusan pembelian pada bahan bakar minyak jenis pertalite di Kota Pekanbaru. Menurut ekonomi Islam pengaruh gaya hidup dan persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian bahan bakar jenis pertalite sudah sesuai dengan ekonomi Islam. Hanya saja ada beberapa yang perlu diperbaiki seperti gaya hidup yang bermegah-megahan sesungguhnya dilarang dalam Islam dan dianjurkan untuk hidup sederhana dan dituntut untuk selalu berprasangka yang baik.

Kata Kunci: *Gaya Hidup, Persepsi Kualitas, Keputusan Pembelian*

Abstract

Since being marketed, many premium consumers have switched to pertalite, even the development of pertalite enthusiasts continues to increase. This phenomenon cannot be separated from the influence of lifestyle and perceptions that continue to develop in society. Moreover, the use of Pertalite fuel which is currently competing to get a claim that the products offered are of high quality. This will create a positive perception in the minds of consumers. The purpose of this study was to determine whether lifestyle and perceived quality influence simultaneously and partially on purchasing decisions. The sample in this study were 80 people who used pertalite fuel in Pekanbaru City. The author takes respondents by Accidental Sampling. The research method used in this study is explanatory research, which explains the causal relationship between the independent variables and the dependent variable. Data was collected through questionnaires and secondary data. While the data analysis used includes descriptive analysis, classical assumption test and hypothesis testing, namely the analysis using Multiple Linear Regression Test. The results of the study indicate that there is a simultaneous positive significant effect of lifestyle variables and perceived quality on purchasing decisions for pertalite fuel in Pekanbaru City. There is also a partial effect of each variable on purchasing decisions on pertalite type fuel oil in Pekanbaru City. According to Islamic economics, the influence of lifestyle and perceived quality on purchasing decisions for pertalite fuel is in accordance with Islamic economics. It's just that there are some things that need to be improved, such as a lifestyle that is actually prohibited in Islam and is recommended to live a simple life and is required to always have a good attitude.

Keywords: *Lifestyle, Perceived Quality, Purchase Decision*

PENDAHULUAN

Dalam Ilmu ekonomi Islam tidak hanya dipelajari individu-individu sosial semata namun juga manusia yang memiliki bakat religi. Manusia adalah Khalifah Allah dimuka bumi dan Allah telah menundukkan alam semesta ini untuk kepentingan manusia, Manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya dapat bekerja apa saja yang penting tidak melanggar garis-garis yang telah ditentukan Allah SWT, manusia bisa melakukan aktifitas Produksi, seperti pertanian, perkebunan, pengolahan makanan dan minuman.

Ia juga dapat melakukan aktifitas distribusi, seperti perdagangan, atau dalam bidang jasa seperti pendidikan, transportasi kesehatan, perbankan dan sebagainya. Produksi adalah kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang kemudian dimanfaatkan konsumen. Sedangkan distribusi adalah bagaimana produk anda dapat sampai pada pengguna terakhir (end-user) dengan biaya seminimal mungkin tanpa mengurangi kepuasan pelanggan.

PT. Pertamina merupakan perusahaan BUMN yang bersifat monopoli karena merupakan satu-satunya perusahaan yang mengelola SPBU di Indonesia yang memproduksi produk Bahan Bakar Minyak seperti: Minyak Bensin, Minyak Tanah, Minyak Solar, Minyak Diesel, kemudian Minyak Bakar Khusus Aviation Gasoline (BBM pesawat udara), Aviation Turbine Fuel (BBM pesawat udara ber-turbin), Bio Pertamax, Bio Solar, Pertamax, Pertamax Plus, Pertamina Dex, Pertamax Racing, Premium, Pertalite, kemudian Bahan Bakar Subsidi yaitu terdiri dari Bahan Bakar Bio Solar dan Premium dan yang terakhir adalah produk non BBM yaitu, Aspal, Pelumas (Lube Base Oil), Pelarut (Solvent). Namun demikian persaingan tidaklah terjadi pada semua jenis BBM. Persaingan ini terjadi karena pada Pertamina terdapat BBM bersubsidi seperti premium dan solar dan BBM non subsidi seperti pertamax, pertamax plus, dan Pertalite. Di dalam SPBU swasta yang beroperasi di Indonesia pun hanya menjual produk bahan bakar minyak non subsidi dan PT Pertamina masih menguasai pasar secara dominan.

