# BAB IV

# HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Obyek Penelitian
2. Deskripsi Toko Queen Accessories

Toko Queen Accessories merupakan toko aksesoris terkenal lengkap dan murah di Solo yang dulunya bagian dari Toko Petra lalu seiring berjalannya waktu Toko Queen membuka toko sendiri, namun ditahun 2012 terjadi musibah kebakaran lalu berpindah ke Jl. Dr. Radjiman no.136 Coyudan Solo (sebelum matahari singosaren dari timur). Toko Queen Accessories Solo buka pukul 08.30 – 20.00 WIB setiap hari. Mempunyai karyawan kurang lebih 30 orang yang bertugas untuk melayani dengan ramah, baik, cekatan, dan memberikan informasi yang jelas tentang produk supaya konsumen dapat tertarik dan membeli produk yang diinginkan.

Dalam penataan barang Toko Queen Accessories Solo mengelompokkan barang sesuai dengan jenisnya, sehingga diharapkan konsumen lebih leluasa dan nyaman untuk melihat dan memilih suatu produk. Toko Queen Accessories Solo mempunyai ruko dengan 3 lantai, di lantai 1 terdapat jenis bunga hias, daun hias, vas bunga, kursi kekinian, tempat pot bunga, meja rotan, botol tumblr yang semua terkait dengan *home decor* dan *wallpaper decor* yang sedang *trend* saat ini.

Lantai 2 disajikan produk seperti kosmetik, masker, tas, parfum, topi, jilbab, masker dengan berbagai model dan warna yang bervariasi. Lantai 3 memuat berbagai jenis pernak-pernik ulang tahun seperti: balon huruf, lilin (*happy birthday,*huruf, dan *magic*), topi ulang tahun, balon karakter, boneka, dan masih banyak yang lainnya untuk hiasan dekor pesta ulang tahun. Harga produk mulai dari Rp. 5.000, pembelian dengan sistem grosir yaitu beli banyak harga semakin murah dan terdapat beberapa produk yang mendapatkan potongan harga dari 5%-10%. Toko Queen Accessories Solo menawarkan produk yang bervariasi mengikuti trend sesuai gaya hidup konsumen masa kini.

1. **Deskripsi Responden**

Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden dari populasi konsumen Toko Queen Accessories Solo. Deskripsi responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini ditinjau dari :

1. Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Jenis Kelamin** | **Frekuensi** | **Presentase (%)** |
| 1. | Laki-laki | 23 | 23% |
| 2. | Perempuan | 77 | 77% |
| Jumlah | | 100 | 100% |

Sumber : Data Primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa dalam penelitian ini responden yang mempunyai jenis kelamin laki-laki berjumlah 23 orang atau sebesar 23%, sedangkan yang perempuan berjumlah 77 orang atau sebesar 77%. Penelitian ini memiliki responden dengan jumlah perempuan yang lebih sering berbelanja di Toko Queen daripada laki-laki.

1. Umur

Tabel 4.2

Deskripsi Responden Berdasarkan Umur

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Umur** | **Jumlah** | **Presentase (%)** |
| 1. | < 20 Tahun | 9 | 9% |
| 2. | 21 – 30 Tahun | 76 | 76% |
| 3. | 30 – 40 Tahun | 13 | 13% |
| 4. | > 40 Tahun | 2 | 2% |
| Jumlah | | 100 | 100% |

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa dalam penelitian ini responden yang mempunyai umur kurang dari 20 tahun berjumlah 9 orang atau sebesar 9%, responden dengan umur 21-30 tahun berjumlah 76 orang atau sebesar 76%, responden dengan umur 30 – 40 tahun berjumlah 13 orang atau sebesar 13% dan responden dengan umur lebih dari 40 tahun berjumlah 2 orang atau sebesar 2%. Dalam penelitian ini mayoritas responden berumur 21 – 30 tahun, karena sebagian besar konsumen yang datang di Toko Queen Accessories Solo anak muda.

