

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

Objek pada penelitian ini adalah salah satu cabang toko *franchise* ayam shihlin dengan nama “Chiclin” yang berada di Surabaya Timur. Toko ini menjual produk makanan berupa jajanan ayam shilin khas dari Negara Taiwan.

4.2 Deskripsi Data Hasil Penelitian

Berikut adalah hasil data dari kuesioner pada penelitian ini.

4.2.1 Profil Responden

Responden dalam penelitian ini adalah calon konsumen toko *franchise* chiclin yang berada di kota Surabaya. Klasifikasi pada kuesioner ini adalah Jenis Kelamin, Umur, Pekerjaan, Pendapatan Perbulan, dan Pengeluaran Perbulan. Jumlah responden yang akan dijadikan sampel sebanyak 100 responden.

4.2.1.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	55	55%
Perempuan	45	45%
TOTAL	100	100%

Sumber : Data Responden

Berdasarkan tabel 4.1 diatas, dapat diketahui bahwa, jumlah responden yang memiliki minat beli terhadap produk ayam shilin terdiri dari 55 orang laki-laki dengan persentase 55%, dan 45 orang perempuan dengan persentase 55 %.

4.2.1.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur

Tabel 4.2
Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur

Usia	Frekuensi	Persentase
Dibawah 17 tahun	17	17%
17-25 tahun	48	48%
26-35 tahun	19	19%
36-50 tahun	12	12%
Diatas 50 tahun	4	4%
Total	100	100%

Sumber : Data Responden

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, dapat diketahui bahwa, jumlah responden yang memiliki minat beli produk chiclin terdiri dari 17 orang yang berumur dibawah 17 tahun dengan persentase 17%, 48 orang yang berumur 17-25 tahun dengan persentase 48%, 19 orang yang berumur 26-35 tahun dengan persentase 19%, 12 orang yang berumur 36-50 tahun dengan persentase 12%, dan 4 orang yang berumur diatas 50 tahun dengan persentase 4%.

4.2.1.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.3
Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	58	58%
Wiraswasta	25	25%
Pegawai Negeri	12	12%
Lainnya	5	5%
Total	100	100%

Sumber : Data Responden

Berdasarkan tabel 4.3 diatas, dapat diketahui bahwa jumlah responden yang memiliki minat beli produk chiclin terdiri atas 58

orang yang berprofesi sebagai Pelajar/Mahasiswa dengan presentase 58%, 25 orang yang berprofesi sebagai Wiraswasta dengan presentase 25%, 12 orang yang berprofesi sebagai Pegawai Negeri dengan presentase sebanyak 12%, serta pada aspek lainnya sejumlah 5 orang dengan presentase 5%.

4.2.1.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan

Tabel 4.4
Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan

Pendapatan Perbulan	Frekuensi	Persentase
Dibawah 5 juta	50	50%
Antara 5-10 juta	29	29%
Diatas 10 juta	21	21%
Total	100	100%

Sumber : Data Responden

Berdasarkan tabel 4.4 diatas, dapat diketahui bahwa jumlah responden yang memiliki minat beli produk chiclin terdiri atas 50 orang yang memiliki Pendapatan Perbulan dibawah 5 juta dengan presentase 50%, 29 orang yang memiliki Pendapatan Perbulan antara 5-10 juta dengan presentase 29% dan 21 orang yang memiliki Pendapatan Perbulan diatas 10 juta dengan presentase 21%.

4.2.1.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan

Tabel 4.5
Klasifikasi Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan

Pengeluaran Perbulan	Frekuensi	Persentase
Sama dengan sebelum Pandemi	50	50%
Lebih kecil saat Pandemi dibandingkan sebelum Pandemi	29	29%
Lebih besar saat Pandemi dibandingkan sebelum Pandemi	21	21%
Total	100	100%

Sumber : Data Responden

Berdasarkan tabel 4.5 diatas, dapat diketahui bahwa jumlah responden yang memiliki minat beli produk chiclin terdiri atas 50 orang yang memiliki pengeluaran perbulan sama dengan sebelum pandemi dengan persentase 50%, 29 orang memiliki pengeluaran perbulan lebih kecil saat pandemi dibandingkan sebelum pandemi dengan persentase 29%, dan 21 orang memiliki pengeluaran perbulan lebih besar saat pandemi dibanding sebelum pandemi.

