

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUAH IMPOR DI SUPERINDO
KELAPA DUA**

Riski Romadhi¹, Yuli Setiawan²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Satya Negara Indonesia

Rizkym8833@gmail.com

Received

20 Agustus 2026

Accepted :

23 Agustus 2026

Published:

30 Agustus 2026

ABSTRACT

This study aims to examine the effects of product quality, price, and lifestyle on consumers' purchasing decisions for imported fruits at Superindo Kelapa Dua, West Jakarta. This research is motivated by the increasing consumption of imported fruits, despite their relatively higher prices compared to local fruits. The study employs a quantitative approach using a survey method. Primary data were collected through questionnaires distributed to 100 respondents who had purchased imported fruits at Superindo Kelapa Dua. Data analysis was conducted using multiple linear regression in SPSS. The analysis included validity testing, reliability testing, classical assumption tests, F-test, t-test, and coefficient of determination. The results indicate that product quality, price, and lifestyle simultaneously have a significant effect on purchasing decisions. Partially, product quality and lifestyle significantly influence purchasing decisions, while price does not have a significant effect. These findings suggest that consumers tend to prioritize product quality and lifestyle compatibility over price considerations when purchasing imported fruits. This study is expected to contribute to the development of marketing management research and provide practical insights for retailers to formulate more effective marketing strategies.

Keywords: *product quality, price, lifestyle, purchasing decision, imported fruit*

ABSTRAK

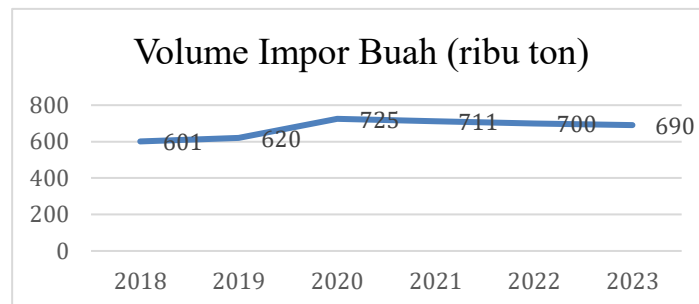
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian buah impor pada konsumen Superindo Kelapa Dua, Jakarta Barat. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya konsumsi buah impor di tengah masyarakat, meskipun produk tersebut umumnya memiliki harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan buah lokal. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada 100 responden yang pernah membeli buah impor di Superindo Kelapa Dua. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan aplikasi SPSS. Pengujian data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji F, uji t, serta koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara bersama-sama kualitas produk, harga, dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara parsial, kualitas produk dan gaya hidup memiliki pengaruh signifikan terhadap

keputusan pembelian, sedangkan variabel harga tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa konsumen lebih memprioritaskan kualitas dan kesesuaian produk dengan gaya hidup dibandingkan dengan pertimbangan harga dalam membeli buah impor. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan kajian pemasaran serta menjadi masukan bagi pihak ritel dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih tepat.

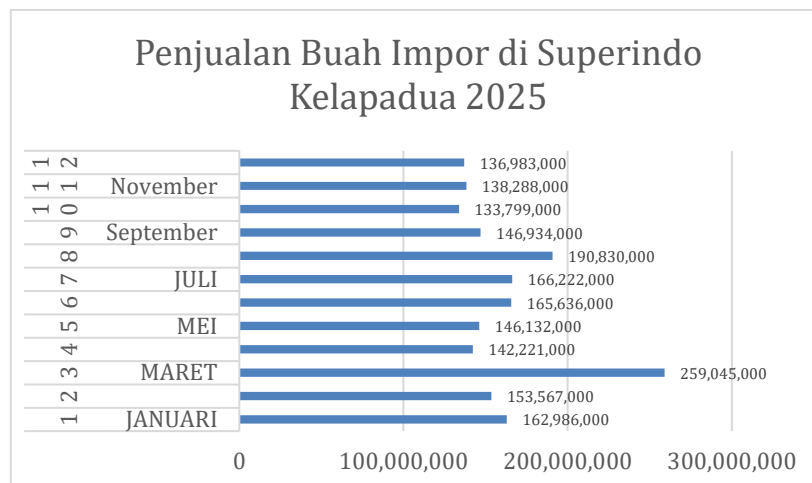
Kata Kunci: *kualitas produk, harga, gaya hidup, keputusan pembelian, buah impor*

Pendahuluan

Konsumsi buah merupakan elemen krusial dalam pola hidup sehat karena kandungan nutrisinya. Namun, tingkat konsumsi buah di Indonesia masih tergolong rendah. Berdasarkan data Badan Pangan Nasional tahun 2021, rata-rata konsumsi masyarakat hanya mencapai 81,14 gram per kapita per hari, atau sekitar 54,09% dari rekomendasi Organisasi Kesehatan Dunia (WHO). Menariknya, pascapandemi COVID-19, muncul tren peningkatan kesadaran akan gaya hidup sehat yang membuat masyarakat lebih selektif dalam memilih produk, termasuk meningkatnya permintaan terhadap buah impor. Data Badan Pusat Statistik tahun 2023 mencatat volume impor buah Indonesia mencapai 690 ribu ton dengan nilai lebih dari USD 1,4 miliar, yang didominasi oleh komoditas seperti apel, anggur, dan jeruk.