1. Pekerjaan

Tabel 4.3

Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Pekerjaan** | **Jumlah** | **Presentase (%)** |
| 1. | Pelajar/Mahasiswa | 43 | 43% |
| 2. | PNS | 7 | 7% |
| 3. | Wirausaha | 12 | 12% |
| 4. | Karyawan Swasta | 19 | 19% |
| 5. | Lainnya | 19 | 19% |
| Jumlah | | 100 | 100% |

Sumber: data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang mempunyai pekerjaan sebagai Pelajar/Mahasiswa berjumlah 43 orang atau sebesar 43%, PNS berjumlah 7 orang atau sebesar 7%, Wirausaha berjumlah 12 orang atau sebesar 12%, Karyawan Swasta berjumlah 19 orang atau sebesar 19%, dan pekerjaan yang lainnya berjumlah 19 orang atau sebesar 19%. Dalam penelitian ini responden mayoritas memiliki pekerjaan sebagai Pelajar/Mahasiswa, hal tersebut karena anak muda tertarik untuk membeli pernak-pernik dalam memenuhi gaya hidupnya.

1. Pendapatan

Tabel 4.4

Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Pendapatan** | **Jumlah** | **Presentase (%)** |
| 1. | < 1.000.000 | 25 | 25% |
| 2. | Rp. 1.000.00 - Rp. 2.000.000 | 27 | 27% |
| 3. | Rp. 2.000.000 - Rp. 4.000.000 | 31 | 31% |
| 4. | > Rp. 4.000.000 | 17 | 17% |
| Jumlah | | 100 | 100% |

Sumber: data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang mempunyain pendapatan kurang dari Rp. 1.000.000 berjumlah 25 orang atau sebesar 25%, pendapatan Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000 berjumlah 27 orang atau sebesar 27%, pendapatan Rp. 2.000.000 – Rp. 4.000.000 berjumlah 31 orang atau sebesar 31% dan pendapatan lebih dari Rp. 4.000.000 berjumlah 17 orang atau sebesar 17%. Dalam penelitian ini responden mayoritas mempunyai pendapatan Rp. 2.000.000 – Rp. 4.000.000, hal tersebut karena pendapatan bisa mempengaruhi apa yang mau dibeli untuk kebutuhan konsumen.

1. **Uji Asumsi Klasik**

Pada penelitian ini uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, multikolinearitas dan heterokedastisitas. Uji Asumsi Klasik dapat dilakukan sebelum pengujian hipotesis. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini menggunakan program SPSS *Versi 22*. Hasil uji asumsi klasik sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel bebas dan variabel terikat mempunyai distribusi data normal atau tidak. Dengan metode yang digunakan untuk mengetahui data normal atau tidak yaitu dengan *Kolmogorov-smirnov test* dengan kriteria jika nilai sig > α = 0,05 maka data berdistribusi normal dan sebaliknya jika nilai sig < α = 0,05 maka data tidak berdistribusi normal. Berikut ini adalah hasil pengujian normalitas dengan program SPSS *Versi 22* :

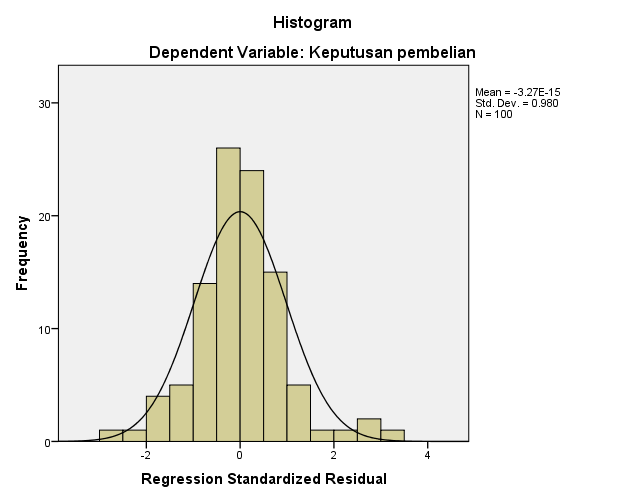
Tabel 4.5

Hasil Uji Nornalitas

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test** | | |
|  | | Unstandardized Residual | |
| N | | 100 | |
| Normal Parametersa,b | Mean | .0000000 | |
| Std. Deviation | 1.02196033 | |
| Most Extreme Differences | Absolute | .073 | |
| Positive | .073 | |
| Negative | -.070 | |
| Test Statistic | | .073 | |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .200c | |
| 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 primer yang diolah, 2022

