

**PENGARUH GAYA HIDUP DAN DIFERENSIASI PRODUK
(PERUBAHAN MINOR) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
TOYOTA KIJANG INNOVA DI JAKARTA**

Naufal Jundi¹

ABSTRAK

Kehidupan yang dinamis turut mempengaruhi kehidupan seseorang, termasuk gaya hidup. Gaya hidup menjadikan seseorang memiliki kecenderungan konsumtif yang menginginkan sesuatu yang baru yang dapat mendukung gaya hidup yang dilakukan termasuk pemilihan kendaraan untuk beraktivitas. Manufaktur berupaya mengikuti perkembangan pasar agar tetap memiliki konsumen loyal, salah satu caranya dengan mengembangkan produk baru. Namun, biaya yang besar serta riset yang membutuhkan waktu lama membuat manufaktur harus mencari solusi agar dapat tercipta produk baru dengan biaya yang minim serta cepat. Oleh karena itu, manufaktur melakukan diferensiasi produk agar tercipta produk baru dan untuk meminimalkan biaya upaya yang dilakukan yaitu perubahan minor, dimana perubahan bersifat ringan namun dapat menghadirkan produk baru. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup dan diferensiasi produk (perubahan minor) terhadap keputusan pembelian Toyota Kijang Innova di Jakarta. Metode penelitian yang digunakan yaitu uji hipotesis dengan melakukan penyebaran kuesioner terhadap responden di wilayah Jakarta. Hasil yang diperoleh berupa terdapat pengaruh dari gaya hidup serta diferensiasi produk (perubahan minor) terhadap keputusan pembelian Toyota Kijang Innova sehingga diperlukan strategi untuk mempertahankan penjualan dari Toyota Kijang Innova dengan memperhatikan aspek gaya hidup tersebut.

Kata Kunci : Toyota Kijang Innova, Gaya Hidup, Diferensiasi Produk, Perubahan Minor

¹ Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Bakrie

***THE EFFECT OF LIFESTYLE AND PRODUCT DIFFERENTIATION
(MINOR CHANGES) TO BUYING DECISION OF TOYOTA KIJANG
INNOVA IN JAKARTA***

Naufal Jundi²

ABSTRACT

Dynamic life also affect a person's life, including lifestyle. Lifestyle makes a person has a consumer tendency who wants something new that can support the lifestyle that Ade, including the selection of the vehicle to move. Manufacturing seeks to follow market developments in order to retain loyal customers, one way to develop new products. However, the cost of which is large and research that takes a long time making manufacturing must find solutions in order to create new products with minimal cost and fast. Therefore, manufacturing to differentiate the product in order to create new products and to minimize the cost of effort made is a minor change, where changes are minor but can bring new products to support the lifestyle. This study aims to determine the influence of lifestyle and product differentiation (minor changes) to the purchasing decision Toyota Innova in Jakarta. The method used is hypothesis testing by distributing questionnaires to the respondents in Jakarta. The results obtained in the form contained the influence of lifestyle and product differentiation (minor changes) to the purchasing decision Toyota Innova that strategy is required to maintain the sales of Toyota Innova with consideration of the life style.

Keywords: Toyota Kijang Innova, Lifestyle, Product Differentiation, Minor Changes

