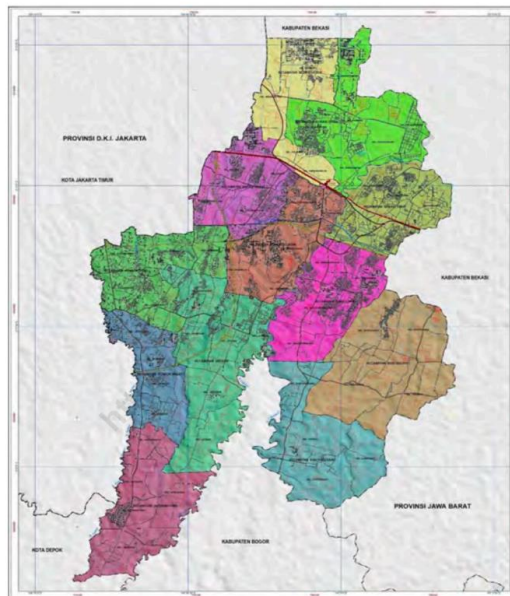


BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Keputusan pembelian susu UHT Ultramilk di Kota Bekasi dianalisis dengan melihat pengaruh kualitas promosi, kualitas produk, dan harga. Salah satu kota di Provinsi Jawa Barat adalah Kota Bekasi, yang terletak antara $6^{\circ}10'6''$ dan $6^{\circ}30'6''$ Lintang Selatan dan $106^{\circ}48'28''$ hingga $107^{\circ}27'29''$ Bujur Timur. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 dan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah membentuk dua belas kabupaten dan lima puluh enam kecamatan yang membentuk wilayah seluas sekitar 213,12 km². Dengan ketinggian 28–110 meter di atas permukaan laut dan kemiringan lereng 0-2%, Kota Bekasi memiliki topografi yang relatif datar.



Gambar 4. 1 Peta Wilayah Kota Bekasi

Menurut definisi Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Bekasi, Orang-orang yang tinggal di wilayah Kota Bekasi meliputi mereka yang telah tinggal di sana selama setahun atau lebih, serta mereka yang hanya singgah sementara dengan niat untuk menjadikannya tempat tinggal permanen. Secara umum, penduduk

Kota Bekasi terdiri dari warga asli serta pendatang dari luar wilayah yang datang untuk bekerja, baik di Kota Bekasi maupun di Daerah Khusus Jakarta. Pada tahun 2023, terdapat 2.63 juta penduduk yang tinggal di Kota Bekasi, dan 2.53 juta pada tahun 2024, menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Bekasi. Dari total populasi tersebut, 1.32 juta adalah laki-laki dan 1.31 juta adalah perempuan. Kepadatan penduduk di wilayah Kota Bekasi mencapai 12.340 orang per kilometer persegi, dengan luas wilayah 213,12 km².

Hal ini menempatkan Kota Bekasi sebagai salah satu wilayah metropolitan terpadat di Indonesia. Kabupaten Bekasi Utara memiliki jumlah penduduk terbanyak, yaitu 347.840 orang, atau 13,24 persen dari total penduduk. Persen dari total jumlah penduduk Kota Bekasi, kemudian diikuti oleh Kecamatan Bekasi Barat dengan jumlah penduduk 286,11 ribu (10,89 persen) dan kecamatan Jatiasih dengan jumlah penduduk sebanyak 265,30 ribu penduduk (10,10 persen). Sedangkan untuk wilayah dengan jumlah penduduk terkecil berada di wilayah Kecamatan Bantargebang dengan jumlah penduduk sebanyak 111,44 ribu penduduk (4,24 persen).

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Deskripsi Data Penelitian

4.2.1.1 Deskripsi Sampel

Data yang dikumpulkan melalui kuesioner dianalisis dengan mengklasifikasikan karakteristik responden. Penelitian ini melibatkan 182 responden yang merupakan pelanggan produk Susu Ultramilk UHT. Berikut ini

data sampel yang di kategorikan berdasarkan karakteristik responden pada penelitian ini :

1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Data primer dari penyebaran kuesioner menunjukkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut:

Tabel 4. 1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis_Kelamin		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki - Laki	88	48.4	48.4	48.4
	Perempuan	94	51.6	51.6	100
	Total	182	100	100	

Sumber : Data Olahan Skripsi, 2024

Dari tabel 4.1, terlihat bahwa responden laki-laki berjumlah 88 orang (48,4%) dan responden perempuan berjumlah 94 orang (51,6%).