Perusahaan dituntut untuk menciptakan keunggulan serta nilai yang tinggi di mata konsumen, agar bisnis dapat berjalan dengan baik. Produk yang memiliki kualitas yang baik adalah produk yang sesuai dengan desain atau spesifikasi tertentu serta memberikan kepuasan kepada konsumen dalam pemenuhan kebutuhannya. Di dalam inovasi produk bahan bakar minyak jenis Pertalite, perusahaan memberikan desain dan spesifikasi yang lebih baik dari bahan bakar minyak jenis premium, yaitu kandungan RON yang lebih tinggi dari pada bahan bakar minyak jenis premium. Kualitas produk ini sudah dilakukan berbagai uji dan terbukti bahwa banyak manfaat yang dirasakan karena kandungan RON 90 membuat banyak konsumen merasakan bahwa menggunakan Pertalite jauh lebih irit dan mesin motor lebih gesit.

Bahkan sejak dipasarkan konsumen premium banyak beralih ke pertalite, bahkan perkembangan peminat pertalite terus mengalami peningkatan yang signifikan. rata-rata penyaluran BBM non subsidi jenis Pertalite mengalami lonjakan signifikan mencapai sekitar 49.000 Kilo Liter (KL) per hari atau meningkat 43 persen dibandingkan periode Satgas 2016. Jika dibandingkan konsumsi rata-rata pada kondisi normal di 2017 yang berada pada kisaran 45.000 KL per hari, maka penyaluran Pertalite selama periode 18-24 Desember 2017 mengalami kenaikan 9 persen. (Kompas. Com).

Salah satu yang mempengaruhi keputusan pembelian pertalite adalah Faktor gaya hidup konsumen. Dalam masyarakat, khususnya Kota Pekanbaru di era yang modern seperti sekarang ini, urusan gaya hidup mulai menjadi perhatian yang serius hampir bagi setiap orang. Hal ini sejalan dengan tumbuhnya kapitalisme yang ditandai dengan menjamurnya pusat pembelanjaan semacam shopping mall, industri mode atau fashion, industri kecantikan kawasan huni mewah dan sebagainya. Kapitalisme konsumsi benar-benar telah ikut berperan penting dalam memoles gaya hidup dan membentuk masyarakat konsumen. Peran media (baik media cetak maupun elektronik), di era globalisasi pun menjadi lading persemaian gaya hidup. Termasuk salah satunya pembelian Pertalite sebagai konsumsi kendaraan yang terus mengalami peningkatan.

Disamping itu begitupun dengan persepsi konsumen merupakan konsep yang sangat penting dalam studi perilaku konsumen. Membangun sebuah persepsi kualitas merupakan hal yang penting bagi produsen dalam memanipulasi perilaku konsumen Menurut Simamora persepsi kualitas adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan ditinjau dari fungsinya secara relatif dengan produk-produk lain. Konsumen akan membeli atau memilih merek yang sudah mereka kenal, dikarenakan persepsi konsumen bahwa merek yang mereka pilih dapat diandalkan. Tidak terkecuali pada BBM Jenis

Pertalite yang saat ini banyak dijual di berbagai Pertamina di Pekanbaru.