4.2.2 Distribusi Jawaban Responden

Kategori dihitung berdasarkan nilai maksimal dan nilai minimal dibagi dengan jumlah kategori yang ada, yaitu : $(5-1) : 5 = 0.8$.

Tabel 4.6
Tabel Kriteria Kategori Nilai

Kriteria	Kategori
1.0-1.8	Sangat Rendah
1.9-2.7	Rendah
2.8-3.6	Cukup
3.7-4.5	Tinggi
4.6-5.0	Sangat Tinggi

Tabel 4.7
Distribusi Jawaban Variabel Gaya Hidup (X1)

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Keterangan
X1.Q1	100	2,00	5,00	3,5100	Cukup
X1.Q2	100	2,00	5,00	3,7600	Tinggi
X1.Q3	100	2,00	5,00	3,8800	Tinggi

Sumber : Hasil Output IBM SPSS 25

Tabel 4.8
Distribusi Jawaban Variabel Promosi (X2)

Descriptive Statistics					
	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Keterangan
X2.Q1	100	2,00	5,00	4,0400	Tinggi
X2.Q2	100	2,00	5,00	3,8200	Tinggi
X2.Q3	100	2,00	5,00	3,8900	Tinggi
X2.Q4	100	2,00	5,00	3,9000	Tinggi

Sumber : Hasil Output IBM SPSS 25

Tabel 4. 9
Distribusi Jawaban Variabel Citra Merk (X3)

Descriptive Statistics					
	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Keterangan
X3.Q1	100	2,00	5,00	3,8900	Tinggi
X3.Q2	100	2,00	5,00	3,7200	Tinggi
X3.Q3	100	2,00	5,00	3,9200	Tinggi
X3.Q4	100	2,00	5,00	4,0800	Tinggi

Sumber : Hasil Output IBM SPSS 25

Tabel 4.10
Distribusi Jawaban Variabel Minat Beli (Y)

	N	Descriptive Statistics		Mean	Keterangan
		Minimu m	Maximu m		
Y.Q1	100	2,00	5,00	3,9400	Tinggi
Y.Q2	100	1,00	5,00	3,7400	Tinggi
Y.Q3	100	2,00	5,00	3,8900	Tinggi
Y.Q4	100	2,00	5,00	3,9900	Tinggi

Sumber : Hasil Output IBM SPSS 25

4.3 Hasil Penelitian

4.3.1 Uji Kualitas Data

A. Uji Validitas

Pengujian validitas pada penelitian ini menggunakan 100 responden dan alat analisis data yang digunakan adalah SPSS versi 25 for Mac.

Untuk melakukan uji validitas pada penelitian ini adapun syarat yang harus dipenuhi yaitu :

- Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item kuesioner tersebut valid.
- Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item kuesioner tersebut dikatakan tidak valid.

Penentuan R_{tabel} :

n : 100 pada tingkat signifikansi 5%.

$(df) = n - 2 = 100 - 2 = 98$.

Jika dilihat pada R_{tabel} , untuk $df = 98$ adalah 0,1966.

Berikut adalah sajian data dari pengujian validitas pada penelitian ini.

1. Hasil Validitas pada Variabel Gaya Hidup (X1)

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup

Gaya Hidup (X1)			
Pertanyaan	Pearson Correlation	Rtabel	Keterangan
X1.1	0.680	0,1966	Valid
X1.2	0.838	0,1966	Valid
X1.3	0.778	0,1966	Valid

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa hasil dari uji validitas pada variabel Gaya hidup dinyatakan valid. Hal ini dibuktikan dengan jumlah r hitung pada masing-masing pertanyaan lebih besar dari r tabel (0.1966).

2. Hasil Validitas pada Variabel Promosi (X2)

Tabel 4.12
Hasil Uji Validitas Variabel Promosi

Gaya Promosi (X2)			
Pertanyaan	Pearson Correlation	Rtabel	Keterangan
X2.1	0.576	0,1966	Valid
X2.2	0.763	0,1966	Valid
X2.3	0.755	0,1966	Valid
X2.4	0.721	0,1966	Valid

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa hasil dari uji validitas pada variabel Promosi dinyatakan valid. Hal ini dibuktikan dengan jumlah r hitung pada masing-masing pertanyaan lebih besar dari r tabel (0.1966).