2. Responden Berdasarkan Usia

Data primer dari penyebaran kuesioner menunjukkan karakteristik responden berdasarkan usia sebagai berikut:

Tabel 4. 2 Data Responden Berdasarkan Usia

Usia		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<20 tahun	6	3.3	3.3	3.3
Valid	20 - 25 tahun	81	44.5	44.5	83.5
Valid	26 - 30 tahun	30	16.5	16.5	100
Valid	>30 tahun	65	35.7	35.7	39
	Total	182	100	100	

Sumber : Data Olahan Skripsi, 2025

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa mayoritas responden berusia 20-25 tahun (81 orang), sedangkan responden dengan usia < 20 tahun merupakan yang terendah (6 orang).

4.2.1.2 Statistik Deskriptif

Simpangan baku, rata-rata, nilai minimum, dan nilai maksimum memberikan ringkasan data dalam statistik deskriptif (Ghozali, 2019). Tabel 4.3 di bawah ini merangkum analisis deskriptif dan menjelaskan:

Tabel 4. 3 Tabel Hasil Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y	182	17	50	41.2363	5.18329
X1	182	16	40	32.9011	4.35587
X2	182	16	50	41.3571	5.14958
X3	182	16	40	33.1923	4.13065
Valid N (listwise)	182				

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2025

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa variabel Keputusan Pembelian (Y) memiliki rentang nilai dari 17 hingga 50 dengan simpangan baku 5,18329. Nilai rata-rata adalah 41,2363. Data yang digunakan tidak terlalu bervariasi tetapi memiliki representasi data yang memadai dalam variabel Keputusan Pembelian, karena nilai rata-rata lebih besar dari simpangan baku.

Variabel Kualitas Promosi (X1) memiliki simpangan baku 4,35587, rentang 16–40, dan rata-rata 32,9011. Ketika melihat variabel Kualitas Promosi, data

terlihat konsisten dan terwakili dengan baik karena nilai rata-rata lebih besar dari simpangan baku.

Variabel Kualitas Produk (X2) menunjukkan simpangan baku sebesar 5.14958, rentang 16., dan rata-rata 41.3571. Ketika nilai rata-rata variabel Kualitas Produk lebih besar dari simpangan baku, hal ini menunjukkan bahwa data konsisten dan terwakili dengan baik.

Dengan rentang dari 16 hingga 40 dan simpangan baku 4.13065, variabel Harga (X3) memiliki nilai rata-rata 33.1923. Data yang digunakan secara umum konsisten dan terwakili dengan baik karena nilai rata-rata variabel Harga lebih tinggi daripada simpangan baku.

Silakan merujuk ke tabel di bawah ini untuk deskripsi analisis kuesioner untuk setiap variabel:

Tabel 4. 4 Frekuensi Responden Keputusan Pembelian

NO Item	STS		TS		R		S		SS		MEAN	STD.DEV	Frekuensi	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%				
1	2	1%	2	1%	3	2%	95	52%	80	44%	4,37	0,68	182	100%
2	4	2%	49	27%	15	8%	84	46%	30	16%	3,48	1,12	182	100%
3	2	1%	15	8%	10	5%	95	52%	60	33%	4,08	0,90	182	100%
4	1	1%	4	2%	7	4%	102	56%	68	37%	4,27	0,69	182	100%
5	0	0%	4	2%	5	3%	82	45%	91	50%	4,43	0,66	182	100%
6	1	1%	4	2%	4	2%	93	51%	80	44%	4,36	0,69	182	100%
7	1	1%	3	2%	5	3%	107	59%	66	36%	4,29	0,65	182	100%
8	4	2%	16	9%	21	12%	92	51%	49	27%	3,91	0,97	182	100%
9	1	1%	7	4%	6	3%	98	54%	70	38%	4,26	0,75	182	100%
10	4	2%	23	13%	23	13%	88	48%	44	24%	3,80	1,02	182	100%

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2025

Dari tabel diatas, dapat dijelaskan beberapa pernyataan sebagai berikut:

1. Pernyataan 1 mendapat 80 responden (atau 44%) yang sangat setuju, 95 (atau 52%) yang setuju, 3 (atau 2% dari total) yang tidak yakin, 2 (atau 1% dari

total) yang tidak setuju, dan 2 (atau 1% dari total) yang sangat tidak setuju. Untuk pernyataan pertama, rata-rata adalah 4,37 dengan simpangan baku 0,68. Jawaban untuk pernyataan pertama berkumpul di sekitar nilai rata-rata yang sangat tinggi karena nilai rata-rata pernyataan tersebut lebih besar daripada simpangan bakunya.

