

Bab 5

Analisis

5.1. Mengidentifikasi Pengaruh Variabel Nilai Emosional, Nilai Sosial, Nilai Kualitas, Nilai Fungsional Terhadap Keputusan Pembelian

Untuk mengidentifikasi pengaruh variabel independen seperti nilai emosional, sosial, kualitas, dan fungsional pada variabel dependen, yang merupakan keputusan pembelian, sejumlah langkah perlu dilakukan. Proses ini mencakup uji validitas serta reliabilitas, serta uji asumsi klasik seperti uji normalitas dan uji multikolinieritas. Selanjutnya, dilakukan uji regresi linear berganda yang melibatkan persamaan regresi linear berganda, koefisien determinasi, dan uji t. Tujuan analisis ini ialah untuk mengetahui pengaruh parsial masing-masing faktor independen pada faktor dependen, yaitu keputusan pembelian.

5.1.1. Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Temuan pengujian validitas pada kelima variabel melibatkan empat variabel independen, yakni nilai emosional, sosial, kualitas, dan fungsional, serta satu variabel dependen yang merupakan keputusan pembelian. Setelah dilakukan pengujian variabel nilai emosional yang memiliki 4 pernyataan, variabel nilai sosial yang memiliki 3 pernyataan, variabel nilai kualitas yang memiliki 2 pernyataan, variabel nilai fungsional yang memiliki 6 pernyataan, serta variabel keputusan pembelian yang memiliki 5 pernyataan. Dari hasil pengujian validitas nilai r hitung yang didapatkan dari temuan perhitungan dengan nilai r tabel rho table Spereman dengan informasi yang diperoleh dengan menggunakan SPSS 26.0. Hasil pengujian didapatkan bahwa dari semua variabel menunjukkan hasil akhir yaitu semua pernyataan dikatakan valid dan mendapatkan nilai r hitung berada pada kondisi lebih besar dari nilai r tabel yang mana r tabel didapatkan dari tabel rho spereman yang memiliki nilai sebesar 0.279.

Setelah melaksanakan uji reliabilitas pada lima variabel, termasuk nilai emosional, sosial, kualitas, dan fungsional, dan keputusan pembelian, hasil menunjukkan

semua variabel mempunyai nilai Cronbach's Alpha $\geq 0,6$. Jadi, bisa disimpulkan semua variabel tersebut mempunyai tingkat reliabilitas yang memadai. Ini berarti bahwa alat ukur dapat diandalkan untuk mengulangi penelitian pada waktu dan tempat yang berbeda, dan diyakini akan menghasilkan hasil yang serupa.

5.1.2. Pengujian Normalitas dan Multikolinearitas

Tingkat signifikansi Kolmogorov-Smirnov untuk residu yang dihitung adalah $0,200 > 0,05$. Hasilnya, menerima H_0 dan menolak H_1 , masing-masing hipotesis alternatif dan hipotesis nol. Ini menunjukkan seluruh data variabel berasal dari populasi normal. Bagan Normal Q-Q Plot juga dapat digunakan untuk menguji kenormalan, dari hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh variabel sama-sama memiliki titik data yang tersebar, semua data berasal dari populasi yang memiliki distribusi normal jika terletak pada diagonal atau memiliki kecenderungan mendekati diagonal.

Selanjutnya, dalam pengujian multikolinearitas, hasil tersebut, nilai toleransi keseluruhan $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 . Oleh karena itu, hal ini menunjukkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar faktor independen. Maka menerima H_0 dan menolak H_1 , sehingga disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas.

5.1.3. Persamaan Regresi

Maka formulasi regresi secara utuh sebagai berikut:

Keputusan pembelian = $0.002 + 0.196$ Nilai Emosional + 0.047 Nilai Sosial + 0.119 Nilai Kualitas + 0.499 Nilai Fungsional + 0.677 .

Dari persamaan di atas adapun interpretasinya adalah sebagai berikut:

- a. Nilai koefisien konstanta sebesar 0.002 menunjukkan bahwa jika variabel independen seperti nilai emosional, sosial, kualitas, dan fungsional memiliki angka nol, dan jika perusahaan tidak memperhitungkan aspek-aspek ini dalam keputusan pembelian karena dianggap 0 atau tidak ada, maka nilai keputusan pembelian sebesar 0.002 . Ini mengindikasikan bahwa variabel keputusan

pembelian dianggap memiliki nilai rata-rata sekitar 0.002 untuk indikator seperti pilihan produk, perilaku pelanggan, pilihan merek, waktu pembelian, dan jumlah pembelian.