² Student of Management, Bakrie University

DAFTAR PUSTAKA

- Ajeng, B. (2014, November 24). *Atas Nama Gengsi, Seperempat Orang Indonesia Berhutang*. Diambil kembali dari National Geographic: <http://nationalgeographic.co.id/berita/2013/11/atas-nama-gengsi-seperempat-orang-indonesia-berhutang>
- Alaras, R. G. (2012). *Pengaruh Karakteristik Produk, Diferensiasi, Kualitas Layanan, Persepsi Harga dan Nilai Jual Kembali Terhadap Kepuasan Konsumen*. Skripsi S1 Universitas Kristen Satya Wacana.
- Aprilliananda, D. (2015, Mei 9). *Tren Pasang "Daytime Running Lights", Murah dan Mudah*. Dipetik Mei 11, 2015, dari Kompas.com: <http://otomotif.kompas.com/read/2015/05/09/194958515/Tren.Pasang.Daytime.Running.Lights.Murah.dan.Mudah>
- Azkiyah, S. M., & Sundari, W. (2012). *Word Formation Analysis On English Terms From Toyota Yaris (A Case Study on Automotive Magazine, The Edition of January to March 2012)*. English Department, The Faculty of Humanities, Diponegoro University.
- Babjak, I. S. (2012). *Automotive Product Design Using The Innovative Approach Of Lean Creative Automotive Product Design (LCPAD)*. Establishing LEAN knowledge and laboratories (HUSK/1101/1.6.1/0161) supported by the Hungary Hungary – Slovakia Cross-border Co-operation Programme 2007 – 2013 funded by the ERDF.
- Badan Pusat Statistik. (2014, Desember 11). *Penduduk Indonesia Menurut Provinsi 1971, 1980, 1990, 1995, 2000 dan 2010*. Diambil kembali dari Badan Pusat Statistik: http://www.bps.go.id/tab_sub/view.php?kat=1&tabel=1&daftar=1&id_subyek=12¬ab=1
- Badan Pusat Statistik. (2014, November 4). *Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis Tahun 1987-2012*. Diambil kembali dari Badan Pusat Statistik: http://www.bps.go.id/tab_sub/view.php?Kat=2&tabel=1&daftar=1&id_subyek=17¬ab=12.
- Baig, E. (2013). *Contemporary Ideas and Research and Marketing*. Lulu Press.
- Benedikter, R. (2012). Lifestyles. Dalam H. Anheier, & M. Juergensmeyer, *Encyclopedia of Global Studies* (hal. 1077-1081). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc.
- Blijlevens. (2009). *How Consumers Perceive Product Appearance: The Identification of Three Product Appearance Attributes*. Delft, Netherlands:

Department of Product innovation Management, Delft University of Technology.

- Boslaugh, S. (2008). *Encyclopedia of Epidemiology*. SAGE Publications, Inc.
- Boyd, H. W., Walker, O. C., Mullins, J., & Jamieson, B. (2010). *Marketing*. Great Britain: McGraw-Hill.
- Cramer, D., & Howitt, D. L. (2004). *The SAGE Dictionary of Statistics*. United Kingdom: SAGE Publications Ltd.
- Darity, W. A. (2008). *International Encyclopedia of The Social Science, 2nd edition*. United States: Gale Group.
- Definisi 'face lift'. (2014, Desember 15). Diambil kembali dari Artikata.com: <http://artikata.com/arti-63943-face+lift.html>
- Dharminto. (2007). *Metode Penelitian dan Penelitian Sampel*. Jurnal Master Universitas Diponegoro.
- Dinawan, M. R. (2010). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian*. Semarang: Tesis Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2007). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gold, A. (2014). *Facelift*. Dipetik December 22, 2014, dari About.com: <http://cars.about.com/od/glossary/g/facelift.htm>
- Gulo, W. (2000). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Grasindo.
- Hadi, Lindawati, & Irda. (2013). *Pengaruh Diferensiasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Blackberry Di Kota Padang*. Jurnal Ekonomi Vol.2 No.2, Universitas Bung Hatta.
- Herdjoko, S. (2014, Desember 1). *Permintaan Mobil di Indonesia 1,2 Juta per Tahun*. Diambil kembali dari Sinar Harapan: <http://sinarharapan.co/otomotif/read/140417023/Permintaan-Mobil-di-Indonesia-1-2-Juta-per-Tahun-nbsp->
- Holcombe, R. G. (2009). *Product Differentiation and Economic Progress*. The Quarterly Journal of Austrian Economics 12, No.1.

