

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian**

Toko sepeda yasir merupakan salah satu toko sepeda yang menjual berbagai macam merek sepeda dari sepeda untuk anak kecil, sampai dewasa, dari harga yang termurah maupun yang kategori mahal. Usaha ini didirikan pada tahun 1999. Toko Yasir merupakan salah satu Toko sepeda yang ada di Kecamatan Srengat, Kabupaten Blitar yang beralamat di Jalan Kawi no. 42 Kauman.

Toko ini, menjual berbagai macam merk sepeda, dari mulai sepeda anak-anak maupun dewasa. Produk yang saat ini ramai, ialah sepeda merk BMX, MTB. Harga BMX ukuran 12 mulai dari Rp.550.000 – Rp.900.000, BMX ukuran 16 mulai harga Rp.600.000- Rp.1.450.000, MBX ukuran 18 kisaran harga Rp.750.000- Rp.1.500.000, BMX ukuran 20 mulai dari harga Rp.750.000 – Rp.2.250.000, BMX mini ukuran 12-26 kisaran harga Rp.550.000 – Rp.1.600.000. selain itu, merk CTB di kisaran harga Rp.1.350.000- Rp.2.200.000. produk merk MTB ukuran 26-27,5 dari mulai harga Rp.1.750.000 – Rp.8.000.000.

Promosi yang dilakukan oleh Toko Yasir adalah dari mulut ke mulut. Selain itu, Toko Yasir juga sudah menggunakan strategi periklanan internet, seperti facebook dan whatsapp. Hal itu untuk menarik minat beli para konsumen untuk membeli produk yang dijual di Toko Yasir. Untuk memperlancar usaha

Toko Sepeda ini, pemilik usaha sudah melakukan kerja sama dengan beberapa pihak dalam melakukan penjualan.

Hal ini dilakukan untuk meningkatkan jumlah penjualan kepada para konsumen. Konsumennya pun tidak hanya dari dalam kota. Melainkan juga sudah merambah dari luar kota yang barangnya dikirim lewat jasa kurir. Tempat usaha yang dimiliki beralamat di jalan Kawi no. 42 ini, berfungsi sebagai kantor dan tempat dari semua barang-barang yang dijual oleh Toko Sepeda Yasir.

## **B. Paparan Hasil Penelitian**

### **1. Deskripsi Responden**

Berdasarkan data lapangan yang diperoleh dari 100 konsumen pembeli sepeda di Toko Yasir, yang dijadikan responden penelitian menunjukkan beberapa karakteristik. Penggambaran karakteristik responden tersebut didasarkan pada jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendapatan perbulan, dan sumber informasi mengenai Toko Yasir.

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin**

No	Jenis Kelamin	f	%
1	Laki-laki	43	43%
2	Perempuan	57	57%
Total		100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, tahun 2021

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini sebagian besarnya adalah perempuan. Perempuan sebanyak 57 orang

dengan persentase 57%, sedangkan laki-laki sebanyak 43 orang atau persentase sebanyak 43%.

Karakteristik responden ditinjau dari segi usia dapat dilihat pada table berikut ini:

**Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan usia**

No	Usia	f	%
1	18 tahun kebawah	7	7%
2	19 - 30	41	41%
3	31 – 40	32	32%
4	>40	20	20%

Sumber: Data primer yang diolah

Berdasarkan data yang ada pada tabel 4.2 menunjukkan bahwa sebagian besar responden (41%) berumur 19-30 tahun, sedangkan yang paling rendah yaitu berumur 18 tahun kebawah sebanyak 7%. Ketika seseorang dalam interval usia 19-30 tahun, dimungkinkan masih banyak beraktifitas dan produktifitasnya masih tinggi, sehingga kemungkinan bersepeda masih tinggi.

Karakteristik responden ditinjau dari pekerjaannya digambarkan pada tabel berikut:

**Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan**

No	Pekerjaan	f	%
1	Tidak bekerja	14	14%
2	Pekerja Lepas	18	18%
3	Pegawai	13	13%
4	Petani	24	24%
5	Lainnya	31	31%

Sumber: Data primer yang diolah

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa sebagian besar responden (31 %) bekerja pada beberapa sektor seperti pedagang, ibu rumah tangga, masih sekolah, mahasiswa, dan lain sebagainya.

