

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

Fast food Kenkaraage merupakan salah satu bisnis kuliner yang bergerak di bidang Online Food yang menyediakan makanan cepat saji bertemakan bento makanan bekal berupa nasi dan lauk pauk dalam kemasan praktis yang bisa dibawa-bawa dan dimakan kapanpun dan dimanapun.

Bisnis ini adalah bisnis baru yang berada di Depok, dan sangat cepat memiliki pelanggan. hanya butuh waktu 1 minggu saja untuk bisnis ini bisa di terima di masyarakat. Operasi bisnis pertamanya pada bulan september 2020 di Jalan Rawa Pule 5 No 95 RT.003 RW 02Kukusan Kecamatan Beji Kota Depok.

4.2 Deskripsi Data Hasil Penelitian

4.2.1 Profil Responden

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen resto fast food kenkaraage kota Depok, karakteristik meliputi jenis kelamin, usia dan pekerjaan. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 100 responden. Adapun klasifikasi demografis responden pada penelitian ini dijabarkan sebagai berikut :

4.2.1.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki Laki	42	42,0
Perempuan	58	58,0
Total	100	100,0

Sumber : Hasil Output SPSS 25

Dilihat dari tabel 4.1 dapat diketahui jumlah responden yang membeli dan mengonsumsi fast food Kenkaraage terdiri atas 58 Perempuan dengan persentase 58,0% dan 42 Laki-Laki dengan persentase 42,0%

4.2.1.1 Profil Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2
Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase	
20 - 30 Tahun	67	67,0	Sumber : Hasil Output SPSS 25 Dilihat
31 - 40 Tahun	15	15,0	
Diatas 40 Tahun	1	1,0	
Kurang dari 20	17	17,0	
Total	100	100,0	

dari tabel 4.2 dapat diketahui jumlah responden yang membeli dan mengonsumsi fast food Kenkaraage terdiri atas 67 orang yang berusia 20-30 tahun dengan persentase 67,0% ,15 orang yang berusia 31-40 tahun dengan persentase 15,0%, 1 orang yang berusia diatas 40 tahun dengan persentase 1,0% dan 17 orang yang berusia kurang 20 tahun dengan persentase 17,0

4.2.1.2 Profil Responden Berdasarkan Profesi

Tabel 4.3
Klasifikasi Responden Berdasarkan Profesi

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Lain – Lain	8	8,0
Pegawai negeri	9	9,0
Pegawai swasta	28	28,0
Pelajar/Mahasiswa	55	55,0
Total	100	100,0

Sumber : Hasil Output SPSS 25

Dilihat dari tabel 4.3 dapat diketahui jumlah responden yang membeli dan mengonsumsi fast food Kenkaraage terdiri atas 55 orang yang berstatus sebagai pelajar/mahasiswa dengan persentase 55,0%,28 orang yang berstatus sebagai pegawai swasta dengan persentase 28,0% 9 orang yang berstatus sebagai pegawai negeri dengan persentase 9,0%, dan 8 orang yang memiliki status profesi lainnya dengan persentase 8,0%

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 4.4

Tabel Kriteria Kategori Nilai

Kriteria	Kategori
1.0-1.8	Sangat Tidak Setuju
1.9-2.7	Tidak Setuju
2.8-3.6	Cukup Setuju
3.7-4.5	Setuju
4.6-5.0	Sangat Setuju

Tabel 4.5

Distribusi Jawaban Variabel Harga (X1)

Descriptive Statistics					
	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Keterangan
X1.Q1	100	2,00	5,00	3,8800	Setuju
X1.Q2	100	2,00	5,00	3,7400	Setuju
X1.Q3	100	2,00	5,00	3,9000	Setuju
X1.Q4	100	3,00	5,00	3,9600	Setuju

Sumber : Hasil Output IBM SPSS 25

Tabel 4.6

Distribusi Jawaban Variabel Kualitas Produk (X2)

Descriptive Statistics					
	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Keterangan
X2.Q1	100	3,00	5,00	3,9700	Setuju
X2.Q2	100	3,00	5,00	3,8000	Setuju
X2.Q3	100	3,00	5,00	3,8000	Setuju

Sumber : Hasil Output IBM SPSS 25

Tabel 4.7

Distribusi Jawaban Variabel Promosi (X3)

Descriptive Statistics					
	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Keterangan
X3.Q1	100	3,00	5,00	3,9500	Setuju
X3.Q2	100	2,00	5,00	3,8000	Setuju
X3.Q3	100	2,00	5,00	3,8200	Setuju
X3.Q4	100	2,00	5,00	3,7800	Setuju