- Ihsan, S. N. (2013). *Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna minuman Isotonik Hydro Coco di Program Studi Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi Fakultas Pendidikan Olahraga dan Kesehatan Universitas Pendidikan Indonesia)*. Skripsi S1 Universitas Pendidikan Indonesia.
- Japariato, E. (2006). *Analisis Pembentukan Disonansi Kognitif Konsumen Pemilik Mobil Toyota Avanza*. Jurnal Manajemen Pemasaran, 1(2), 81-87.
- Junior, A. B. (2012). *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Terhadap Konsumen Green Product pada Komunitas Green di Kota Bandung)*. Skripsi S1 Universitas Pendidikan Indonesia.
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2014, Desember 22). *Gaya Hidup*. Diambil kembali dari Kamus Besar Bahasa Indonesia: <http://kbbi.web.id/gaya-2>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2011). *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kurniawan, A. (2014, Agustus 20). *Ini Daftar Mobil Terlaris di Indonesia 2014*. Dipetik Februari 24, 2015, dari Kompas.com: <http://otomotif.kompas.com/read/2014/08/20/092000115/Ini.Daftar.Mobil.Terlaris.di.Indonesia.2014>
- Lavrakas, P. (2008). *Encyclopedia of Survey Research Methods*. London: SAGE Publications, Inc.
- Lewin, T., & Ryan, B. (2010). *How to Design Car like a Pro*. Mineapolis, USA: Motorbooks.
- Mohammed, R., Fisher, R., Jaworski, B., & Paddison, G. (2004). *Internet Marketing: Building Advantage in a Networked Economy, 2nd Edition*. Great Britain: McGraw-Hill.
- Pangeran, A. (2009). *Analisis Pengaruh Sikap Konsumen Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Agent Travel Promowisata*. Skripsi S1 Binus University.
- Pride, W. M., & Ferrell, O. (2010). *Marketing: Concept and Strategies, 15th ed*. Mason, Ohio: South Western/Cengage Learning.

- PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia. (2014). *Toyota Executive Summary*. Jakarta: PT TMMIN.
- Purbarani, V. H. (2013). *Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Diferensiasi Produk, Kualitas Layanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Larissa Aesthetic Center Semarang)*. Skripsi S1 Universitas Diponegoro.
- Putro, C. H. (2014, November 23). *Beli Mobil untuk Kebutuhan Versus Gaya Hidup*. Diambil kembali dari Tribunnews.com: <http://www.tribunnews.com/iims/2014/09/19/beli-mobil-untuk-kebutuhan-versus-gaya-hidup>
- Riyadi, S., Pasaribu, Y. M., & Sriwarno, A. B. (2013). *Kajian Hubungan antara Desain Kendaraan MPV dan Penggunaanya di Kota Bandung*. ITB J. Vis. Art & Des, Vol. 5, No.1, 54-73.
- Saputra, R., & Muhandi, H. (2014, Desember 17). *Daihatsu Indonesia Konfirmasi Produk Baru di 2015*. Dipetik Desember 22, 2014, dari Viva.co.id: <http://otomotif.news.viva.co.id/news/read/569635-daihatsu-indonesia-konfirmasi-produk-baru-di-2015>
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2009). *Customer Behaviour*. United Kingdom: Pearson Education Inc.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2010). *Rearch Methods for Business: A Skill Building Approach*. United Kingdom: John Wiley & Sons Ltd.
- Setiawan, B. B. (2014). *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Rumah (Studi Kasus Konsumen Perumahan Graha Pesona Jatisari Semarang PT. Pesona Graha Hexa Mandiri)*. Skripsi S1 Universitas Dian Nuswantoro.
- Setyawan, R. (2010). *Analisis Pengaruh Pengetahuan, Persepsi, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Dinar sebagai Investasi Pilihan (Studi Kasus Gerai Dinar Depok)*. Skripsi S1 Institut Pertanian Bogor.
- Sharma, G. K., & Kumar, P. (2006). *Handbook of Management Terms*. India: ICFAI Books.
- Stapleton, R. (2004). *Pollution*. New York: Macmillan Reference USA.
- Strydom, J. (2005). *Introduction to Marketing*. South Africa: Juta and Co Ltd.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Tabachnick , B., & Fidell, L. (2007). *Using Multivariate Statistic 5th Edition*. New Jersey: Pearson Education.

Tipe Facelift Masih Menjadi Andalan. (2013, Desember 18). Dipetik Desember 22, 2014, dari Koran Jakarta: <http://koran-jakarta.com/?1410-tipe%20facelift%20masih%20jadi%20andalan>

Umar, H. (2011). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Press.

Wahyudi. (2008). *Analisis Pengaruh Pengembangan Produk Baru Terhadap Penjualan Suzuki Grand Vitara Pada PT. Indomobil Niaga International*. Skripsi S1 Binus University.

World Bank. (2014, November 4). *World Development Indicators*. Diambil kembali dari World Bank: <http://databank.worldbank.org/data/views/reports/tableview.aspx>

LAMPIRAN