Karakteristik responden ditinjau dari pendapatan tiap bulan:

**Tabel 4.4 Karakteristik responden berdasarkan pendapatan**

No	Pendapatan	f	%
1	< Rp.1 Juta	57	57%
2	Rp. 1 Juta- Rp 3 Juta	30	30%
3	Rp. 3 Juta- Rp.5 Juta	12	12%
4	>Rp.5 Juta	1	1%

Sumber: Data primer yang diolah, tahun 2021

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa sebagian besar responden (57 %) mempunyai pendapatan per-bulan kurang dari Rp.1.000.000 sebanyak 57 orang. Responden yang memiliki penghasilan Rp.1.000.000 – Rp.3.000.000 sebanyak 30 %, responden dengan penghasilan Rp.3.000.000 – Rp.5.000.000 sebanyak 12 %, dan responden dengan penghasilan >Rp.5.000.000 perbulan sebanyak 1 orang.

Karakteristik responden ditinjau dari sumber informasi yang didapatkan yaitu:

**Tabel 4.5 Karakteristik responden berdasarkan sumber informasi**

No	Sumber Informasi	f	%
1	Teman	41	41%
2	Media Sosial	22	22%
3	Keluarga	37	37%

Sumber: Data primer yang diolah, tahun 2021

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa sebagian besar responden sebanyak 41 % mendapatkan informasi tentang Toko Yasir dari teman, sebanyak 22 % dari media sosial, dan sisanya dari keluarga sebanyak 37 %.

## 2. Deskripsi Data Variabel Penelitian

### a. Budaya

Budaya diartikan sebagai pikiran akal budi atau istiadat, atau bisa diartikan sebagai suatu kekuatan dalam mengatur perilaku manusia yang terdiri dari seperangkat pola perilaku yang ditularkan dan dipelihara oleh anggota masyarakat tertentu lewat berbagai cara. Secara deskriptif penilaian budaya ditampilkan melalui tabel berikut:

**Tabel 4.6 Jawaban Responden terhadap Faktor Budaya**

No	Pernyataan	SS		S		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%
1	X1.1	36	36	56	56	8	8	0	0
2	X1.2	45	45	43	43	11	11	1	1
3	X1.3	37	37	52	52	11	11	0	0
4	X1.4	31	31	57	57	11	11	1	1
5	X1.5	41	41	51	51	8	8	0	0

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Jawaban responden sebagaimana pada tabel menunjukkan bahwa dominan responden memberikan jawaban setuju terhadap variabel budaya pada produk sepeda, artinya jawaban responden menunjukkan bahwa faktor budaya merupakan sesuatu yang dianggap penting karena menunjukkan bahwa dalam proses pembelian sepeda tersebut ada campur tangan dari kebiasaan, dan adat istiadat.

Berdasarkan jawaban mengenai faktor budaya pada produk sepeda, menunjukkan bahwa dominan responden menyatakan setuju dimana hasil terbanyaknya terdapat pada item pertanyaan X1.4 yaitu 57 responden atau 57 % dengan item pertanyaan membeli sepeda dikarenakan ingin mengubah budaya naik motor dengan sepeda pancal. Hal ini menunjukkan bahwa antusias responden dalam menaiki sepeda cukup tinggi .

b. Sosial

Faktor sosial merupakan faktor yang dihasilkan dari interaksi sosial antara individu dengan individu lainnya dalam suatu masyarakat. Secara deskriptif penilaian faktor sosial ditampilkan melalui tabel berikut:

**Tabel 4.7 Jawaban Responden terhadap Faktor Sosial**

No	Pernyataan	SS		S		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%
1	X2.1	42	42	53	53	5	5	0	0
2	X2.2	37	37	49	49	14	14	0	0
3	X2.3	36	36	50	50	14	14	0	0
4	X2.4	32	32	55	55	13	13	0	0
5	X2.5	40	40	55	55	5	5	0	0

Sumber: Hasil Pengolahan Data,2021

Jawaban responden sebagaimana pada tabel menunjukkan bahwa dominan responden memberikan jawaban setuju terhadap variabel sosial pada produk sepeda, artinya jawaban responden menunjukkan bahwa faktor sosial terhadap produk sepeda merupakan sesuatu yang dianggap penting karena menunjukkan bahwa responden akan ada di tingkatan kelas yang mana jika membeli produk sepeda.

Berdasarkan jawaban mengenai faktor sosial, menunjukkan bahwa dominan responden menyatakan setuju dimana hasil terbanyaknya terdapat pada item X2.4 dan X2.5 yaitu terdapat 55 responden atau 55 % dengan item pertanyaan bahwa konsumen akan memilih Toko sepeda langganan keluarganya dan memilih toko yang kualitas dan produknya unggulan .

c. Gaya Hidup

Gaya hidup menunjukkan bagaimana individu menjalankan kehidupan, bagaimana membelanjakan uang dan bagaimana memanfaatkan waktunya.