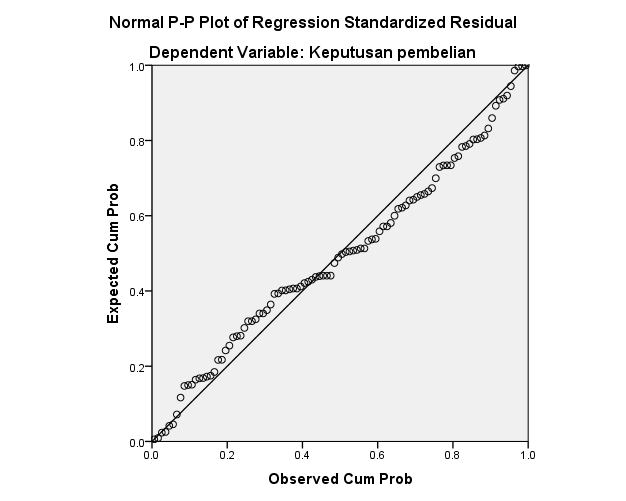
Hasil pengujian *Kolmogrov Smirnov test* menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig (2-tailed) lebih besar dari 0,05 (0,200 > 0,05). Menunjukkan bahwa persamaan regresi untuk model dalam penelitian ini memiliki sebaran data normal. Hasil pengujian normalitas juga menggunakan gambar Histogram dan Normal PP Plot dibawah ini :



Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Gambar 4.1

Grafik Histogram Normalitas



Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Gambar 4.2

Grafik Normal P-P Plot

Pada gambar 4.1 diatas pada normal Plot disimpulkan bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi normal karena membentuk lengkungan cekung. Pada gambar 4.2 grafik P-P *plot of regression standardized residual* di atas terlihat bahwa data menyebar disekitar garis normal dan mengikuti arah garis tersebut. Berdasarkan kedua gambar grafik menunjukkan bahwa model regresi layak digunakan karena sudah memenuhi asumsi normalitas.

1. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas dilakukan menggunakan metode *Enter* dengan melihat *Tolerance Value dan Variance Inflation Factor* (VIF) yaitu nilai *tolerance* < 0,10 atau sama dengan nilai VIF > 10. Berikut ini adalah hasil uji multikolinearitas :

Tabel 4.6

Hasil Uji Multikolinearitas

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Model | *Collinearity Tolerance* | Statistics VIF | Keterangan |
| Kualitas pelayanan | 0,574 | 1,741 | Tidak terjadi Multikolinearitas |
| *Display Produk* | 0,664 | 1,506 | Tidak terjadi Multikolinearitas |
| Citra Merek | 0,580 | 1,724 | Tidak terjadi Multikolinearitas |
| Gaya Hidup | 0,689 | 1,451 | Tidak terjadi Multikolinearitas |

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel diatas, diperoleh nilai *tolerance* variabel Kualitas pelayanan 0,574, nilai *tolerance* variabel *Display produk* 0,664, nilai *tolerance* variabel Citra merek 0,1724, dan nilai *tolerance* variabel Gaya hidup 0,689, yang semua variabel dinyatakan > 0,10. Nilai VIF untuk variabel Kualitas pelayanan 1.741, nilai VIF variabel *Display produk* 1.506, nilai VIF variabel Citra merek 1.724, dan nilai VIF variabel Gaya hidup 1.451, yang semua variabel dinyatakan < 10. Jadi model regresi pada penelitian ini tidak ada multikolinearitas antara variabel bebas.

1. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik menggunakan homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini menggunakan gambar *Scatterplot* hasil SPSS *versi 22* dan uji *Glejser*. Ada tidaknya heteroskedastisitas dilihat dari signifikannya terhadap derajat kepercayaan 5%. Berikut adalah hasil pengujian heteroskedastisitas dengan uji *Glejser* :