METODE

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian lapangan (field research), dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen PT. Pertamina di Pekanbaru yang berjumlah 41 SPBU sampai tahun 2017. Adapaun sampel dalam penelitian ini adalah peneliti mengambil sampel sebanyak 20% dari jumlah Populasi yaitu 8 SPBU dan Penulis menentukan setiap SPBU yang dijadikan sampel adalah 10 orang konsumen. Sehingga sampel dalam penelitian ini adalah 8 SPBU dengan 80 orang yang menggunakan Bahan Bakar Minyak (BBM) Pertalite pada pertamina di Kota Pekanbaru. Di karenakan populasi tidak diketahui jumlahnya, konsumen sulit untuk ditemui, serta keterbatasan waktu dan biaya, maka metode yang digunakan penulis adalah Nonprobability Sampling, dengan teknik yang digunakan penulis dalam prosedur pencarian responden ini dilakukan berdasarkan Accidental Sampling, yaitu memilih sampel yang paling mudah diakses dan dijumpai. Untuk mendapatkan kualitas data yang valid, maka data dikumpulkan melalui instrument yang digunakan penulis dalam penelitian, yaitu :

- 1. Teknik Observasi (pengamatan).
- 2. Teknik Wawancara (interview).
- 3. Angket/ Kuesioner
- 4. Teknik Dokumentasi.

Proses pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program SPSS 27.00 (Statistical Package for Social Science), yaitu software yang dirancang untuk membantu pengolahan data secara statistic. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan angket bersifat tertutup. Angket diajukan dengan menggunakan skala Likert meliputi skala 1 sampai 5.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil analisis data, pengujian hipotesis, dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bakar Minyak Jenis Pertalite

Coefficients^a

Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
B	Std. Error	Beta		
6.403	3.153		2.031	.046
.445	.085	.470	5.207	.000
.504	.117	.388	4.294	.000

a. Dependent Variable: Y

Pada variabel gaya hidup dengan menggunakan uji t diketahui t hitung (5,207) > t tabel (1,664) dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05, maka gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian BBM Pertalite oleh konsumen di Kota Pekanbaru. Hal ini sejalan dengan teori yang dikemukakan Philip Kotler yang mengatakan bahwa faktor gaya hidup dipengaruhi oleh perilaku pembelian konsumen yang di artikan sebagai sebuah pola hidup seseorang dalam aktivitas, minat, dan opininya yang terbentuk melalui kelas sosial dan pekerjaan. Melihat hal ini sebagai peluang dalam kegiatan pemasaran, banyak pemasar yang mengarahkan merek mereka sesuai dengan gaya hidup seseorang saat ini.

Sesuai dengan teori Kotler gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang ekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia. Secara umum dapat diartikan sebagai suatu gaya hidup yang dikenali dengan bagaimana orang

menghabiskan waktunya (aktivitas), apa yang penting orang pertimbangkan pada lingkungan (minat), dan apa yang orang pikirkan tentang diri sendiri dan dunia di sekitar (opini). Gaya hidup adalah perilaku seseorang yang ditunjukkan dalam aktivitas, minat dan opini khususnya yang berkaitan dengan citra diri untuk merefleksikan status sosialnya.

Sesuai dengan teori Sunarto gaya hidup atau life style adalah pola kehidupan seseorang untuk memahami kekuatan-kekuatan ini kita harus mengukur dimensi activity, interest dan opinion (AIO). Dimensi activity (aktivitas) dilihat dari pekerjaan, hobi, belanja, olahraga, dan kegiatan sosial. Sedangkan dimensi interest (minat) terdiri dari makanan, mode, keluarga, rekreasi. Dimensi opinion (pendapat) terdiri dari mengenai diri mereka sendiri, masalah-masalah sosial, bisnis, dan produk. Gaya hidup mencakup sesuatu yang lebih dari sekedar kelas sosial ataupun kepribadian seseorang. Hal ini memperkuat penelitian yang telah dilakukan oleh Wanda Puspita Anggraeny (2016) bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Vourtdacsbelina Virgine Fautngiljanan, Agus Supandi Soegoto, Lily Harjati, Lusia Olivia Sabu G. bahwa gaya hidup menggambarkan pola hidup seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikan $0,000 < 0.05$. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa gaya hidup dapat mempengaruhi terhadap keputusan pembelian konsumen pada Bahan Bakar Minyak Peralite di Kota Pekanbaru.