Secara deskriptif penilaian gaya hidup ditampilkan melalui tabel berikut:

**Tabel 4.8 Jawaban Responden terhadap Gaya Hidup**

No	Pernyataan	SS		S		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%
1	X3.1	37	37	48	48	15	15	0	0
2	X3.2	40	40	47	47	13	13	0	0
3	X3.3	35	35	54	54	11	11	0	0
4	X3.4	34	34	49	49	17	17	0	0
5	X3.5	40	40	50	50	10	10	0	0

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Jawaban responden sebagaimana pada tabel menunjukkan bahwa dominan responden memberikan jawaban setuju terhadap variabel gaya hidup pada produk sepeda. Artinya, jawaban responden menunjukkan bahwa gaya hidup dianggap penting karena menunjukkan bahwa responden akan memutuskan untuk memilih sesuatu yang memiliki kualitas dan spesifikasi kebutuhan responden yang akan dipilih.

Berdasarkan jawaban mengenai gaya hidup pada produk sepeda, menunjukkan bahwa dominan responden menyatakan setuju dengan dengan hasil terbanyaknya yaitu pada item X3.3 yaitu terdapat 54 responden atau 54 % dengan item pertanyaan bahwa konsumen yakin produk yang dijual di Toko Yasir bagus, sehingga lebih percaya dalam membelinya. Hal ini menunjukkan bahwa produk yang terjaga kualitasnya cenderung dipilih dan dibeli oleh konsumen.

d. Kepercayaan

Kepercayaan ialah keyakinan seseorang dan kemauan untuk bertindak atas dasar kata-kata tindakan dan keputusan orang lain, berkembangnya sistem kepercayaan lewat pengalaman hidup, aturan dan norma yang ada pada lembaga atau masyarakat dapat menjadi penyebab seseorang mempercayai orang lain. Secara deskriptif penilaian kepercayaan ditampilkan melalui tabel berikut:

**Tabel 4.9 Jawaban Responden terhadap Kepercayaan**

No	Pernyataan	SS		S		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%
1	X4.1	44	44	46	46	10	10	0	0
2	X4.2	39	39	52	52	9	9	0	0
3	X4.3	43	43	41	41	16	16	0	0
4	X4.4	39	39	49	49	12	12	0	0
5	X4.5	50	50	45	45	5	5	0	0

Sumber: Hasil Pengolahan Data,2021

Jawaban responden sebagaimana pada tabel menunjukkan bahwa dominan responden memberikan jawaban setuju terhadap variabel kepercayaan pada produk sepeda.

Artinya, jawaban responden menunjukkan bahwa kepercayaan dianggap penting karena menunjukkan bahwa responden akan memutuskan untuk memilih sesuatu yang memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi.

Berdasarkan jawaban mengenai kepercayaan pada produk sepeda, menunjukkan bahwa dominan responden menyatakan setuju dengan dengan hasil terbanyaknya yaitu pada item X4.2 yaitu terdapat 52 responden atau 52 % dengan item pertanyaan bahwa pegawai di Toko Yasir ramah-ramah. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang baik akan menarik konsumen untuk melakukan daya beli.

#### e. Keputusan Pembelian

Keputusan Pembelian ialah tindakan yang dilakukan oleh konsumen guna melakukan pembelian sebuah produk. Maka dari itu, pengambilan keputusan pembelian konsumen merupakan suatu proses pemilihan salah satu dari beberapa pilihan penyelesaian masalah dengan tindak lanjut bukti yang nyata, sesudah itu, konsumen melakukan evaluasi pilihan dan menentukan keputusan.

**Tabel 4.10 Jawaban Responden terhadap Keputusan Pembelian**

No	Pernyataan	SS		S		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%
1	Y1	39	39	57	57	4	4	0	0
2	Y2	39	39	49	49	12	12	0	0
3	Y3	42	42	51	51	7	7	0	0
4	Y4	40	40	45	45	15	15	0	0
5	Y5	42	42	49	49	9	9	0	0

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Jawaban responden sebagaimana pada tabel menunjukkan bahwa dominan responden memberikan jawaban setuju, dimana hasil terbanyaknya terdapat pada item pertanyaan Y1 yaitu 57 responden atau 57 % dengan item pertanyaan membeli sepeda dikarenakan sudah terbukti kualitasnya yang bagus.