Fenomena ini menunjukkan adanya pergeseran preferensi konsumen yang cenderung memilih buah impor karena persepsi kualitas yang lebih terjamin dan citra gaya hidup modern, meskipun harganya relatif lebih mahal dibandingkan buah lokal. Namun, dinamika pasar di tingkat ritel menunjukkan kondisi yang berbeda. Di Superindo Kelapa Dua, data penjualan tahun 2025 menunjukkan tren penurunan yang cukup signifikan setelah mencapai puncaknya pada bulan Maret. Penurunan ini mengindikasikan adanya pelemahan keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh berbagai faktor.



Terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*) pada variabel harga, di mana beberapa studi sebelumnya menunjukkan hasil yang tidak konsisten mengenai pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. Selain itu, masih terbatas penelitian yang mengintegrasikan aspek gaya hidup dan kualitas produk secara bersamaan dalam konteks ritel modern pascapandemi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian buah impor, khususnya pada konsumen Superindo Kelapa Dua. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi pemasaran ritel dalam menghadapi dinamika perilaku konsumen modern.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis **penelitian deskriptif** dengan pendekatan **kuantitatif**. Penggunaan pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan mengenai **pengaruh variabel kualitas produk, harga, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian** melalui data numerik yang diolah dengan prosedur statistik. Penelitian ini dilaksanakan di **Superindo Kelapa Dua, Jakarta Barat**, dengan fokus studi pada konsumen yang melakukan pembelian buah impor.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang dipilih sebagai sampel. Kuesioner disusun menggunakan skala Likert dengan rentang skor 1 sampai 5 untuk mengukur persepsi responden terhadap indikator-indikator variabel penelitian. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari studi pustaka melalui buku teks, jurnal ilmiah, serta data internal perusahaan yang relevan dengan topik penelitian.

Metode analisis data yang digunakan adalah **analisis regresi linier berganda** untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Sebelum dilakukan analisis regresi, instrumen penelitian terlebih dahulu diuji melalui uji validitas dan uji reliabilitas guna memastikan ketepatan dan konsistensi alat ukur. Selain itu, dilakukan pula uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas, dan uji autokorelasi untuk

menjamin bahwa model regresi yang dihasilkan memenuhi kriteria yang berlaku. Seluruh proses pengolahan data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS.

Hasil dan pembahasan

1. 1. Hasil

Penelitian ini melibatkan 108 responden yang didominasi oleh kelompok usia produktif dengan latar belakang pendidikan menengah hingga tinggi. Berdasarkan analisis data yang dilakukan menggunakan SPSS, berikut adalah temuan utama penelitian:

1. Uji Regresi Linier Berganda:

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-2.670	6.079		-.439	.661
	TOTAL X1	.716	.077	.612	9.253	.000
	TOTAL X2	-.071	.099	-.048	-.722	.472
	TOTAL X3	.637	.099	.421	6.467	.000

a. Dependent Variable: TOTAL Y

a. Dependent Variable: TOTAL Y

Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas produk (X1) dan gaya hidup (X3) memiliki kontribusi positif terhadap keputusan pembelian, sementara harga (X2) menunjukkan koefisien negatif (-0,071) yang tidak signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian buah impor di Superindo Kelapa Dua lebih banyak dipengaruhi oleh kualitas produk dan gaya hidup dibandingkan oleh faktor harga.

2. Uji F (Simultan):

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	18458.318	3	6152.773	44.094	.000 ^b
	Residual	14511.978	104	139.538		
	Total	32970.296	107			

a. Dependent Variable: TOTAL Y

b. Predictors: (Constant), TOTAL X3, TOTAL X2, TOTAL X1

Secara bersama-sama, variabel kualitas produk, harga, dan gaya hidup terbukti berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian buah impor di Superindo Kelapa Dua. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi (Sig.) < 0,05.

3. Uji t (Parsial):

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-2.670	6.079		-.439	.661
	TOTAL X1	.716	.077	.612	9.253	.000
	TOTAL X2	-.071	.099	-.048	-.722	.472
	TOTAL X3	.637	.099	.421	6.467	.000

a. Dependent Variable: TOTAL Y

- a. **Kualitas Produk (X1):** Berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Koefisien regresi sebesar 0,716 menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk, maka keputusan pembelian juga cenderung meningkat.