3. Hasil Validitas pada Variabel Citra Merk (X3)

Tabel 4.13
Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merk

Citra Merk (X3)			
Pertanyaan	Pearson Correlation	Rtabel	Keterangan
X3.1	0.721	0.1966	Valid
X3.2	0.816	0.1966	Valid
X3.3	0.657	0.1966	Valid
X3.4	0.659	0.1966	Valid

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa hasil dari uji validitas pada variabel Citra Merk dinyatakan valid. Hal ini dibuktikan dengan jumlah r hitung pada masing-masing pertanyaan lebih besar dari r tabel (0.1966).

4. Hasil Validitas pada Variabel Minat Beli (Y)

Tabel 4.14
Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli

Minat Beli (Y)			
Pertanyaan	Pearson Correlation	Rtabel	Keterangan
Y1	0.620	0.1966	Valid
Y2	0.795	0.1966	Valid
Y3	0.734	0.1966	Valid
Y4	0.701	0.1966	Valid

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa hasil dari uji validitas pada variabel Minat Beli dinyatakan valid. Hal ini dibuktikan dengan jumlah r hitung pada masing-masing pertanyaan lebih besar dari r tabel (0.1966).

B. Uji Reabilitas

Pengujian Reabilitas dilakukan untuk menguji sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Alat analisis data yang digunakan adalah SPSS versi 25 for Mac yang memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha (α).

Adapun syarat yang harus diterapkan pada pengujian ini yaitu :

- Hasil $\alpha > 0,60$ menyatakan hasil reliable atau konsisten.
- Hasil $\alpha < 0,60$ menyatakan hasil tidak reliable atau tidak konsisten.

Berikut adalah sajian data pengujian reabilitas pada penelitian ini.

Tabel 4.15
Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Hasil Cronbach alpha	Cronbach Alpha minimum	Keterangan
Gaya Hidup	0.649	0.6	Reliabel
Promosi	0.667	0.6	Reliabel
Citra Merk	0.681	0.6	Reliabel
Minat Beli	0.675	0.6	Reliabel

Sumber : Hasil Olah Peneliti (2021)

Berdasarkan tabel diatas, variabel gaya hidup memiliki hasil cronbach Alpha sebesar 0.649, untuk variabel promosi sebesar 0.667, untuk variabel citra merk sebesar 0.681, dan untuk variabel minat beli sebesar 0.675. Dalam pengujian Reabilitas sudah kita ketahui bahwa data dapat dikatakan reliable jika hasil cronbach alpa tiap variabel lebih dari 0.6, maka data dari penelitian ini sudah bisa dikatakan reliable.

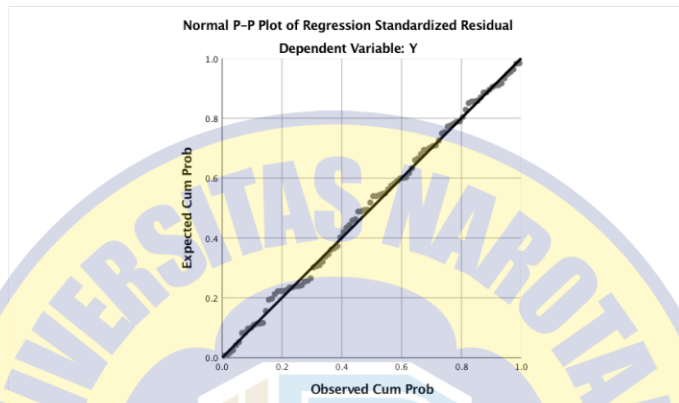
4.3.2 Uji Asumsi Klasik

A. Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan guna untuk menguji data apakah sudah terdistribusi normal atau tidak. Pada pengujian ini dilakukan dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari

distribusi normal. Pada pengujian ini, peneliti mengacu pada teknik P-Plot dan teknik Kolmogorov-Smirnov. Alat Pengujian menggunakan SPSS versi 25 for Mac.

Berikut ini adalah sajian data dari pengujian normalitas :



Gambar 4.1 Grafik Hasil Uji Normalitas P-Plot

Sumber : Hasil Olah Peneliti, Output SPSS 25 for Mac.