### C. Hasil Analisis Data

#### 1. Pengujian Asumsi Klasik

##### a) Uji Validitas

Karena  $N=100$  dengan nilai signifikansi 5 %, ditemukan bahwa nilai  $r$  tabel ialah **0,195**, jadi dapat disimpulkan bahwa:

- $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel } (0,195)$  dinyatakan valid
- $r \text{ hitung} \leq r \text{ tabel } (0,195)$  dinyatakan tidak valid

dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item	Hasil	Keterangan
Budaya (X1)	X1.1	$0,761 \geq 0,195$	Valid
	X1.2	$0,777 \geq 0,195$	Valid
	X1.3	$0,691 \geq 0,195$	Valid
	X1.4	$0,737 \geq 0,195$	Valid
	X1.5	$0,715 \geq 0,195$	Valid
Sosial (X2)	X2.1	$0,731 \geq 0,195$	Valid
	X2.2	$0,773 \geq 0,195$	Valid
	X2.3	$0,767 \geq 0,195$	Valid
	X2.4	$0,646 \geq 0,195$	Valid
	X2.5	$0,728 \geq 0,195$	Valid
Gaya Hidup (X3)	X3.1	$0,618 \geq 0,195$	Valid
	X3.2	$0,704 \geq 0,195$	Valid
	X3.3	$0,707 \geq 0,195$	Valid
	X3.4	$0,761 \geq 0,195$	Valid
	X3.5	$0,699 \geq 0,195$	Valid

Kepercayaan (X4)	X4.1	$0,713 \geq 0,195$	Valid
	X4.2	$0,761 \geq 0,195$	Valid
	X4.3	$0,740 \geq 0,195$	Valid
	X4.4	$0,823 \geq 0,195$	Valid
	X4.5	$0,726 \geq 0,195$	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y1	$0,621 \geq 0,195$	Valid
	Y2	$0,817 \geq 0,195$	Valid
	Y3	$0,710 \geq 0,195$	Valid
	Y4	$0,842 \geq 0,195$	Valid
	Y5	$0,653 \geq 0,195$	Valid

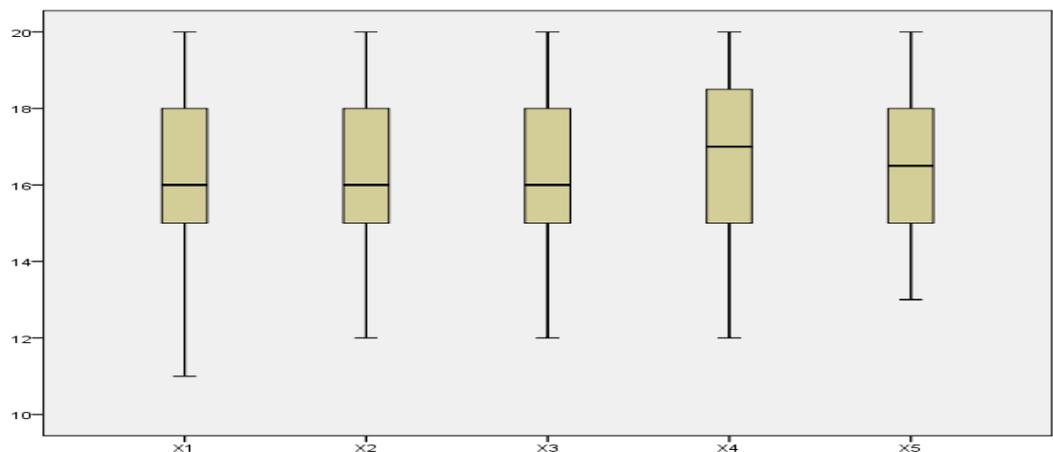
## b) Uji Reabilitas

Tabel 4.12 Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Keterangan
Budaya (X1)	0,788	Reliabel
Sosial (X2)	0,778	Reliabel
Gaya Hidup (X3)	0,736	Reliabel
Kepercayaan (X4)	0,807	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,784	Reliabel

## c) Uji Outlier

Gambar 4.1 Hasil Uji Outlier



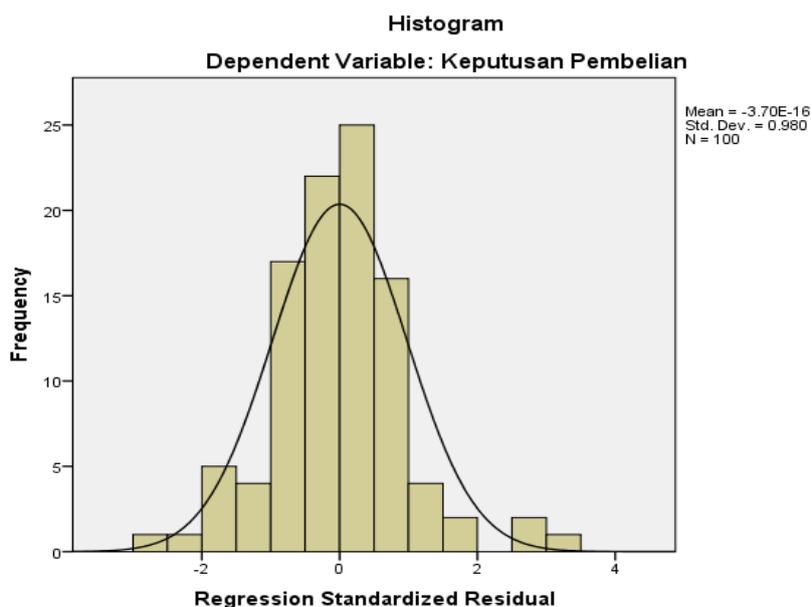
Dari boxplot diatas, disimpulkan bahwa tidak ada nilai yang ekstrim/ data pencilan atau *outlier*. Sehingga pengurangan data tidak diperlukan.