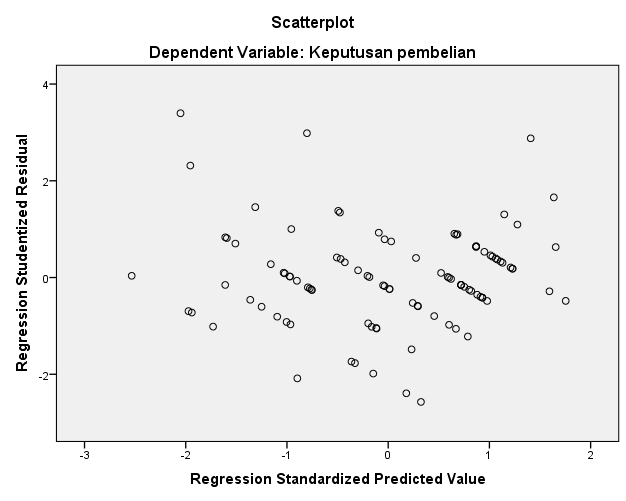
Tabel 4.7

Hasil Uji Heteroskedastisitas

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Model | *Sig* | Keterangan |
| Kualitas pelayanan | 0,079 | Tidak terjadi Heteroskedastisitas |
| *Display Produk* | 0,985 | Tidak terjadi Heteroskedastisitas |
| Citra Merek | 0,288 | Tidak terjadi Heteroskedastisitas |
| Gaya Hidup | 0,081 | Tidak terjadi Heteroskedastisitas |

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Bardasarkan tabel diatas menunjukkan nilai probabilitas (Sig) dari masing-masing variabel independen adalah Kualitas pelayanan bernilai 0,079, Display Produk bernilai 0,985, Citra merek bernilai 0,288, Gaya hidup bernilai 0,081 yang semuanya lebih besar dari 0,05. Dapat dinyatakan pada model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut ini adalah hasil dari uji heteroskedastisitas dengan gambar *Scatterplot* :



Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Gambar 4.3

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Pada gambar 4.3 Scatterplot diatas menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak yang tersebar diatas maupun bawah angka nol pada sumbu Y, dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi ini.

**D. Analisis Data**

1. Uji Hipotesa
2. Analisis Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda digunakan untuk memprediksi besar variabel tergantung *(dependent variabel)* menggunakan data dari dua atau lebih variabel bebas *(independent variabel)* yang sudah diketahui besarnya. Berikut ini adalah hasil dari uji regresi linear berganda dengan SPSS *versi 22* :

Tabel 4.8

Analisis Regresi Linear Berganda

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
|  | Kualitas pelayanan | .169 | .079 | .180 | 2.138 | .035 |
| Display produk | .231 | .087 | .209 | 2.675 | .009 |
| Citra merek | .358 | .084 | .356 | 4.253 | .000 |
| Gaya hidup | .256 | .079 | .248 | 3.229 | .002 |
|  | .256 | .079 | .248 | 3.229 | .002 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Dari hasil uji regresi linear yang diperoleh :

a = 1,283

b1 = 0,169

b2 = 0,231

b3 = 0,358

b4 = 0,256

Sehingga dapat dirumuskan suatu persamaan regresi linear berganda yaitu :

*Y = 1,283 + 0,169X1 + 0,231X2 + 0,358X3 + 0,256X4 + e*

1. Nilai konstanta (a) 1,283 artinya jika nilai konstan = 1,283 sedangkan variabel Kualitas pelayanan (X1), *Display produk* (X2), Citra merek (X3), dan Gaya hidup (X4) diangap konstan atau sama dengan nol, maka variabel Keputusan pembelian sebesar 1,283 dan menunjukkan hasil yang positif.
2. Nilai koefisien Kualitas pelayanan (b1) yaitu jika nilai koefisien variabel Kualitas pelayanan (b1) mengalami kenaikan sebesar 0,169, sementara variabel *Display produk,* Citra merek, dan Gaya hidup diasumsikan nilai tetap sama dengan nol (0), maka nilai Keputusan pembelian akan meningkat 0,169 satuan
3. Koefisien variabel *Display produk* (b2) dari hitungan regresi linear berganda nilai *coefficients* (b2) = 0,231 satuan. Hal ini menunjukkan apabilavariabel *Display produk* naik satu satuan, sementara variabel Kualitas pelayanan, Citra merek, Gaya hidup konstan nol, maka keputusan pembeli akan meningkat 0,231 satuan
4. Koefisien variabel Citra merek (b3) dari perhitungan regresi linear berganda nilai *coefficients* (b3) = 0,358 satuan. Hal ini menunjukkan apabila citra merek naik satu satuan, sementara variabel Kualitas pelayanan, *Display produk*, dan Gaya hidup konstan nol (0), maka Keputusan pembelian akan meningkat 0,358 satuan
5. Koefisien variabel Gaya hidup (b4) dari perhitungan regresi linear berganda nilai coefficients (b) = 0,256 satuan. Hal ini menunjukkan apabila variabel Gaya hidup naik satu satuan, sementara variabel Kualitas pelayanan, *Display produk*, Citra merek konstan nol (0). Maka keputusan pembelian akan meningkat 0,256 satuan.
6. Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh Kualitas pelayanan, Display produk, Citra merek, dan Gaya hidup secara simultan dan signifikan terhadap Keputusan pembelian di Toko Queen Accessories Solo. Hasil uji F dapat dilihat dari hasil analisis data sebagai berikut :