Sumber : Hasil Output IBM SPSS 25

Tabel 4.8

Distribusi Jawaban Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Descriptive Statistics					
	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Keterangan
Y.Q1	100	3,00	5,00	3,8900	Setuju
Y.Q2	100	2,00	5,00	3,5800	Setuju
Y.Q3	100	2,00	5,00	4,1600	Sangat Setuju
Y.Q4	100	2,00	5,00	4,0100	Sangat Setuju

Sumber : Hasil Output IBM SPSS 25

4.3 Hasil Penelitian (Perhitungan dan Pengolahan Data)

4.3.1 Uji Kualitas Data

4.3.1.1 Uji Validitas

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan keahlian suatu instrumen. Interpretasi terhadap koefisien korelasi untuk menyatakan validitas item pertanyaan, jika koefisien merujuk pada angka minimal 0,3. Semakin tinggi nilai koefisien korelasi maka item pertanyaan semakin valid (Sukmadinata, 2010) Dari data kuesioner yang telah dikumpulkan berikut ini adalah hasil pengujian validitas data dengan menggunakan program SPSS :

Tabel 4.9
Tabel Uji Validitas

Harga (X1)			
Pertanyaan	Pearson Correlation	Rtabel	Keterangan
X1.Q1	0,822	0,361	Valid
X1.Q2	0,710	0,361	Valid
X1.Q3	0,853	0,361	Valid
X1.Q4	0,750	0,361	Valid

Kualitas produk (X2)			
Pertanyaan	Pearson Correlation	Rtabel	Keterangan
X2.Q1	0,901	0,361	Valid
X2.Q2	0,799	0,361	Valid
X2.Q3	0,787	0,361	Valid

Promosi (X3)			
Pertanyaan	Pearson Correlation	Rtabel	Keterangan
X3.Q1	0,463	0,361	Valid
X3.Q2	0,477	0,361	Valid
X3.Q3	0,409	0,361	Valid
X3.Q4	0,671	0,361	Valid

Keputusan Pembelian (Y)			
Pertanyaan	Pearson Correlation	rtabel	Keterangan
Y.Q1	0,681	0,361	Valid
Y.Q2	0,828	0,361	Valid
Y.Q3	0,731	0,361	Valid
Y.Q4	0,746	0,361	Valid

Sumber : Hasil Output IBM SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.9 di atas, menyebutkan bahwa data yang didapat dari penyebaran kuesioner oleh peneliti dinyatakan valid. Hal ini dibuktikan dengan jumlah r hitung pada masing-masing variabel lebih besar dari r tabel 0,361.

4.3.1.2 Uji Realibilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2013). Reliabilitas diukur dengan bantuan program SPSS 25 for windows yang memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistic Cronbach

Alpha (α). Menurut Nunally (1994) dalam (Ghozali, 2013) suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,60

Tabel 5.0
Tabel Uji Realibilitas

Variabel	Alpha	Keterangan
Harga (X1)	0,785	Realibel
Kualitas Produk (X2)	0,773	Realibel
Promosi (X3)	0,772	Realibel
Keputusan Pembelian (Y)	0,733	Realibel

Sumber : Hasil Output IBM SPSS 25

Berdasarkan data yang ditampilkan tabel 5.0, nilai Cronbach's alpha untuk variabel Harga adalah 0,785 Kualitas Produk 0,773, Promosi 0,772, dan Keputusan Pembelian 0,733. Dari hasil tersebut seluruh variabel memiliki hasil di atas 0,60 hal ini menunjukkan bahwa setiap pertanyaan mampu memperoleh data yang konsisten dan reliabel

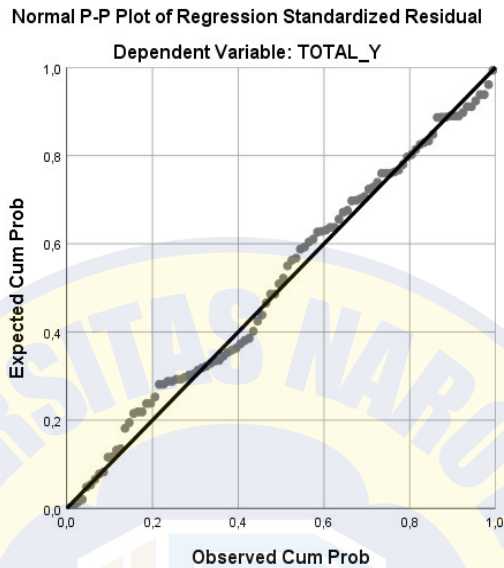
4.3.2 Uji Asumsi Klasik

4.3.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya (Ghozali, 2013)

berikut ini adalah hasil pengujian normalitas data dengan menggunakan program SPSS:

Gambar 4.1 Grafik hasil uji normalitas P-P Plot



umber : Hasil Output IBM SPSS 25

Dari gambar di atas hasil dari grafik P-Plot menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis histogram menuju pola distribusi normal maka variabel dependent mina t (Y) memenuhi uji normalitas.