- b. Nilai koefisiensi regresi variabel nilai emosional sebesar 0.196, menunjukkan bahwa jika nilai variabel lain konstan dan variabel nilai emosional jika terjadi peningkatan, maka faktor keputusan pembelian terjadi peningkatan sebesar 0.196, begitu pula sebaliknya.
- c. Nilai koefisiensi regresi variabel nilai sosial sebesar 0.047, menunjukkan bahwa jika nilai variabel lain konstan dan variabel nilai sosial jika terjadi peningkatan, maka faktor keputusan pembelian mengalami peningkatan sebesar 0.047, begitu pula sebaliknya.
- d. Nilai koefisiensi regresi variabel nilai kualitas sebesar 0.119, menunjukkan bahwa jika nilai variabel lain konstan dan variabel nilai kualitas jika terjadi peningkatan, maka faktor keputusan pembelian terjadi peningkatan sebesar 0.119, begitu pula sebaliknya.
- e. Nilai koefisiensi regresi variabel nilai fungsional sebesar 0.499, menunjukkan bahwa jika nilai variabel lain konstan dan variabel nilai fungsional jika terjadi peningkatan, maka faktor keputusan pembelian terjadi peningkatan sebesar 0.499, begitu pula sebaliknya.

5.1.4. Pengujian Koefisien Determinasi

Dari temuan perhitungan koefisien determinasi, ditemukan nilai R Square sebesar 0.542 atau 54.2%. Koefisien ini mengindikasikan bahwa sekitar 54.2% variabel keputusan pembelian didorong oleh variabel-variabel independen. Sisanya, yaitu sekitar 45.8%, didorong dengan cara yang berada di luar cakupan penelitian ini. Khususnya, menilai koefisien determinasi ini tidak memiliki hubungan dengan pengujian parsial atau simultan, karena penelitian ini memakai metode regresi linear berganda dan hanya menghitung nilai parsial.

5.2. Mengidentifikasi Pengaruh Parsial Variabel Nilai Emosional, Nilai Sosial, Nilai Kualitas, Nilai Fungsional Terhadap Keputusan Pembelian

5.2.1. Variabel Nilai Emosional (X1) Pada Keputusan Pembelian (Y)

Dalam penelitian ini, dipakai tingkat kepercayaan sebesar 95% dan tingkat ketelitian sebesar 5%. Pada kondisi pengukuran pengaruh nilai emosional pada keputusan pembelian menggunakan uji hipotesis dimana pengujian dilakukan untuk menduga pernyataan secara teoritik bahwa menurut Tjiptono ada empat hal yang mempengaruhi faktor yang menjadi penentu keputusan pembelian, pengujian dilakukan untuk menguji apakah sebuah kondisi pernyataan itu benar atau salah dan pengujian yang dilakukan terdapat pada kalimat yang ada pada kalimat H1, maka pengujian hipotesis yang diuji apakah ada pengaruh nilai emosional pada keputusan pembelian. Oleh karena itu, pengujian hipotesis adalah untuk menguji pernyataan tersebut dimana H1: ada pengaruh nilai emosional secara signifikan pada keputusan pembelian. Setelah di uji dengan uji t pada dua sisi didapat nilai t hitung sebesar 1.911 dan t tabel pada tingkat ketelitian 5% menjadi 2.5% karena pengujian yang dilakukan dua sisi, serta derajat kebebasan (df) atau *degrees of freedom*, menentukan *degrees of freedom* (df) dilakukan dengan cara $n = \text{jumlah responden} = 50$, $k = \text{banyaknya variabel bebas} = 4$, maka didapatkan nilai t tabel $df = n - 1 - k = 50 - 1 - 4 = 45$, jika dilihat pada tabel t didapatkan nilai sebesar 2.01410 atau jika dibulatkan kedalam tiga angka dibelakang koma menjadi 2.014. Maka setelah ditempatkan posisi t hitung di bandingkan dengan - t tabel dan + t tabel yang memiliki batasan nilai - t tabel = - 2.014 dan + t tabel = + 2.014, nilai t hitung berada pada posisi di antara batasan - t tabel dan + t tabel. Dan dari hasil pengujian t didapatkan nilai signifikansi t sebesar 0.062 dan jika dibandingkan dengan nilai signifikansi α yaitu sebesar 5% atau 0.05, maka nilai signifikansi t berada pada posisi lebih besar dari nilai signifikansi α atau $0.062 > \alpha = 0.05$. Artinya bahwa kondisi tersebut menunjukkan penerimaan H0 atau penolakan H1. Maka dari itu, Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel nilai emosional (X1) dan keputusan pembelian (Y).