2. Pengaruh Persepsi kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bakar Minyak Jenis Peralite

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.403	3.153		2.031	.046
X1	.445	.085	.470	5.207	.000
X2	.504	.117	.388	4.294	.000

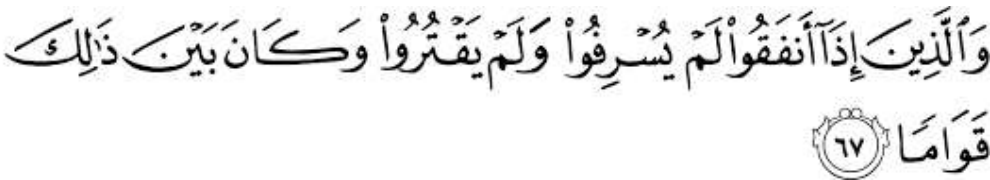
a. Dependent Variable: Y

Pada variabel persepsi kualitas dengan menggunakan uji t diperoleh t hitung (4,294) > t tabel 1,664 dengan tingkat signifikansi (0,000) < 0,05 maka persepsi kualitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian BBM Peralite.. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi kualitas dapat mempengaruhi terhadap keputusan pembelian konsumen pada bahan bakar minyak jenis Peralite di Kota Pekanbaru. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa persepsi kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikan $0,000 < 0.05$.

Sesuai dengan teori Simamora persepsi kualitas adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan ditinjau dari fungsinya secara relatif dengan produk-produk lain. Konsumen akan membeli atau memilih merek yang sudah mereka kenal, dikarenakan persepsi konsumen bahwa merek yang mereka pilih dapat diandalkan.

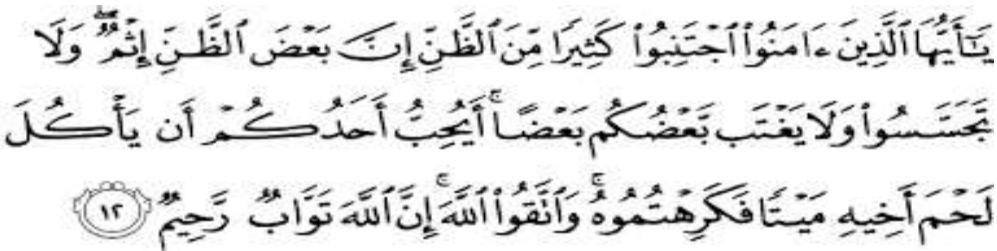
3. Konsep Gaya Hidup, Persepsi Kualitas mempengaruhi Keputusan Pembelian Menurut Ekonomi Islam

Secara teori Ekonomi Islam Gaya hidup yang bermegah-megahan sesungguhnya dilarang dalam Islam. Hal ini telah difirmankan Allah dalam surat At-Takaatsur ayat 1-2:



Artinya: *dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.* (Al Furqan : 67)

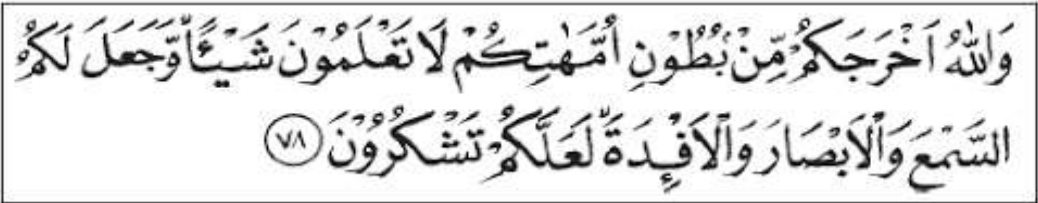
Dalam kaitannya dengan persepsi, terdapat 2 hal yakni persepsi positif dan persepsi negatif. Islam agama yang sempurna bahkan mengatur tentang bagaimana manusia harusnya dalam berprasangka. Hal ini telah diFirmankan dalam surat Al Hujuraat ayat 12:



Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, jauhilah kebanyakan purba-sangka (kecurigaan), karena sebagian dari purba-sangka itu dosa. dan janganlah mencari-cari keburukan orang dan janganlah menggunjingkan satu sama lain. Adakah seorang diantara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? Maka tentulah kamu merasa jijik kepadanya. dan bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah Maha Penerima taubat lagi Maha Penyayang.* (Al Hujarat: 12)

Dalam ayat diatas dijelaskan bahwa manusia diperintahkan untuk menjauhi purbasangka (kecurigaan) karena sebagian darinya adalah dosa. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagai konsumen dianjurkan untuk tidak berprasangka buruk, akan tetapi untuk menghindari hal yang tidak diinginkan supaya lebih berhati-hati dan atisipasi.