S

PRO PATRIA

Tabel 5.1

Hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov Dengan Pendekatan Exact

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,56222150
Most Extreme Differences	Absolute	,068
	Positive	,046
	Negative	-,068
Test Statistic		,068
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,200 ^{c,d}

hasil data dari tabel di atas menunjukkan bahwa pada kolom kolmogorov smirnov dapat diketahui, nilai signifikansinya adalah 0,2 yang berarti lebih besar dari 0,05 dan menunjukkan bahwa data terdistribusi dengan normal

4.3.2.2 Uji Multikolenioritas

Menurut (Ghozali, 2013) uji multikolenioritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Dalam penelitian ini, hasil pengujian multikolenioritas diukur dengan data statistik yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 5.2
Hasil Uji Multikoleniorita

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Harga(X1)	0,518	1,931
	Kualitas	0,587	1,704
	Produk(X2)		
	Promosi(X3)	0,793	1,261

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Berdasarkan tabel di atas, menyebutkan bahwa data yang didapat dari penyebaran kuesioner oleh peneliti dari hasil ini, bisa disimpulkan bahwa, tidak ada korelasi antara variabel independen. Hal ini dibuktikan dengan nilai tolerance seluruh variabel tidak ada yang bernilai dibawah 0,1 dan nilai VIF variabel bebas tidak ada yang bernilai diatas

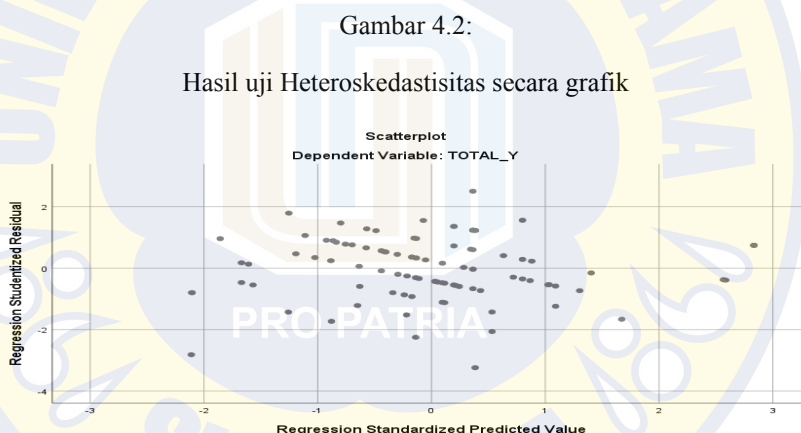
10, ini berarti model regresi ini tidak memiliki gejala multikolinieritas dan dapat digunakan dalam penelitian

4.3.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2013)

Model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak memiliki heteroskedastisitas atau bisa disebut juga homoskedastisitas.

Berdasarkan data kuesioner yang telah dikumpulkan, berikut ini adalah hasil pengujian heteroskedastisitas data dengan uji heteroskedastisitas secara grafik dan secara statistik. Adapun hasil uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini antara lain :



Dari gambar di atas, dapat dilihat bahwa titik-titik data tidak membentuk pola tertentu dan data menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Maka dari itu dapat disimpulkan tidak terjadi gangguan asumsi heteroskedastisitas artinya model regresi ini sudah baik.

Selain itu, hasil uji heteroskedastisitas secara statistik dengan menggunakan metode Glejser adalah sebagai berikut :

Tabel 5.3
Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser

Coefficients ^a		
Variabel	Sig.	Keterangan

1	(Constant)	0,070	
	Harga (X1)	0,053	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
	Kualitas Produk (X2)	0,147	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
	Promosi (X3)	0,995	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber : Hasil Output IBM SPSS 25

Dapat dilihat dari tabel uji Heteroskedastisitas secara statistik dimana tidak ada variabel yang memiliki heteroskedastisitas, terbukti dengan tidak adanya variabel yang memiliki nilai signifikansi dibawah 0,05.

4.3.3 Uji Hipotesis

4.3.3.1 Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil uji pengaruh variabel Harga (X1) , Kualitas produk (X2) dan Promosi (X3) secara parsial terhadap keputusan Pembelian(Y) Di Resto past food kenkaraage kota depok.