Tabel 4.9

Hasil Uji F

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ANOVAa** | | | | | | |
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 164.314 | 4 | 41.079 | 37.743 | .000b |
| Residual | 103.396 | 95 | 1.088 |  |  |
| Total | 267.710 | 99 |  |  |  |
| a. Dependent Variable: Keputusan pembelian | | | | | | |
| b. Predictors: (Constant), Gaya hidup, Kualitas pelayanan, Display produk, Citra merek | | | | | | |

Sumber: Data Primer yang diolah, 2022

Adapun perhitungannya sebagai berikut :

1. Menyusun hipotesis nihil (H0) dan hipotesis alternative (Ha)

H0 : β1 = β2 = β3 = β4= 0, tidak ada pengaruh signifikan untuk Kualitas pelayanan, *Display produk*, Citra merek, dan Gaya hidup terhadap keputusan pembelian di Toko Queen Accessories Solo.

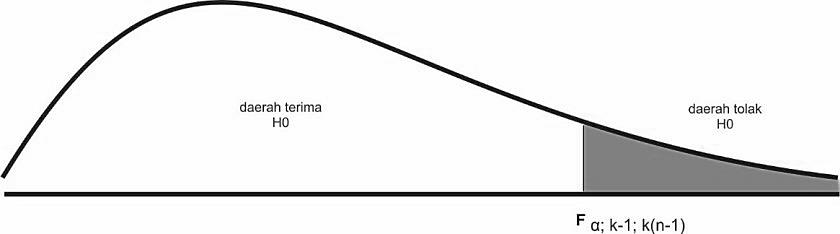
Ha : β1 ≠ β2 ≠ β3 ≠ β4 ≠ 0, berpengaruh signifikan untuk Kualitas pelayanan, *Display produk*, Citra merek, dan Gaya hidup secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian di Toko Queen Accessories Solo.

1. Tingkat signifikan (α) = 0,05

Ftabel = α; (k – 1; n – k)

= 0,05; (5 – 1; 100 – 5)

= 0,05; (4; 95)

 = 2,47

1. Kriteria Pengujian

Gambar 4.4

**2,47**

Hasil Kurva Uji F

* Ho ditolak jika Fhitung > Ftabel atau nilai sig < α
* Ho diterima jika Fhitung < Ftabel atau nilai sig > α

1. Menghitung nilai F

Diketahui nilai Fhitung pada tabel diatas sebesar 37,743

1. Keputusan

Hasil analisa data yang didapatkan, maka dapat diketahui bahwa nilai Fhitung adalah sebesar 37,743, karena Fhitung > Ftabel (37,743 > 2,47) dan signifikan 0,000 < 0,05 maka Ho ditolak. Dapat disimpulkan Ha diterima, artinya ada pengaruh Kualitas pelayanan, *Display produk*, Citra merek, Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Queen Accessories Solo.

c. Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui signifikan peran secara parsial antara Kualitas pelayanan, *Display produk*, Citra merek, Gaya hidup terhadap Keputusan pembelian di Toko Queen Accessories Solo. Syarat dalam pengujian apabila nilai signifikan < 0,05 maka variabel Kualitas pelayanan, *Display produk*, Citra merek, Gaya hidup berpengaruh terhadap Keputusan pembelian di Toko Queen Accessories Solo dan apabila nilai signifikan > 0,05 maka variabel Kualitas pelayanan, *Display produk*, Citra merek, Gaya hidup tidak berpengaruh terhadap Keputusan pembelian di Toko Queen Accessories Solo. Hasil uji t dapat dilihat dari analisa data berikut :

Tabel 4.10

Hasil Uji t

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | 1.283 | 1.807 |  | .710 | .479 |
| Kualitas pelayanan | .169 | .079 | .180 | 2.138 | .035 |
| Display produk | .231 | .087 | .209 | 2.675 | .009 |
| Citra merek | .358 | .084 | .356 | 4.253 | .000 |
| Gaya hidup | .256 | .079 | .248 | 3.229 | .002 |
| a. Dependent Variable: Keputusan pembelian | | | | | | | |

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berikut hasil hitungan dari uji t :

1. Pengaruh variabel Kualitas pelayanan (X1) terhadap Keputusan pembelian (Y) adalah sebagai berikut :
2. Menentukan hipotesis nihil (Ho) dan hipotesis alternative (Ha):

Ho : β1 = 0, tidak ada pengaruh positif dan signifikan Kualitas pelayanan terhadap Keputusan pembelian di Toko Queen Accessories Solo.