d) Uji Normalitas

1) Analisis Grafik

Berikut hasil uji grafik histogram dan *Normal probability plot Normal probability plot* yang ditunjukkan oleh gambar 4.2 dan 4.3 di bawah ini:

**Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram**

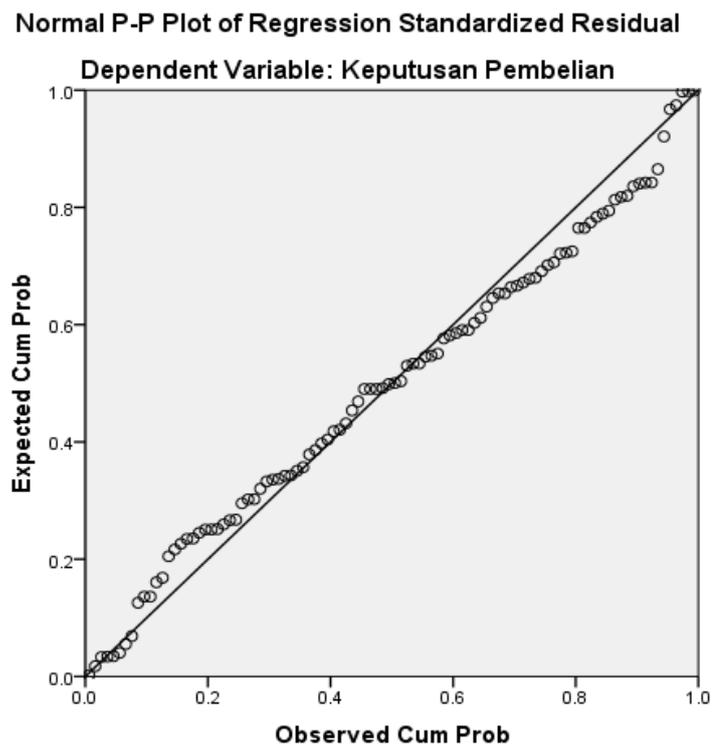


Sumber: Output SPSS,2021

Uji normalitas yang pertama menggunakan analisis grafik. Berdasarkan Gambar 4.2 hasil uji normalitas grafik histogram, menunjukkan bahwa titik puncak tepat berada di tengah-tengah histogram, grafiknya tidak melenceng ke kanan ataupun ke kiri.

Hal tersebut membuktikan bahwa pola distribusi normal, sehingga bisa disimpulkan bahwa grafik histogram menunjukkan model regresi yang memenuhi asumsi normalitas.

**Gambar 4.3 Hasil Uji Normal Probability Plot**



Sumber: Output SPSS,2021

Berdasarkan Gambar 4.3 hasil uji *normal probability plot* dapat diketahui bahwasanya data yang dimasukkan ialah data yang berdistribusi normal, dikarenakan gambar tersebut sudah memenuhi dasar pengambilan keputusan yaitu menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal memperlihatkan pola distribusi normal, maka model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

2) Analisis Statistik

Berikut hasil uji statistik yang ditunjukkan *Kolmogorov- Smirnov Test* (*K-S*) dengan menggunakan taraf signifikan sebesar 0,05 atau 5% yang sesuai dengan tabel 4.13 di bawah ini.

**Tabel 4.13 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Test**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.70102373
	Absolute	.083
Most Extreme Differences	Positive	.083
	Negative	-.072
Kolmogorov-Smirnov Z		.827
Asymp. Sig. (2-tailed)		.502

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Output SPSS,2021

Berdasarkan Tabel 4.13 hasil *Kolmogorov-Smirnov Test* (*K-S*) bisa diketahui bahwasanya nilai Z uji K-S ialah 0,502 yang menunjukkan angka lebih besar dari taraf signifikansi yang ditentukan yaitu 0,05 atau 5%. Hal tersebut, sesuai dengan norma keputusan data berdistribusi normal yaitu nilai signifikan statistic pengujiannya lebih dari 0,05 sehingga dapat dikatakan data tersebut berdistribusi normal.