- b. **Harga (X2):** Nilai koefisien regresi $-0,071$ menunjukkan arah hubungan negatif, namun karena tidak signifikan, harga bukan menjadi faktor utama dalam memengaruhi keputusan pembelian pada penelitian ini. Konsumen cenderung tidak sensitif terhadap harga selama kualitas produk terpenuhi.
 - c. **Gaya Hidup (X3):** Koefisien regresi positif sebesar $0,637$ menunjukkan bahwa semakin tinggi gaya hidup seseorang, semakin besar pula kecenderungannya untuk melakukan pembelian. Konsumen yang menerapkan pola hidup sehat dan modern memiliki kecenderungan lebih tinggi untuk membeli buah impor.
4. **Koefisien Determinasi (R^2):**

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.748 ^a	.560	.547	11.813

a. Predictors: (Constant), TOTAL X3, TOTAL X2, TOTAL X1
b. Dependent Variable: TOTAL Y

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel independen secara bersama-sama memberikan kontribusi yang berarti dalam membentuk perilaku pembelian konsumen.

1. 2. Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kualitas produk ditemukan sebagai faktor utama yang menentukan keputusan pembelian. Konsumen mempersepsikan bahwa buah impor memiliki kesegaran, tampilan, dan rasa yang lebih unggul dibandingkan buah lokal. Temuan ini mengindikasikan bahwa manajemen ritel harus memprioritaskan kontrol mutu dan penyimpanan untuk mempertahankan kepercayaan konsumen.

Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Berbeda dengan teori ekonomi klasik, harga tidak menjadi pertimbangan utama bagi konsumen Superindo Kelapa Dua dalam membeli buah impor. Hal ini disebabkan oleh segmen konsumen yang berasal dari kalangan menengah ke atas yang lebih memandang harga sebagai simbol kualitas dan status sosial daripada sekadar beban biaya.

Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Gaya hidup sehat dan modern yang dianut oleh masyarakat urban pascapandemi mendorong peningkatan konsumsi buah impor. Buah impor dianggap sebagai bagian dari rutinitas nutrisi harian yang mencerminkan kepedulian terhadap kualitas hidup. Oleh karena itu, strategi pemasaran berbasis edukasi kesehatan dan gaya hidup modern sangat efektif untuk menarik minat pelanggan.

Analisis Simultan Secara keseluruhan, integrasi antara kualitas produk yang unggul dan kesesuaian dengan gaya hidup sehat mampu menutupi variabel harga yang tinggi. Konsumen bersedia membayar lebih (premium) untuk mendapatkan manfaat kesehatan dan kepuasan kualitas yang ditawarkan oleh produk buah impor.

Penutup

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas produk, harga, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian buah impor di Superindo Kelapa Dua, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. **Kualitas Produk** berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen menganggap aspek fisik, kesegaran, dan atribut rasa buah impor sebagai faktor utama yang menentukan pilihan mereka. Semakin tinggi kualitas produk yang ditawarkan, semakin kuat keputusan konsumen untuk membeli.
2. **Harga** tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian buah impor. Temuan ini menjawab identifikasi masalah mengenai fluktuasi harga, di mana bagi segmen konsumen Superindo Kelapa Dua, harga bukan merupakan penghambat utama. Konsumen cenderung memaklumi harga yang lebih tinggi selama sebanding dengan kualitas yang diterima.
3. **Gaya Hidup** berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kesadaran akan pola hidup sehat dan citra modern pascapandemi menjadi pendorong kuat bagi konsumen dalam memilih buah impor sebagai bagian dari konsumsi harian mereka.
4. Secara **Simultan**, kualitas produk, harga, dan gaya hidup berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian. Model penelitian ini terbukti mampu menjelaskan dinamika perilaku konsumen di lokasi penelitian.

Saran

Pihak ritel disarankan untuk terus menjaga standar kualitas produk dan memperkuat strategi pemasaran yang berkaitan dengan edukasi gaya hidup sehat, karena kedua faktor tersebut merupakan kunci utama dalam menjaga stabilitas penjualan buah impor di masa mendatang.

Daftar Pustaka

- Aprilia, N. and Tukidi (2021) 'Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Di Senayan City', *Jurnal Manajemen*, 6(1), pp. 34–46. Available at: <https://doi.org/10.54964/manajemen.v6i1.160>.
- Brahmantyo, I.D., Mukson, M. and Roessali, W. (2022) 'Analisis Faktor - faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Buah Apel Impor (Studi Kasus Pasar Modern Transmart Kota Semarang)', *Agroland: Jurnal Ilmu-ilmu Pertanian*, 29(3), pp. 230–240. Available at: <https://doi.org/10.22487/agrolandnasional.v0i0.1115>.