Ha : β1 ≠ 0, ada pengaruh positif dan signifikan Kualitas pelayanan terhadap Keputusan pembelian di Toko Queen Accessories Solo.

1. Tingkat signifikan (0,05)

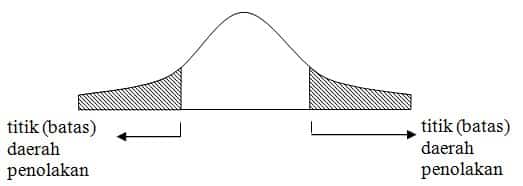
Ttabel = (α/2; n – k)

= (0,05/2; 100 – 5)

= (0,025: 95)

= 1,985

1. Kriteria pengujian

**-1,9851,985**

Gambar 4.5

Hasil Kurva Uji t

* Ho diterima jika -1,985 < thitung < 1,985
* Ho ditolak jika thitung < -1,985 atau thitung > 1,985

1. Menghitung nilai t

Diketahui nilai thitung pada tabel sebesar 2,138

1. Keputusan

Nilai ttabel < thitung (1,985 < 2,138) dan signifikan 0,0035 < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima. Dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan Kualitas pelayanan terhadap Keputusan pembelian di Toko Queen Accessories Solo.

1. Pengaruh variabel *Display produk* (X2) terhadap Keputusan pembelian (Y) yaitu sebagai berikut :
2. Menentukan hipotesis nihil dan hipotesis alternative :

Ho : β2 = 0 maka tidak ada pengaruh positif dan signifikan Display produk terhadap Keputusan pembelian di Toko Queen Accessories Solo.

Ha : β2 ≠ 0 ada pengaruh positif dan signifikan *Display produk* terhadap Keputusan pembelian di Toko Queen Accessories Solo.

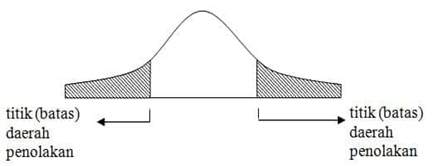
1. Tingkat signifikan (0,05)

Ttabel = (α/2; n – k)

= (0,05/2; 100 – 5)

= (0,025: 95) = 1,985

1. Kriteria pengujian

-1,985 1,985

Gambar 4.6

Hasil Kurva Uji t

Ho diterima jika -1,985 < thitung < 1,985

Ho ditolak jika thitung < -1,985 atau thitung > 1,985

1. Menghitung nilai t

Diketahui nilai thitung pada tabel sebesar 2,675

1. Keputusan

Nilai ttabel < thitung (1,985 < 2,675) dan signifikan 0,009 < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima. Dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan Kualitas pelayanan terhadap Keputusan pembelian di Toko Queen Accessories Solo.

1. Pengaruh variabel Citra merek (X3) terhadap Keputusan pembelian (Y) yaitu sebagai berikut :
2. Menentukan hipotesis nihil (Ho) dan hipotesis alternative (Ha):

Ho : β3 = 0, tidak ada pengaruh positif dan signifikan Citra merek terhadap Keputusan pembelian di Toko Queen Accessories Solo.

Ha : β3 ≠ 0, ada pengaruh positif dan signifikan Citra merek terhadap Keputusan pembelian di Toko Queen Accessories Solo.

1. Tingkat signifikan (0,05)

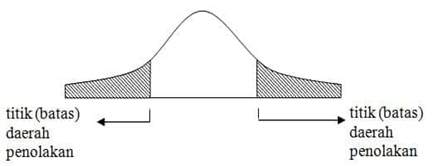
Ttabel = (α/2; n – k)

= (0,05/2; 100 – 5)

= (0,025: 95)

= 1,985

1. Kriteria pengujian

-1,985 1,985

Gambar 4.7

Hasil Kurva Uji t

Ho diterima jika -1,985 < thitung < 1,985

Ho ditolak jika thitung < -1,985 atau thitung > 1,985

1. Menghitung nilai t

Diketahui nilai thitung pada tabel sebesar 4,253

1. Keputusan

Nilai ttabel < thitung (1,985 < 4,253) dan signifikan 0,000 < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima. Dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan Citra merek terhadap Keputusan pembelian di Toko Queen Accessories Solo.