Berdasarkan Gambar grafik hasil uji normalitas P-Plot membuktikan bahwa data tersebut pada garis diagonal dan mengikuti pola, sehingga menyatakan bahwa data telah terdistribusi secara normal, maka variabel dependen minat beli (Y) memenuhi uji normalitas.

Tabel 4.16
 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
S Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1.94750433
m Most Extreme Differences	Absolute	,040
	Positive	,038
	Negative	-,040
r Test Statistic		,040
	Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200 ^{c,d}

Sumber : Hasil Olah Peneliti, Output SPSS 25 for Mac.

Berdasarkan hasil tabel diatas, dapat dilihat pada kolom Asymp. Sig. (2-Tailed) menyatakan bahwa hasil pengujian normalitas pada penelitian ini sebesar 0.200, yang berarti lebih besar dari nilai signifikansi 0.05. Berarti hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa data terdistribusi dengan normal.

B. Uji Multikolinearitas

Menurut (Ghozali, 2018) menjelaskan bahwa uji multikolinearitas mempunyai tujuan sebagai pengujian yang dilakukan untuk mencari tahu apakah pada suatu penelitian, variabel bebas yang ada, memiliki korelasi. Pada suatu model regresi dapat dikatakan baik apabila pada semua variabel bebasnya tidak memiliki hubungan korelasi. Untuk mengetahui ada atau tidak adanya gejala multikolinearitas, maka harus mengacu pada suatu nilai tolerance < 0.10 atau sama dengan nilai VIF >10. (Ghozali, 2018)

Berikut ini adalah sajian data dari pengujian multikolinearitas :

Tabel 4.17
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Gaya Hidup (X1)	0.917	1.091
Promosi (X2)	0.938	1.066
Citra Merk (X3)	0.946	1.057

a. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber : Hasil Olah Peneliti, Output SPSS 25 for Mac.

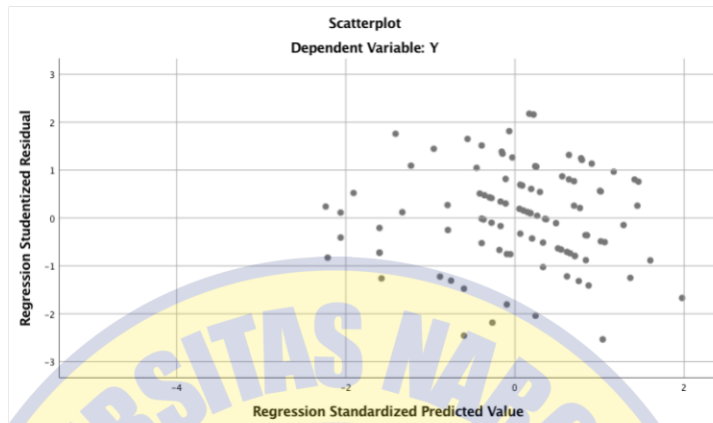
Berdasarkan hasil tabel diatas dapat dilihat variabel gaya hidup memiliki nilai tolerance 0.917 dan nilai VIF 1.091, variabel promosi memiliki tolerance 0.938 dan nilai VIF 1.066, variabel citra merk memiliki tolerance 0.946 dan nilai VIF 1.057. Dengan begitu variabel tersebut dapat digunakan pada penelitian karena sudah memuhi syarat nilai tolerance dan syarat nilai VIF. Dan model regresi tersebut tidak memiliki gejala multikolinearitas.

C. Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Ghozali, 2018), Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual satu pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas.

Pada pengujian heteroskedastisitas, peneliti mengacu pada 2 teknik olah data, yaitu secara grafik bernama scatterplot, dan secara statistic bernama Spearmon Rho.

Berikut ini adalah sajian data dari pengujian Heteroskedastisitas :



Gambar 4.2 Grafik Hasil Uji Normalitas P-Plot

Sumber : Hasil Olah Peneliti, Output SPSS 25 for Mac.

Berdasarkan gambar grafik diatas, dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola apapun. Pada sumbu Y, titik berada diatas dan bawah titik 0, sedangkan pada sumbu X, titik berada di kanan dan kiri titik 0.