- Fanny Fadila, Eni Karsiningsih, N.I.B. (2024) 'FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN BUAH IMPOR DI PASAR MODERN KOTA PANGKALPINANG', 4(02), pp. 7823–7830.
- Halim and Iskandar (2019) 'Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen', *Jurnal Manajemen*, X(X), pp. XX--XX.
- INDONESIA, B.-S. (no date) *Imports of Fruits by Major Country of Origin, 2018-2023*, BPS-STATISTICS INDONESIA. Available at: <https://www.bps.go.id/en/statistics-table/1/MjAxMCMx/impor-buah-buahan-menurut-negara-asal-utama--2018-2023.html>.
- Kepuasan, T., Pada, P. and Di, U. (2024) 'No Title', 12(2), pp. 142–155.
- Mustafa, M. (2024) 'Pengaruh Inovasi Produk, Manajemen Rantai Pasok, dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan', *JAMBURA: Accounting Journal* [Preprint]. Available at: <https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/jaj/article/download/31301/11449>.
- Plummer, J.T. (1974) 'The concept and application of lifestyle segmentation', *Journal of Marketing*, 38(1), pp. 33–37. Available at: <https://doi.org/10.1177/002224297403800106>.
- Pratama, R. (2024) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Supermarket Super Indo Kenjeran Surabaya Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBMT , Indonesia menjaga Kepuasan Konsumen dan meningkatkan daya saing sebuah supermarket . Kualitas', 2(5).
- Pratama, Y. *et al.* (2021) *Pemasaran (Analisis Dan Strategi Di Era Digital)*.
- Pratiwi, A., Junaedi, D. and Prasetyo, A. (2021) 'Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen', *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2(2), pp. 150–160. Available at: <https://doi.org/10.47467/elmal.v2i2.473>.
- Rahadi, R. and others (2021) 'Pengaruh Gaya Hidup Sehat dan Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk Pangan', *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, X(X), pp. XX--XX.
- Roosita Meilani Dewi (2017) 'Keputusan Pembelian Konsumen Keputusan', *Journal of Chemical Information and Modeling*, 6(1), p. 3.

- Saputra, W. and Setiawan, Y. (2024) 'Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Batik Pada Rumah Batik Danar Hadi Melawai', *Jurnal Manajemen*, 8(1). Available at:
<https://doi.org/10.54964/manajemen.v8i1.277>.
- Saputri, L., Suslinawati and Ifada, I.I. (2023) 'Pemasaran Buah Apel Fuji (Malus pumila) di Kota Banjarmasin Provinsi Kalimantan Selatan', *Jurnal Agribisnis*, 25(1), pp. 48–61.
- Septiana, A. (2022) 'Bab III Metode/Metodologi Penelitian: Populasi dan Sampel (mengutip Silaen, 2018:87)'. Available at:
<https://repository.stiegici.ac.id/document/download/e2ab4da7-0fb0-44ee-ab12-78e620bfb01f/efektivitas-internal-audit-dalam-mendeteksi-fraud-pada-kantor-bpkp-republik-indonesia?filename=bab-iii-adila-septiana-2421801724.pdf>.
- Sugiyono (2017) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhartanto, D. (2015) 'Definisi variabel terikat (variabel dependen)'.
- Sunyoto, D. (no date) *Manajemen Pem bb asaran: Pendekatan Konsep, Kasus, dan Psikologi Bisnis*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Suryani, N.I. and dkk (2021) 'Pengaruh Kualitas Produk, Ekuitas Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone di Kota Bogor', *YUME : Journal of Management*, 4(2), pp. 254–272. Available at:
<https://doi.org/10.37531/yume.vxix.787>.
- Vipriyanti, N.U., Arnawa, I.K. and Anul, A. (2023) 'Karakteristik dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Pembelian Buah Jeruk Lokal dan Impor di Denpasar Bali', *JIA (Jurnal Ilmiah Agribisnis) : Jurnal Agribisnis dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian*, 8(5), pp. 392–400. Available at:
<https://doi.org/10.37149/jia.v8i5.644>.
- Wahyono, A. (2021) 'Analisis Pengaruh Produk, Harga, Tempat, Promosi Dan E-Quality Service Terhadap Keputusan Pembelian Di Zara Central Park Pada Masa Pandemic Covid-19', *Jurnal Manajemen*, 5(2), pp. 41–52. Available at:
<https://doi.org/10.54964/manajemen.v5i2.154>.
- Witjaksono, I.A.M.S.S.I.A.D. (2023) 'JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi,

dan Akuntansi) FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN', pp. 1370–1385.

Yanti, I. (2020) 'Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Busana Muslim Pada Toko Rumah Jahit Akhwat (Rja) Di Kabupaten Mamuju', *Journal of Economic, Management and Accounting*, 1(1), pp. 49–59.