2. Dari responden yang menjawab item 2 (pernyataan 2), 30 (16%) memilih opsi Sangat Setuju, sedangkan 84 (46%) memilih opsi Tidak Setuju. Dari total tanggapan, 15 individu (8%) tidak yakin, 49 (27% dari total) tidak setuju, dan 4 (2%) sangat tidak setuju. Pada pernyataan kedua, 3,48 adalah nilai rata-rata dan 1,12 adalah simpangan baku. Jawaban pada pernyataan kedua berkumpul di sekitar nilai rata-rata yang signifikan tinggi karena nilai rata-rata lebih besar daripada simpangan baku pada pernyataan ini.
3. Pernyataan 3: 60 responden (atau 33% dari total) memilih jawaban “Sangat Setuju.” Hampir setengah (95 orang) mengatakan mereka setuju. Sepuluh orang (5% dari total) memilih opsi radio “Belum Memutuskan.” Dengan 2 individu (1%) memilih “Sangat Tidak Setuju,” 15 individu (8%) menyatakan “Tidak Setuju.” Dengan simpangan baku 0,90, pernyataan ketiga memiliki rata-rata 4,08. Jawaban untuk pernyataan ketiga berkumpul di sekitar nilai rata-rata yang sangat tinggi, karena rata-rata pernyataan tersebut lebih besar dari simpangan baku.
4. Responden menunjukkan tingkat kesepakatan dengan pernyataan 4 dengan 68 suara setuju (37%). Sebanyak 102 orang (atau 56% dari total) memilih opsi “Setuju.” Dari total responden, 7 (atau 4%) memilih “Belum Memutuskan.”

Empat individu (atau 2% dari total) memilih opsi “Tidak Setuju,” sementara satu individu (atau 1% dari total) memilih opsi “Sangat Tidak Setuju.” Dengan simpangan baku 0,69, pernyataan keempat memiliki rata-rata 4,27. Hasil untuk pernyataan keempat berkumpul di sekitar nilai rata-rata yang sangat tinggi karena rata-rata lebih besar dari simpangan baku dalam pernyataan ini.

5. Hampir setengah dari responden yang menjawab item 5 (91 responden) mengatakan mereka “Sangat Setuju.” “Setuju” dipilih oleh 82 individu (42%). Persentase untuk “Tidak Yakin” dan “Tidak Setuju” masing-masing adalah 3% dan 2%, dengan 5 dan 4 responden. Pernyataan kelima memiliki rata-rata 4,43 dan simpangan baku 0,66. Karena rata-rata lebih besar dari simpangan baku pada pernyataan ini, kita dapat menyimpulkan bahwa sebagian besar jawaban responden terhadap pernyataan kelima berkumpul di sekitar nilai rata-rata yang tinggi.
6. Item 6 (Pernyataan 6) mendapat 80 tanggapan (44%) yang Sangat Setuju, 93 (51%) yang Setuju, 4 (2% dari total) yang Tidak Setuju, dan 1 (1% dari total) yang Sangat Tidak Setuju. Dengan simpangan baku 0,69, pernyataan keenam memiliki rata-rata 4,36. Di sini, rata-rata melebihi simpangan baku, menunjukkan bahwa sebagian besar jawaban terhadap pernyataan keenam berkumpul di sekitar rata-rata yang tinggi.
7. Ada 66 responden (atau 36% dari total) yang memberikan jawaban Sangat Setuju untuk item (pernyataan) 7. Ada 107 responden (atau 59% dari total), 3 di antaranya tidak memutuskan, 2 di antaranya tidak setuju, dan 1 di antaranya sangat menentang. Dengan rata-rata 4,29 dan simpangan baku 0,65,

pernyataan keenam memiliki rata-rata. Ketika rata-rata melebihi simpangan baku, hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar jawaban terhadap pernyataan ketujuh berkumpul di sekitar rata-rata yang tinggi.