Persepsi yang baik terhadap suatu produk tidak dapat terbentuk dengan mudah. Ada banyak faktor yang mempengaruhi munculnya persepsi tersebut. Salah satunya adalah dengan adanya panca indera yang lengkap dan normal maka akan dapat membentuk persepsi dengan lebih mudah. Dalam Islam Allah berfirman pada surat An-Nahl ayat 78 :



Artinya: *dan Allah mengeluarkan kamu dari perut ibumu dalam Keadaan tidak mengetahui sesuatupun, dan Dia memberi kamu pendengaran, penglihatan dan hati, agar kamu bersyukur.* (An Nahl : 78)

SIMPULAN

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah:

- 1. Secara simultan gaya hidup dan persepsi kualitas, berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada bahan bakar minyak jenis pertalite di Kota Pekanbaru.
- 2. Pada hipotesis pertama, gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada bahan bakar minyak jenis pertalite di Kota Pekanbaru. Artinya dengan gaya hidup yang tinggi atau meningkat maka konsumen akan lebih terdorong untuk melakukan pembelian. .
- 3. Pada hipotesis kedua, persepsi kualitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada bahan bakar minyak jenis pertalite di Kota Pekanbaru. Artinya dengan persepsi kualitas yang baik maka konsumen akan lebih terdorong untuk melakukan pembelian.
- 4. Menurut ekonomi Islam pengaruh gaya hidup dan persepsi kualitas terhadap keputusan pembelian bahan bakar jenis pertalite sudah sesuai dengan Ekonomi Islam. Hanya saja ada beberapa yang perlu

diperbaiki seperti Gaya hidup yang bermegah-megahan sesungguhnya dilarang dalam Islam dan dianjurkan untuk hidup sederhana dan dituntut untuk selalu berprasangka yang positif. Dalam hal gaya hidup, Islam lebih menganjurkan untuk hidup dalam pertengahan. Artinya tidak terlalu boros dan tidak terlalu bakhil. Hal tersebut telah difirmankan dalam surat Al-Furqon ayat 67. Dan juga sebagai konsumen dianjurkan untuk tidak berprasangka buruk, akan tetapi untuk menghindari hal yang tidak diinginkan supaya lebih berhati-hati dan antisipasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad Mujahidin, Ekonomi Islam 2, Pekanbaru:Al-Mujtahadah Press, 2010
- Akhmad Mujahidin, Ekonomi Islam Sejarah, Konsep,Instrument, Negara dan pasar, Jakarta: PT Raja Grafindo, 2013
- Burhanuddin Abdullah, Ekonomi Islam, Jakarta:PT.Raja Grafindo Persada,2008
- Cholib Narbuko dan Abu Ahmadi, Metodologi Penelitian, Jakarta: Bumi Aksara, 2008
- Departemen Agama RI, al-Qur'an dan Terjemahan, Semarang: CV. Asy-Syi'fa, 2000
- Muhamad, Metodologi Penelitian Ekonomi Islam, Jakarta: Rajawali Pers, 2008
- Muhammad Syafi,i Antonio, Bank Syariah dari Teori ke Praktik, Jakarta:Guna Insani, 2005
- Subagyo, P. Joko ,Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek, Jakarta: Rineka Cipta, 1997
- Sugiyono,Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2009
- Sunarto,. Perilaku Organisasi, Penerbit:Amus: Yogyakarta, 2000
- Thorik Gunara, Merketing Muhammad, Bandung: Maddani Prima, 2004