Tabel 5.4 Hasil uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,760	1,550		3,071	0,003
	Harga (X1)	0,192	0,102	0,215	1,882	0,063
	Kualitas Produk(X2)	0,307	0,141	0,234	2,180	0,032
	Promosi(X3)	0,284	0,091	0,289	3,123	0,002

a. Dependent Variable Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Output IBM SPSS 25

Berdasarkan hasil uji t pada tabel diatas, maka dapat diketahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Sebagai berikut :

- A. Hasil uji untuk variabel Harga(X1) memiliki nilai t hitung sebesar 1,882 yang lebih kecil dari nilai t tabel dengan nilai 1,984 dan nilai signifikansi 0,063 yang lebih besar dari 0,05. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Harga(X1) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y). Artinya H1 ditolak. Hal ini sesuai dengan penelitian yang di lakukan oleh Agus Dwi Cahya, Riszy Andrian, Renita Carla Ramadhani yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus Roti bakar 97)

- B. Hasil uji untuk variabel Kualitas Produk (X2) memiliki nilai t hitung sebesar 2,180 yang lebih besar dari nilai t tabel 1,984 dan nilai signifikansi 0,032 yang lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk (X2) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) artinya H2 diterima
- C. Hasil uji untuk variabel Promosi (X3) memiliki nilai t hitung sebesar 3,123 yang lebih besar dari nilai t tabel 1,984 dan nilai signifikansi 0,002 yang lebih kecil dari 0,05, Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Promosi (X3) berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) artinya H3 diterima.

4.3.3.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (Uji F) dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel – variabel independen (harga, kualitas produk dan promosi) secara simultan atau bersama – sama terhadap variabel dependen (keputusan adapun hasil uji simultan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 5.5
Hasil Uji Simultan (uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	129,427	3	43,142	17,142	,000 ^b
	Residual	241,613	96	2,517		
	Total	371,040	99			

Sumber : Hasil Output IBM SPSS 25

Berdasarkan tabel perhitungan uji F di atas diketahui nilai f hitung sebesar 17,142 yang lebih besar dari nilai f tabel 2,70 dan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Harga, Kualitas Produk dan Promosi secara simultan berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian.

4.3.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut (Sunyoto, 2014), Analisis regresi berganda adalah suatu analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel bebas (X1,2,3.....n) terhadap variabel terikat (Y).

Model regresi linier berganda dalam penelitian ini digunakan untuk menyatakan hubungan kuesioner antar variabel bebas dan variabel terikat tentang harga(X1), kualitas produk(X2) dan Promosi(X3) terhadap keputusan pembelian (Y) analisis regresi berganda dilakukan dengan menggunakan program SPSS sebagai berikut:

Tabel 5.6
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,760	1,550		3,071	0,003
	Harga(X1)	0,192	0,102	0,215	1,882	0,063
	Kualitas Produk(X2)	0,307	0,141	0,234	2,180	0,032
	Promosi(X3)	0,284	0,091	0,289	3,123	0,002

a. Dependent Variable Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Output IBM SPSS 25

Berdasarkan tabel di atas di dapatlah persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 4,760 + 0,192X_1 + 0,307 X_2 + 0,284 X_3 + e$$

Maka dapat diketahui bahwa:

1. Nilai koefisien regresi variabel Harga sebesar 0,192 artinya jika variabel Gaya Hidup ditingkatkan satu satuan maka akan menaikkan Keputusan Pembelian sebesar 0,192, dengan asumsi variabel lainnya dianggap konstan.
2. Nilai koefisien regresi variabel Kualitas Produk sebesar 0,307 artinya jika variabel Citra Merek ditingkatkan satu satuan, maka akan menaikkan Keputusan Pembelian sebesar 0,307, dengan asumsi variabel lainnya dianggap konstan.
3. Nilai koefisien regresi variabel promosi sebesar 0,284 artinya jika variabel Citra Merek ditingkatkan satu satuan, maka akan menaikkan Keputusan Pembelian sebesar 0,284, dengan asumsi variabel lainnya dianggap konstan.

Dari hasil analisa data diatas maka dapat diketahui bahwa variabel Promosi adalah variabel yang paling dominan di antara variabel bebas yang lain dengan nilai f hitung paling besar yaitu 3,123 sedangkan variabel Harga merupakan yang paling tidak dominan dengan nilai f hitung sebesar 1,882

4.3.3.4 Uji Keofisien Determinasi (R²)

Uji determinasi bertujuan untuk melihat sejauh mana variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat, dengan melihat nilai dari Adjusted R Square. Dalam

penelitian ini variabel bebas yang diuji Harga, Kualitas Produk, dan Promosi dan variabel terikatnya adalah Keputusan Pembelian.

Tabel 5.7

Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,591 ^a	0,349	0,328	1,58644

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk, Promosi
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Output IBM SPSS 25

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square pada penelitian ini adalah 0,328 atau 32.8%, yang dapat diartikan bahwa tingkat variabel keputusan pembelian (variabel terikat) yang mampu dijelaskan oleh variabel bebas (harga, kualitas produk dan promosi) sebesar 32.8%, sedangkan sisanya 67,2% dipengaruhi oleh variabel di luar penelitian ini.