5.2.2. Variabel Nilai Sosial (X2) Pada Keputusan Pembelian (Y)

Dalam penelitian ini, dipakai tingkat kepercayaan sebesar 95% dan tingkat ketelitian sebesar 5%. Pada kondisi pengukuran pengaruh nilai sosial pada keputusan pembelian menggunakan uji hipotesis dimana pengujian dilakukan untuk menduga pernyataan secara teoritik bahwa menurut Tjiptono ada empat hal yang mempengaruhi faktor yang menjadi penentu keputusan pembelian, pengujian dilakukan untuk menguji apakah sebuah kondisi pernyataan itu benar atau salah dan pengujian yang dilakukan terdapat pada kalimat yang ada pada kalimat H1, maka pengujian hipotesis yang diuji apakah ada pengaruh nilai sosial pada keputusan pembelian. Oleh karena itu, pengujian hipotesis adalah untuk menguji pernyataan tersebut dimana H1: ada pengaruh nilai sosial secara signifikan pada keputusan pembelian. Setelah di uji dengan uji t pada dua sisi didapat nilai t hitung sebesar 0.526 dan t tabel pada tingkat ketelitian 5% menjadi 2.5% karena pengujian yang dilakukan dua sisi, serta derajat kebebasan (df) atau *degrees of freedom*, menentukan *degrees of freedom* (df) dilakukan dengan cara $n = \text{jumlah responden} = 50$, $k = \text{banyaknya variabel bebas} = 4$., maka didapatkan nilai t tabel $df = n - 1 - k = 50 - 1 - 4 = 45$, jika dilihat pada tabel t didapatkan nilai sebesar 2.01410 atau jika dibulatkan kedalam tiga angka dibelakang koma menjadi 2.014. Maka setelah ditempatkan posisi t hitung di bandingkan dengan - t tabel dan + t tabel yang memiliki batasan nilai - t tabel = - 2.014 dan + t tabel = + 2.014, nilai t hitung berada pada posisi di antara batasan - t tabel dan + t tabel. Dan dari hasil pengujian t didapatkan nilai signifikansi t sebesar 0.601 dan jika dibandingkan dengan nilai signifikansi α yaitu sebesar 5% atau 0.05, maka nilai signifikansi t berada pada posisi lebih besar dari nilai signifikansi α atau $0.601 > \alpha = 0.05$. Artinya bahwa kondisi tersebut menunjukkan penerimaan H0 atau penolakan H1. Maka dari itu, tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel nilai sosial (X2) dan keputusan pembelian (Y).

5.2.3. Variabel Nilai Kualitas (X3) Pada Keputusan Pembelian (Y)

Dalam penelitian ini, dipakai tingkat kepercayaan sebesar 95% dan tingkat ketelitian sebesar 5%. Pada kondisi pengukuran pengaruh nilai kualitas pada

keputusan pembelian menggunakan uji hipotesis dimana pengujian dilakukan untuk menduga pernyataan secara teoritik bahwa menurut Tjiptono ada empat hal yang mempengaruhi faktor yang menjadi penentu keputusan pembelian, pengujian dilakukan untuk menguji apakah sebuah kondisi pernyataan itu benar atau salah dan pengujian yang dilakukan terdapat pada kalimat yang ada pada kalimat H1, maka pengujian hipotesis yang diuji apakah ada pengaruh nilai kualitas pada keputusan pembelian. Oleh karena itu, pengujian hipotesis adalah untuk menguji pernyataan tersebut dimana H1: ada pengaruh nilai kualitas secara signifikan pada keputusan pembelian. Setelah di uji dengan uji t pada dua sisi didapat nilai t hitung sebesar 1.386 dan t tabel pada tingkat ketelitian 5% menjadi 2.5% karena pengujian yang dilakukan dua sisi, serta derajat kebebasan (df) atau *degrees of freedom*, menentukan *degrees of freedom* (df) dilakukan dengan cara $n = \text{jumlah responden} = 50$, $k = \text{banyaknya variabel bebas} = 4$, maka didapatkan nilai t tabel $df = n - 1 - k = 50 - 1 - 4 = 45$, jika dilihat pada tabel t didapatkan nilai sebesar 2.01410 atau jika dibulatkan kedalam tiga angka dibelakang koma menjadi 2.014. Maka setelah ditempatkan posisi t hitung di bandingkan dengan - t tabel dan + t tabel yang memiliki batasan nilai - t tabel = - 2.014 dan + t tabel = + 2.014, nilai t hitung berada pada posisi di antara batasan - t tabel dan + t tabel. Dan dari hasil pengujian t didapatkan nilai signifikansi t sebesar 0.173 dan jika dibandingkan dengan nilai signifikansi α yaitu sebesar 5% atau 0.05, maka nilai signifikansi t berada pada posisi lebih besar dari nilai signifikansi α atau $0.173 > \alpha = 0.05$. Artinya bahwa kondisi tersebut menunjukkan penerimaan H0 atau penolakan H1. Maka dari itu, tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel nilai kualitas (X3) dan keputusan pembelian (Y).