## e) Uji Multikolonieritas

ialah uji untuk mengetahui apakah terdapat interkorelasi yang sempurna diantara beberapa variabel bebas yang digunakan dalam persamaan regresi. Uji multikolonieritas menggunakan nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Berdasarkan hasil perhitungan data dengan SPSS yang hasilnya ialah:

**Tabel 4.14 Nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF)**

Variabel	Tolerance	VIF
Budaya	0,821	1,217
Sosial	0,817	1,224
Gaya Hidup	0,749	1,334
Kepercayaan	0,922	1,085

Sumber: Output SPSS,2021

Berdasarkan Tabel 4.14 bisa dilihat bahwa variabel Budaya memiliki nilai tolerance 0,821 dan VIF sebesar 1,217. Pada Variabel Sosial diperoleh nilai tolerance 0,817 dan VIF sebesar 1,224. pada variabel Gaya Hidup diperoleh nilai tolerance 0,749 dan VIF sebesar 1,334 dan pada variabel Kepercayaan diperoleh nilai tolerance 0,922 dan VIF sebesar 1,085.

Dengan demikian dalam model ini tidak ada masalah multikolinieritas karena telah memenuhi dasar pengambilan keputusan yaitu keempat variabel bebas yang diteliti memiliki nilai VIF < 10 dan nilai tolerance > 0,10.

## f) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam satu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya ( $t-1$ ). Untuk mendignosis adanya autokorelasi dalam suatu model regresi dilakukan pengujian terhadap nilai Uji *Durbin Watson* (Uji Dw), dapat dilihat pada tabel autokorelasi:

Tabel 4.15 Uji Autokorelasi

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.683 <sup>a</sup>	.466	.444	1.736	2.069

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Sosial, Budaya, Gaya Hidup

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

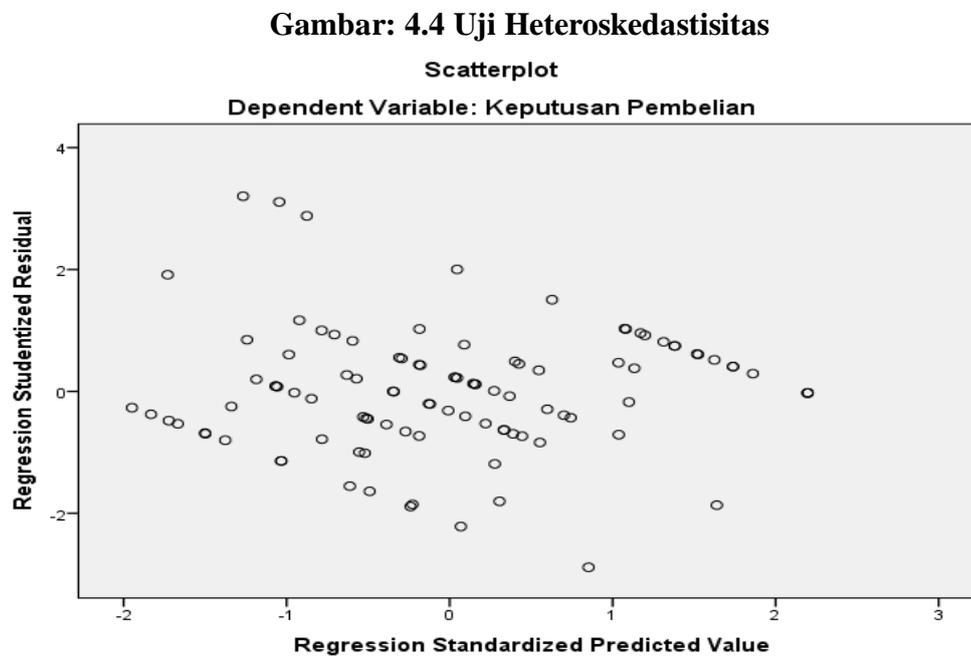
Sumber: Output SPSS,2021

Dalam tabel *Durbin-Watson test* adalah Bila nilai Dw terletak antara batas atas atau *Upper Buond* ( $du$ ) dan  $(4-du)$ , maka koefisien korelasi sama dengan nol, berarti tidak ada autokorelasi. Berdasarkan tabel 4.13 dapat dilihat bahwa nilai Uji DW sebesar 2,069. Nilai DW sebesar 2,069 lebih besar dari batas atas ( $du$ ) yakni 1,7240, dan kurang dari  $(4-du)$   $4-1,7240 = 2,2760$  sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat autokorelasi.