Tabel 4.18
Uji Heteroskedastisitas metode Spearman Rho

Correlations		
Variabel	Sig.	Keterangan
(Constant)		
1 Gaya Hidup (X1)	0.900	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Promosi (X2)	0.735	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Citra Merk (X3)	0.855	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber : Hasil Olah Peneliti, Output SPSS 25 for Mac

Berdasarkan tabel diatas, dapat dibuktikan bahwa tidak ada variabel yang mengalami gejala heteroskedastisitas, karena tidak ada variabel yang memiliki nilai signifikansi dibawah 0.05. Berdasarkan kedua uji diatas, bisa disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

4.3.3 Uji Hipotesis

A. Uji T (Parsial)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui secara parsial tingkat signifikan pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen. Adapun syarat yang ditetapkan pada pengujian ini yaitu apabila jika probabilitas $H_a > 0,05$ maka dinyatakan tidak signifikan, dan jika probabilitas $H_a < 0,05$ maka dinyatakan signifikan.

Pada penelitian ini, T tabel yang telah ditetapkan adalah 0.1984 dengan signifikansi 0.05. Berikut adalah hasil olahan dari Uji T.

Tabel 4.19
Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	
	B	Std. Error				
1	(Constant)	2.979	1.907	1.562	0.121	
	Gaya Hidup (X1)	0.331	0.116	0.250	2.855	0.005
	Promosi (X2)	0.206	0.088	0.204	2.352	0.021
	Citra Merk (X3)	0.363	0.085	0.368	4.257	0.000

a. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber : Hasil Olah Peneliti, Output SPSS 25 for Mac

Berdasarkan tabel uji T diatas, dapat diketahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial sebagai berikut :

- Hasil uji t pada variabel gaya hidup (X1) menunjukkan nilai t hitung sebesar 2.855, yang mana itu lebih besar daripada nilai T tabel ($2.855 > 0.1984$) dan nilai signifikansi variabel gaya hidup (X1) memiliki nilai 0.005, yang mana itu lebih kecil dari 0.05 ($0.005 < 0.05$). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel gaya hidup (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel minat beli (Y).
- Hasil uji t pada variabel Promosi (X2) menunjukkan nilai t hitung sebesar 2.352, yang mana itu lebih besar daripada nilai T tabel ($2.352 > 0.1984$) dan nilai signifikansi variabel Promosi (X2) memiliki

nilai 0.021, yang mana itu lebih kecil dari 0.05 ($0.021 < 0.05$). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Promosi (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel minat beli (Y).

- Hasil uji t pada variabel Citra Merk (X3) menunjukkan nilai t hitung sebesar 4.257, yang mana itu lebih besar daripada nilai T tabel ($4.257 > 0.1984$) dan nilai signifikansi variabel gaya hidup (X1) memiliki nilai 0.000, yang mana itu lebih kecil dari 0.05 ($0.000 < 0.05$). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Citra Merk (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel minat beli (Y).

B. Uji F (Simultan)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh signifikansi secara simultan antara variabel bebas meliputi Gaya hidup (X1), Promosi (X2), dan Citra Merk (X3) dengan variabel terikat yaitu variabel Minat Beli (Y).

Berikut ini adalah hasil Uji F (Simultan) pada penelitian ini :

Tabel 4.20
Uji F (Simultan)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	179.155	3	59.718	15.268	,000 ^b
Residual	375.485	96	3.911		
Total	554.640	99			

a. Dependent Variable : Y

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

Sumber : Hasil Olah Peneliti, Output SPSS 25 for Mac.

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui uji f pada penelitian ini menghasilkan nilai f hitung sebesar 15.268 dengan nilai signifikan 0.000. Dengan data tersebut, maka hasil pengujian ini menyatakan bahwa variabel bebas secara simultan berpengaruh signifikan karena nilai F hitung lebih besar

daripada F tabel (15.268>2,7) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05 (0.000<0.05).

4.3.4 Regresi Linear Berganda

Pengujian Regresi Linear Berganda pada penelitian ini ditujukan sebagai pengukur sebagaimana hubungan antara variabel bebas meliputi variabel Gaya Hidup (X1), variabel Promosi (X2), dan variabel Citra Merk (X3) terhadap variabel terikat yaitu Minat Beli (Y). Alat analisis yang digunakan peneliti pada uji ini adalah SPSS versi 25.