5.2.4. Variabel Nilai Fungsional (X4) Pada Keputusan Pembelian (Y)

Dalam penelitian ini, dipakai tingkat kepercayaan sebesar 95% dan tingkat ketelitian sebesar 5%. Pada kondisi pengukuran pengaruh nilai fungsional pada keputusan pembelian menggunakan uji hipotesis dimana pengujian dilakukan untuk menduga pernyataan secara teoritik bahwa menurut Tjiptono ada empat hal yang mempengaruhi faktor yang menjadi penentu keputusan pembelian, pengujian

dilakukan untuk menguji apakah sebuah kondisi pernyataan itu benar atau salah dan pengujian yang dilakukan terdapat pada kalimat yang ada pada kalimat H1, maka pengujian hipotesis yang diuji apakah ada pengaruh nilai fungsional pada keputusan pembelian. Oleh karena itu, pengujian hipotesis adalah untuk menguji pernyataan tersebut dimana H1: ada pengaruh nilai fungsional secara signifikan pada keputusan pembelian. Setelah di uji dengan uji t pada dua sisi didapat nilai t hitung sebesar 4.954 dan t tabel pada tingkat ketelitian 5% menjadi 2.5% karena pengujian yang dilakukan dua sisi, serta derajat kebebasan (df) atau *degrees of freedom*, menentukan *degrees of freedom* (df) dilakukan dengan cara $n = \text{jumlah responden} = 50$, $k = \text{banyaknya variabel bebas} = 4$, maka didapatkan nilai t tabel $df = n - 1 - k = 50 - 1 - 4 = 45$, jika dilihat pada tabel t didapatkan nilai sebesar 2.01410 atau jika dibulatkan kedalam tiga angka dibelakang koma menjadi 2.014. Maka setelah ditempatkan posisi t hitung di bandingkan dengan - t tabel dan + t tabel yang memiliki batasan nilai - t tabel = - 2.014 dan + t tabel = + 2.014, nilai t hitung berada pada posisi lebih besar dari batasan - t tabel dan + t tabel. Dan dari hasil pengujian t didapatkan nilai signifikansi t sebesar 0.000 dan jika dibandingkan dengan nilai signifikansi α yaitu sebesar 5% atau 0.05, maka nilai signifikansi t berada pada posisi lebih kecil dari nilai signifikansi α atau $0.000 < \alpha = 0.05$. Artinya bahwa kondisi tersebut menunjukkan penolakan H0 atau penerimaan H1. Maka dari itu, terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel nilai fungsional (X4) dan keputusan pembelian (Y).

5.3. Usulan Prioritas Pengaruh Penentu Keputusan Pembelian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, menurut Tjiptono ada empat faktor yang memiliki pengaruh pada keputusan pembelian, yaitu nilai emosional, sosial, kualitas, dan fungsional. Dan dari ke empat faktor tersebut setelah dilakukan penelitian didapatkan ketiga faktor bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan pada keputusan pembelian, ketiga faktor tersebut yaitu nilai emosional, sosial dan kualitas. Serta hanya ada satu faktor yang secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian, faktor tersebut yaitu nilai fungsional sebesar 4.954. Jadi prioritas pelanggan dalam menentukan keputusan pembelian dalam membeli

produk tahu sutra, pelanggan lebih memilih tahu sutra dari segi nilai fungsionalnya. Serta dari hasil kuesioner responden nilai fungsional didapatkan frekuensi jawaban dari setiap indikator yang mempengaruhi keputusan pembelian seperti dari kemasan produk yang berpengaruh sebesar 15.92% pada keputusan pembelian, kualitas jasa yang berpengaruh sebesar 16.56% pada keputusan pembelian, persediaan produk yang berpengaruh sebesar 17.36% pada keputusan pembelian, kebersihan lingkungan yang berpengaruh sebesar 17.36% pada keputusan pembelian, manfaat kesehatan yang berpengaruh sebesar 16.24% pada keputusan pembelian, dan fungsi kemasan dalam keamanan produk yang berpengaruh sebesar 16.56%. Oleh karena itu, dari nilai fungsional indikator yang paling kuat mempengaruhi keputusan pembelian yaitu persediaan produk dan kebersihan lingkungan sebesar 17.36%.