## g) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dipergunakan guna menguji apabila muncul kesalahan dan residual dari model regresi yang dianalisis tidak memiliki

varian yang konstan dari suatu observasi. Berdasarkan hasil analisis dengan SPSS didapatkan grafik scatter plot sebagai berikut:



Sumber: Output SPSS,2021

Berdasarkan gambar 4.4 yang ditunjukkan oleh grafik scatterplot terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tidak menunjukkan pola tertentu, tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa model tersebut sesuai dengan dasar pengambilan keputusan, sehingga regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas

## 2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji regresi linier berganda. Analisis regresi digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh

antara variabel bebas dengan variabel terikat. Berdasarkan pengolahan data dengan program SPSS, maka hasil analisis tampak pada Tabel 4.16 sebagai berikut

**Tabel 4.16 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Model		Coefficients <sup>a</sup>		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	.713	1.867	
	Budaya	.432	.081	.443
	Sosial	.178	.084	.176
	Gaya Hidup	.174	.086	.175
	Kepercayaan	.182	.074	.192

Sumber: Output SPSS,2021

Berdasarkan Tabel 4.16 di atas dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut : $Y = 0,713 + 0,432 \text{ Budaya} + 0,178 \text{ Sosial} + 0,174 \text{ Gaya Hidup} + 0,182 \text{ Kepercayaan}$ .

Berdasarkan hasil persamaan regresi linier berganda di atas dapat dijelaskan bahwa pengaruh masing-masing variabel bebas: Budaya, Sosial, Gaya Hidup, dan Kepercayaan terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian adalah sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar 0,713

Berdasarkan nilai tersebut dapat diartikan bahwa, variabel bebas (X) yaitu Budaya (X1), Sosial (X2), Gaya Hidup(X3), dan Kepercayaan (X4) tidak mengalami perubahan (konstan) atau = 0, maka besarnya keputusan pembelian (Y) adalah sebesar 0,713 satuan.

- 2) Koefisien Regresi Variabel Budaya (X1) sebesar 0,432

Koefisien regresi untuk variabel Budaya (X1) adalah 0,432 satuan, dapat diartikan bahwa apabila variabel Budaya (X1) naik satu satuan maka akan terjadi kenaikan pada variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 0,432 satuan dengan arah lurus, sedangkan variabel bebas lainnya seperti Sosial (X2), Gaya Hidup (X3) dan Kepercayaan (X4) bersifat tetap (konstan).

3) Koefisien Regresi Variabel Sosial (X2) sebesar 0,178

Koefisien regresi untuk variabel Sosial (X2) adalah 0,178 satuan, dapat diartikan bahwa apabila variabel Sosial (X2) naik satu satuan maka akan terjadi kenaikan pada variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 0,178 satuan dengan arah lurus, sedangkan variabel bebas lainnya seperti Budaya (X1), Gaya Hidup (X3) dan Kepercayaan (X4) bersifat tetap (konstan).

4) Koefisien Regresi Gaya Hidup(X3) sebesar 0,174

Koefisien regresi untuk variabel Gaya Hidup (X3) adalah 0,174 satuan, dapat diartikan bahwa apabila variabel Gaya Hidup (X3) naik satu satuan maka akan terjadi kenaikan pada variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 0,174 satuan dengan arah lurus, sedangkan variabel bebas lainnya seperti Budaya(X1), Sosial(X2)dan Kepercayaan (X4) bersifat tetap (konstan).

5) Koefisien Regresi Kepercayaan (X4) sebesar 0,182

Koefisien regresi untuk variabel Kepercayaan (X4) adalah 0,182 satuan, dapat diartikan bahwa apabila variabel Kepercayaan (X4) naik satu satuan maka akan terjadi kenaikan pada variabel keputusan pembelian (Y)

sebesar 0,182 satuan dengan arah lurus, sedangkan variabel bebas lainnya seperti Budaya(X1), Sosial (X2) dan Gaya Hidup (X3) bersifat tetap (konstan).

### 3. Signifikan Parsial (Uji t)

Berikut ini hasil pengujian secara parsial menggunakan uji t yang nilainya akan dibandingkan dengan signifikansi 0,05 atau 5% yang ditunjukkan pada tabel 4.17 sebagai berikut:

**Tabel 4.17 Hasil Uji t (Parsial)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.713	1.867		.382	.703
	Budaya	.432	.081	.443	5.354	.000
	Sosial	.178	.084	.176	2.125	.036
	Gaya Hidup	.174	.086	.175	2.018	.046
	Kepercayaan	.182	.074	.192	2.459	.016

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian  
Sumber: Output SPSS, 2021

Pengujian secara parsial menggunakan uji t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh Budaya (X1), Sosial (X2), Gaya Hidup (X3) dan Kepercayaan (X4) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

#### a. Pengujian Hipotesis 1

H<sub>0</sub> : sig. > 0,05 Budaya (X1), tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian(Y).