8. Dari 100 responden, 49 (atau 27% dari total) memilih opsi “Sangat Setuju” untuk item 8. Lima puluh satu persen, atau 95 orang, mengatakan mereka “setuju,” sedangkan 21 orang (12%) mengatakan mereka tidak yakin. Empat orang (atau 2% dari total) menjawab “Sangat Tidak Setuju,” sementara enam belas orang (atau 9% dari total) memilih “Tidak Setuju.” Pernyataan ketujuh ini memiliki rata-rata 3,91 dan simpangan baku 0,97. Tanggapan terhadap pernyataan kedelapan berkumpul di sekitar nilai rata-rata yang relatif tinggi, karena rata-rata lebih tinggi daripada simpangan baku dalam pernyataan ini.
9. Item 9 (pernyataan 9) memiliki 70 responden (38%) yang sangat setuju, 98 responden (54%) yang setuju, 6 responden (3%) yang tidak yakin, 7 responden (4%) yang tidak setuju, dan 1 responden (1%) yang sangat tidak setuju. Dengan simpangan baku 0,75 dan rata-rata 4,26, kita mendapatkan pernyataan 9. Karena rata-rata lebih besar dari simpangan baku pada pernyataan ini, kita dapat menyimpulkan bahwa sebagian besar jawaban responden terhadap pernyataan 9 berkumpul di sekitar nilai rata-rata yang tinggi.
10. Pernyataan 10 memiliki 44 responden, atau 24% dari total. Untuk pertanyaan “Sangat Setuju,” tanggapan sebagai berikut: 88 untuk Setuju, 23 untuk Tidak Yakin, 23 untuk Tidak Setuju, dan 4 untuk Sangat Tidak Setuju. Simpangan baku untuk pernyataan kesepuluh adalah 1,02 dan rata-rata 3,80. Data untuk

pernyataan kesepuluh lebih cenderung berkumpul di sekitar nilai rata-rata yang cukup tinggi karena rata-rata lebih besar daripada simpangan baku dalam pernyataan ini.

Tabel 4. 5 Frekuensi Responden Kualitas Promosi

No Item	STS		TS		R		S		SS		MEAN	STD.DEV	Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%			F	%
1	3	2%	6	3%	19	10%	108	59%	46	25%	4,03	0,80	182	100%
2	0	0%	7	4%	6	3%	118	65%	51	28%	4,17	0,66	182	100%
3	3	2%	6	3%	18	10%	105	58%	50	27%	4,06	0,81	182	100%
4	2	1%	14	8%	31	17%	90	49%	45	25%	3,89	0,90	182	100%
5	0	0%	8	4%	19	10%	103	57%	52	29%	4,09	0,75	182	100%
6	1	1%	4	2%	15	8%	98	54%	64	35%	4,21	0,73	182	100%
7	1	1%	6	3%	14	8%	94	52%	67	37%	4,21	0,77	182	100%
8	2	1%	4	2%	11	6%	97	53%	68	37%	4,24	0,75	182	100%

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2025

Dari tabel diatas, dapat dijelaskan beberapa pernyataan sebagai berikut:

1. Mengenai item (Pernyataan) 1, 25% responden memberikan tanggapan sebagai berikut: 46 responden memilih kategori “Sangat Setuju”, 59% memilih opsi ‘Setuju’, 10% memilih opsi “Belum Memutuskan”, 3% memilih opsi “Tidak Setuju”, dan 2% memilih opsi “Sangat Tidak Setuju”. Dengan simpangan baku 0,80, pernyataan pertama memiliki rata-rata 4,03. Jawaban pada pernyataan pertama berkumpul di sekitar nilai rata-rata yang sangat tinggi karena nilai rata-rata pernyataan tersebut lebih besar daripada simpangan bakunya.
2. Item 2 dan 3 masing-masing memiliki 51 responden (28%) yang memilih opsi “Sangat Setuju”. Dengan 118 tanggapan afirmatif (46%), enam individu (3% dari total) memilih “Undecided,” sementara tujuh (4%) memilih “Disagree.” Pernyataan kedua memiliki rata-rata 4,17 dan simpangan baku 0,66. Jawaban

untuk pernyataan kedua berkumpul di sekitar nilai rata-rata yang signifikan karena rata-rata lebih besar dari simpangan baku dalam pernyataan ini.