Berikut ini adalah hasil analisis dari Regresi Linear Berganda :

Tabel 4.21
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.979	1.907		1.562	0.121
1 Gaya hidup(X1)	0.331	0.116	0.250	2.855	0.005
1 Promosi (X2)	0.206	0.088	0.204	2.352	0.021
1 Citra Merk(X3)	0.363	0.085	0.368	4.257	0.000

a. Dependent Variable : Y

Sumber : Hasil Olah Peneliti, Output SPSS 25 for Mac.

Berdasarkan hasil analisis diatas, dapat digariskan suatu persamaan sebagai berikut :

$$Y = 2.979 + 0.331X1 + 0.206X2 + 0.363X3 + e$$

Dari persamaan regresi linear berganda di atas dapat dijabarkan bahwa :

- Nilai koefisien regresi variabel gaya hidup(X1) terhadap minat beli (Y) sebesar 0.331. Apabila variabel gaya hidup ditingkatkan satu satuan, maka akan meningkatkan tingkat Minat Beli sebanyak 0.331.

- Nilai Koefisien Regresi variabel Promosi (X2) terhadap Minat Beli (Y) sebesar 0.206. Apabila variabel promosi ditingkatkan satu satuan, maka akan meningkatkan tingkat Minat Beli sebanyak 0.206.
- Nilai Koefisien Regresi variabel Citra Merk (X3) terhadap Minat Beli (Y) sebesar 0.363. Apabila variabel Citra Merk ditingkatkan satu satuan, maka akan meningkatkan tingkat Minat Beli sebanyak 0.363.

Berdasarkan hasil keputusan diatas, maka diketahui variabel yang paling dominan diantara variabel bebas terhadap variabel terikat pada penelitian ini adalah variabel Citra Merk (X3) dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.363. Sedangkan variabel yang tidak dominan pada penelitian ini adalah variabel Promosi (X2) dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.206.

4.3.5 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Alat analisis yang digunakan pada pengujian ini adalah SPSS versi 25 for mac.

Berikut ini adalah hasil uji Koefisien Determinasi pada penelitian ini :

Tabel 4.22
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,568 ^a	0.323	0.302	1.97770

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Promosi, Citra Merk

b. Dependent Variable : Minat Beli

Sumber : Hasil Olah Peneliti, Output SPSS 25 for Mac.

Berdasarkan hasil tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai *adjusted R square* pada penelitian ini adalah 0,302 atau bisa dikatakan 30,2%. Berarti semua variabel bebas (Gaya Hidup, Promosi, dan Citra Merk) pada penelitian dapat mempengaruhi variabel terikat (Minat Beli) sebesar 30,2%. Sedangkan 69,8% sisanya dipengaruhi oleh variabel selain yang ada pada penelitian ini.

4.4 Analisis dan Pembahasan Hasil Penelitian

- Pengaruh gaya hidup terhadap minat beli pada toko Chiclin Surabaya.

Hasil pada penelitian ini membuktikan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada toko chiclin Surabaya, hasil tersebut sama dengan hasil yang dibuktikan pada penelitian oleh (Iqbal Tawakal & Stefanus Kaihatu, n.d.), yang membuktikan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

- Pengaruh promosi terhadap minat beli pada toko Chiclin Surabaya.

Hasil pada penelitian ini membuktikan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada toko chiclin Surabaya, hasil tersebut sama dengan hasil yang buktikan pada penelitian oleh (Latief, 2018), yang mana membuktikan bahwa variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

- Pengaruh citra merk terhadap minat beli pada toko Chiclin Surabaya.

Hasil pada penelitian ini membuktikan bahwa variabel citra merk berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada toko chiclin Surabaya, hal tersebut sama dengan hasil yang dibuktikan oleh penelitian oleh (Rusmiati et al., 2020), yang mana membuktikan bahwa variabel citra merk berpengaruh signifikan terhadap minat beli.

- Pada penelitian ini, variabel independen yang paling dominan terhadap variabel dependen adalah variabel Citra Merk (X3) dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.363. Sedangkan variabel yang tidak dominan pada penelitian ini adalah variabel Promosi (X2) dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.2