1. Pengaruh variabel Gaya hidup (X4) terhadap Keputusan pembelian (Y) yaitu sebagai berikut :
2. Menentukan hipotesis nihil (Ho) dan hipotesis alternative (Ha):

Ho : β4 = 0, tidak ada pengaruh positif dan signifikan Gaya hidup terhadap Keputusan pembelian di Toko Queen Accessories Solo.

Ha : β4 ≠ 0, ada pengaruh positif dan signifikan Gaya hidup terhadap Keputusan pembelian di Toko Queen Accessories Solo.

1. Tingkat signifikan (0,05)

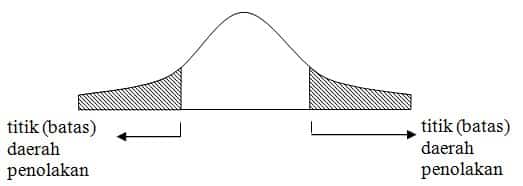
Ttabel = (α/2; n – k)

= (0,05/2; 100 – 5)

= (0,025: 95)

= 1,985

1. Kriteria pengujian

**-1,9851,985**

Gambar 4.8

Hasil Kurva Uji t

Ho diterima jika -1,985 < thitung < 1,985

Ho ditolak jika thitung < -1,985 atau thitung > 1,985

1. Menghitung nilai t

Diketahui nilai thitung pada tabel sebesar 3,229

1. Keputusan

Nilai ttabel < thitung (1,985 < 3,229) dan signifikan 0,002 < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima. Dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan Gaya hidup terhadap Keputusan pembelian di Toko Queen Accessories Solo.

d. Koefisien Determinasi (R2)

Koefisien determinasi digunakan untuk menentukan kesesuaian antara nilai taksiran dengan data sampel. Nilai koefisien determinasi antara 0-1. Jika nilai determinasi 0 maka kemampuan variabel Kualitas pelayanan, Display produk, Citra merek, Gaya hidup terhadap Keputusan pembelian lemah. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan melihat *R Square* dari hasil perhitungan menggunakan SPSS *versi 22* yaitu :

Tabel 4.11

Hasil Koefisien Determinasi

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Model Summaryb** | | | | |
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .783a | .614 | .598 | 1.043 |
| a. Predictors: (Constant), Gaya hidup, Kualitas pelayanan, Display produk, Citra merek | | | | |
| b. Dependent Variable: Keputusan pembelian | | | | |

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil analisis di atas maka nilai *Adjusted R Square* (R2) sebesar 0,598 atau 59,8%. Determinasi variabel Kualitas pelayanan, Display produk, Citra merek, Gaya hidup terhadap Keputusan pembelian di Toko Queen Accessories Solo sebesar 59,8%. Sisanya sumbangan variabel lain yang tidak ada di penelitian ini sebesar 40,2% (100% - 59,8% = 40,2%).

**E. Pembahasan**

Hasil penelitian ini tentang variabel Kualitas pelayanan, *Display produk*, Citra merek, dan Gaya hidup terhadap Keputusan pembelian di Toko Queen Accessories Solo.

1. Dari hasil uji F dapat diketahui bahwa nilai Fhitung ≥ Ftabel (37,743 ≥ 2,47) dan nilai sig. uji F sebesar 0,000 ≤ 0,05, berarti Ho ditolak, yang artinya kualitas pelayanan, display produk, citra merek dan gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Queen Accessories Solo. Dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan, display produk, citra merek dan gaya hidup secara parsial terhadap keputusan pembelian di Toko Queen Accessories Solo. Dari hasil uji Koefisien Determinasi (R2 ) dapat diketahui nilainya sebesar 0,598, maka dapat diartikan bahwa variabel independen yang terdiri dari kualitas pelayanan (X1), display produk (X2), citra merek (X3) dan gaya hidup (X4) terhadap variabel dependen yaitu Keputusan pembelian sebesar 0,598% atau 59,8 % sedangkan sisanya sebesar 40,2 % dipengaruhi oleh faktor lainnya.
2. Dari hasil uji t dengan maka dapat diketahui bahwa nilai thitung > ttabel, yang berarti bahwa ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.
3. Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Keputusan pembelian di Toko Queen Accessories Solo.