H<sub>a</sub> : sig. < 0,05 Budaya (X1), berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian(Y).

Berdasarkan tabel 4.14 diperoleh nilai signifikan variabel Budaya(X1) adalah 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan uji t variabel Budaya (X1)  $\leq 0,05$  yang berarti H0 ditolak dan Ha diterima sehingga dapat dikatakan bahwa hasil dari pengujian signifikan ini Budaya(X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

b. Pengujian Hipotesis 2

H0 : sig.> 0,Sosial (X2), tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian(Y).

Ha : sig.< 0,05 Sosial (X2), berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian(Y).

Berdasarkan tabel 4.14 diperoleh nilai signifikan variabel Sosial (X1) adalah 0,036. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan uji t variabel Sosial (X2)  $\leq 0,05$  yang berarti H0 ditolak dan Ha diterima sehingga dapat dikatakan bahwa hasil dari pengujian signifikan ini Sosial (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

c. Pengujian Hipotesis 3

H0 : sig.> 0,05 Gaya Hidup (X3), tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian(Y).

Ha : sig.< 0,05 Gaya Hidup (X3), berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian(Y).

Berdasarkan tabel 4.14 diperoleh nilai signifikan variabel Gaya Hidup(X3) adalah 0,046. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan uji t variabel Gaya Hidup(X3)  $\leq 0,05$  yang berarti H0 ditolak dan Ha diterima

sehingga dapat dikatakan bahwa hasil dari pengujian signifikan ini Gaya Hidup (X3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

d. Pengujian Hipotesis 4

H<sub>0</sub> : sig.> 0,05 Kepercayaan (X4), tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian(Y).

H<sub>a</sub> : sig.< 0,05 Kepercayaan (X4), berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian(Y).

Berdasarkan tabel 4.14 diperoleh nilai signifikan variabel Kepercayaan (X4) adalah 0,016. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan uji t variabel Kepercayaan (X4)  $\leq 0,05$  yang berarti H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima. sehingga dapat dikatakan bahwa hasil dari pengujian signifikan ini Kepercayaan (X4) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

#### 4. Uji Regresi Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel bebas yaitu Budaya, Sosial, Gaya Hidup, Kepercayaan secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian. Berikut hasil pengujian secara simultan menggunakan uji F yang nilainya akan dibandingkan dengan signifikansi 0,05 atau 5% sesuai dengan tabel 4.18 sebagai berikut:

**Tabel 4.18 Hasil Uji F (Simultan):**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	250.295	4	62.574	20.752	.000 <sup>b</sup>
Residual	286.455	95	3.015		
Total	536.750	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Sosial, Budaya, Gaya Hidup

Sumber: Output SPSS, 2021

Berdasarkan tabel 4.16 diperoleh nilai signifikan adalah 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan uji F variabel Budaya (X1), Sosial (X2), Gaya Hidup(X3) dan Kepercayaan (X4)  $\leq 0,05$ , yang berarti H0 ditolak dan Ha diterima sehingga hasil dari pengujian secara simultan ini adalah keempat variabel bebas yaitu Budaya (X1), Sosial (X2), Gaya Hidup(X3) dan Kepercayaan (X4) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian(Y).

Untuk lebih jelasnya, rekapitulasi hasil analisis disajikan dalam tabel 4.19 berikut ini:

**Tabel 4.19 Rekapitulasi Hasil Analisis**

Jenis Uji	Variabel	Nilai sign.	Kriteria
Uji t	Budaya	$0,000 \leq 0,05$	Budaya berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian
Uji t	Sosial	$0,036 \leq 0,05$	Sosial berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian
Uji t	Gaya Hidup	$0,046 \leq 0,05$	Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian
Uji t	Kepercayaan	$0,016 \leq 0,05$	Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

Sumber: Output SPSS,2021

## 5. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Di bawah ini merupakan hasil uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) yang disajikan pada tabel 4.20 berikut:

**Tabel 4.20 Koefisien Determinasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.683 <sup>a</sup>	.466	.444	1.736

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Sosial, Budaya, Gaya Hidup

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Output SPSS, 2021

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4.18 dapat diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,466. Hal ini menunjukkan bahwa variabel yang diukur dengan Budaya, Sosial, Gaya Hidup, dan Kepercayaan yang dapat dijelaskan oleh variabel Keputusan Pembelian sebesar 46,6%, sedangkan sisanya yaitu 53,4% dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak dikaji dalam penelitian ini seperti motivasi, kualitas produk, tempat, promosi, harga, dan lain-lain.