3. Menanggapi pernyataan 3, 52 orang (atau 27%) memberikan respons sebagai berikut: setuju (105 atau 58%), tidak yakin (18 orang atau 10%), tidak setuju (6%), atau sangat tidak setuju (3%). Dengan simpangan baku 0,81, pernyataan ketiga memiliki rata-rata 4,06. Di sini, rata-rata lebih tinggi daripada simpangan baku, menunjukkan bahwa sebagian besar jawaban terhadap pernyataan ketiga berkumpul di sekitar nilai rata-rata yang tinggi.
4. Pernyataan 4 menerima 45 tanggapan “Sangat Setuju”, atau 25% dari total. Hanya 90 individu (atau 49% dari total) memilih opsi “Setuju”. “Tidak Yakin” dipilih oleh 31 individu (17%). Dua belas persen setuju, empat belas persen tidak setuju, dan dua persen sangat tidak setuju. Dengan simpangan baku 0,90 dan rata-rata 3,89, pernyataan keempat telah selesai. Hasil untuk pernyataan keempat berkumpul di sekitar nilai rata-rata yang sangat tinggi karena rata-rata lebih besar dari simpangan baku dalam pernyataan ini.
5. Menanggapi pernyataan 5, 52 individu (atau 29%) memilih opsi “Sangat Setuju”. Tiga perempat dari responden (103 individu) mengatakan mereka setuju. Sembilan belas individu (10%) memberikan jawaban “Belum Tentu,” sementara delapan (4) memberikan jawaban “Tidak Setuju.” Untuk pernyataan keenam, rata-rata adalah 4,09 dan simpangan baku adalah 0,75. Karena rata-rata lebih besar dari simpangan baku dalam pernyataan ini, kita dapat menyimpulkan bahwa sebagian besar jawaban terhadap pernyataan kelima berkumpul di sekitar nilai rata-rata yang tinggi.

6. Item 6 (Pernyataan 6) mendapatkan 64 tanggapan: 64 untuk “Sangat Setuju,” 98 untuk “Setuju,” 15 untuk “Belum Memutuskan,” 4 untuk “Tidak Setuju,” dan 1 untuk “Sangat Tidak Setuju,” dengan total 35%. Item 6 memiliki rata-rata 4,21 dan simpangan baku 0,73. Di sini, rata-rata melebihi simpangan baku, menunjukkan bahwa sebagian besar jawaban terhadap pernyataan keenam berkumpul di sekitar rata-rata yang tinggi.
7. Dengan 67 tanggapan (37%), responden memilih “Sangat Setuju” untuk pernyataan ke-7. Dengan 94 tanggapan (52%), responden memilih “Setuju.” Dengan memilih “Belum Tentu,” 8 individu (6%) Hanya 1% responden yang sangat tidak setuju, sementara 2% tidak setuju dan 3% tidak memberikan pendapat. Dengan simpangan baku 0,77, pernyataan ketujuh memiliki rata-rata 4,31. Ketika rata-rata melebihi simpangan baku, hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar jawaban terhadap pernyataan ketujuh berkumpul di sekitar rata-rata yang tinggi.
8. Berdasarkan pernyataan 8, 68 responden (atau 37% dari total) memberikan jawaban “Sangat Setuju.” Ada 37 responden (53%), dan mayoritas di antaranya menjawab “Setuju.” “Tidak Yakin” dipilih oleh enam orang (4%), “Sangat Tidak Setuju” dipilih oleh dua orang (1% dari total), dan “Tidak Setuju” dipilih oleh empat orang (2% dari total). Untuk pernyataan kedelapan, kita memiliki rata-rata 4,24 dan simpangan baku 0,75. Data untuk pernyataan kesepuluh cenderung berkumpul di sekitar nilai rata-rata yang cukup tinggi karena rata-rata lebih besar daripada simpangan baku dalam pernyataan ini