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan SPSS *versi 22*, thitung > ttabel (2,138 > 1,985) dan nilai *signifikan* sebesar 0,035 < 0,05 artinya H0 ditolak, maka hipotesis pertama dalam penelitian ini menyatakan terdapat pengaruh *signifikan* antara Kualitas pelayanan terhadap Keputusan pembelian di Toko Queen Accessories Solo. Artinya kualitas pelayanan yang baik dan bagus dapat menciptakan hasil kerja yang kondusif sehingga keputusan pembelian akan meningkat, begitupun sebaliknya jika semakin buruk kualitas pelayanan dapat menyebabkan keputusan pembelian menurun.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Luthfianto & Suprihhadi, 2017) menyatakan bahwa Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh (Putra & Dwijayanti, 2021) menyimpulkan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian (Mimi dan Feliciana, 2017) menyimpulkan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

1. Pengaruh *Display produk* terhadap Keputusan pembelian di Toko Queen Accessories Solo

Hasil penelitian analisis uji thitung > ttabel (2,675 > 1,985) dan nilai *signifikan* sebesar 0,009 < 0,05 artinya H0 ditolak, maka ini menunjukkan bahwa *Display produk* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian di Toko Queen Accessories Solo. Artinya *Display produk* yang menarik dan rapi dapat menciptakan kesenangan hati dan daya tarik bagi konsumen sehingga keputusan pembelian akan meningkat, sebaliknya semakin buruk atau tidak menarik *Display produk* dapat menyebabkan keputusan pembelian menurun.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Faroji & Rifuddin, 2021) menyimpulkan bahwa *Display produk* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh (Astari, 2019) bahwa *Display produk* berpengaruh terhadap signifikan keputusan pembelian. Dalam penelitian (Lastriyani & Purnamasari, 2021) menyimpulkan *Display produk* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

1. Pengaruh Citra merek terhadap Keputusan pembelian di Toko Queen Accessories Solo

Hasil penelitian analisis thitung > ttabel (4,253 > 1,985) dan nilai *signifikan* sebesar 0,000 < 0,05 artinya H0 ditolak, maka ini menunjukkan bahwa Citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Queen Accessories Solo. Artinya Citra merek yang baik dan berkualitas dapat mencuri perhatian konsumen sehingga menciptakan sikap penasaran seseorang, sehingga keputusan pembelian akan meningkat, begitupun sebaliknya semakin tidak bainya Citra merek dapat menyebabkan keputusan pembelian menurun.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Hasibuan & Murtani, 2020) menyatakan bahwa Citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian (Fauziah, 2019) menyimpulkan bahwa Citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh (Wowor *et al*., 2021) menyimpulkan Citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

1. Pengaruh Gaya hidup terhadap Keputusan pembelian di Toko Queen Accessories Solo

Hasil penelitian analisis uji thitung > ttabel (3,229 > 1,985) dan nilai *signifikan* sebesar 0,002 < 0,05 artinya H0 ditolak, maka ini menunjukkan bahwa Gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Queen Accessories Solo. Artinya Gaya hidup yang trend dimasa kini dan menarik perhatian dapat menciptakan royalitas konsumen sehingga keputusan pembelian akan meningkat, sebaliknya semakin tidak mengikuti trend dan tidak menarik Gaya hidup dapat menyebabkan keputusan pembelian menurun.

Hasil penelitian didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Agustina *et al*., 2019) menyimpulkan bahwa Gaya hidup secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dalam penelitian (Hasibuan & Murtani, 2020) menyimpulkan bahwa Gaya hidup secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh (Estu Mahanani, 2017) menyimpulkan Gaya hidup secara signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Dari hasil analisis yang dilakukan maka variabel yang paling dominan atau paling besar adalah variabel Citra merek, dengan nilai hasil Uji t 4,253. Oleh karena itu, Citra merekmerupakan hal paling utama yang dilihat saat melakukan pembelian di Toko Aksesoris. Semakin baik Citra merekyang ada maka konsumen yang datang akan semakin banyak pula. Toko Queen Accessories Solo pun sudah menjadi *reccomended* untuk konsumen yang ingin membeli pernak-pernik dengan kelengkapan barang serta murahnya harga produk.