Tabel 4. 6 Frekuensi Responden Kualitas Produk

No Item	STS		TS		R		S		SS		MEAN	STD.DEV	Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%			F	%
1	0	0%	1	1%	13	7%	114	63%	54	30%	4,21	0,59	182	100%
2	2	1%	7	4%	20	11%	102	56%	51	28%	4,06	0,80	182	100%
3	2	1%	8	4%	23	13%	97	53%	52	29%	4,04	0,83	182	100%
4	1	1%	2	1%	8	4%	104	57%	67	37%	4,29	0,65	182	100%
5	0	0%	7	4%	13	7%	111	61%	51	28%	4,13	0,70	182	100%
6	3	2%	3	2%	9	5%	107	59%	60	33%	4,20	0,75	182	100%
7	1	1%	2	1%	6	3%	117	64%	56	31%	4,24	0,62	182	100%
8	0	0%	9	5%	20	11%	110	60%	43	24%	4,03	0,74	182	100%
9	1	1%	5	3%	18	10%	109	60%	49	27%	4,10	0,72	182	100%
10	4	2%	6	3%	15	8%	106	58%	51	28%	4,07	0,83	182	100%

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2025

Dari tabel diatas, dapat dijelaskan beberapa pernyataan sebagai berikut:

1. Pada pertanyaan pertama, “Pernyataan 1,” 54 responden (30%) memilih opsi “Sangat Setuju,” 114 responden memilih opsi ‘Setuju’ (63%), 13 responden memilih opsi “Belum Memutuskan” (7%), dan 1 responden memilih opsi “Tidak Setuju” (1%). Sementara itu, pernyataan pertama memiliki simpangan baku 0,59 dan rata-rata 4,21. Jawaban pada pernyataan pertama berkumpul di sekitar nilai rata-rata yang sangat tinggi karena nilai rata-rata pernyataan tersebut lebih besar daripada simpangan bakunya.
2. Pilihan jawaban untuk Pertanyaan 2 sebagai berikut: 51 (28%) orang sangat setuju, 102 (56%) orang setuju, 20 (11%) orang ragu-ragu, 7 (4%) orang tidak setuju, dan 2 (1%) orang sangat tidak setuju. Mengenai pernyataan kedua, rata-rata adalah 4,06 dengan simpangan baku 0,80. Di sini, rata-rata lebih tinggi daripada simpangan baku, menunjukkan bahwa sebagian besar jawaban

responden terhadap pernyataan kedua berkumpul di sekitar rata-rata yang tinggi.

3. Pilihan “Sangat Setuju” untuk Pernyataan 3 dipilih oleh 52 responden, atau 29% dari total. 95% responden mengatakan mereka “setuju,” 23 orang (13% dari total) memilih opsi “Tidak Yakin.” Delapan responden (4%) memberikan jawaban “Tidak Setuju”, sementara dua (1%) memilih “Sangat Tidak Setuju”. Dengan simpangan baku 0,83, pernyataan ketiga memiliki rata-rata 4,04. Hasil untuk pernyataan kesebelas berkumpul di sekitar nilai rata-rata yang sangat tinggi karena simpangan baku lebih kecil dari rata-rata dalam pernyataan ini.
4. Dengan 67 tanggapan (37%), memilih “Sangat Setuju” untuk item 4, 57% (104 orang) memilih “Setuju.” Delapan responden (4%) memilih “Belum Memutuskan.” Dua orang (atau 1% dari total) menulis “Tidak Setuju,” sementara satu orang (atau 1% dari total) menulis “Sangat Tidak Setuju.” Dengan simpangan baku 0,65, pernyataan keempat memiliki rata-rata 4,29. Rata-rata pernyataan ini lebih tinggi daripada simpangan bakunya, menunjukkan bahwa sebagian besar jawaban responden terhadap pernyataan keempat berkumpul di sekitar rata-rata yang tinggi.
5. Item 5 (pernyataan 5) menerima tanggapan “Sangat Setuju” dari 51 responden (28%). Dari 111 responden, 61 persen mengatakan mereka “setuju,” 13 orang (7%) mengatakan mereka tidak yakin, sementara tujuh orang (4%) mengatakan mereka tidak setuju.
6. Data pernyataan kelima menunjukkan rata-rata 4,13 dan simpangan baku 0,70. Karena rata-rata lebih besar dari simpangan baku pada pernyataan ini, kita

dapat menyimpulkan bahwa sebagian besar jawaban responden terhadap pernyataan kelima berkumpul di sekitar rata-rata yang tinggi.

7. Mengenai pernyataan keenam, 63 persen responden memberikan jawaban sebagai berikut: setuju (dalam margin kesalahan 5%), tidak setuju (dalam margin kesalahan 2%), dan sangat tidak setuju (dalam margin kesalahan 3%). Pernyataan keenam memiliki rata-rata 4,20 dan simpangan baku 0,75. Di sini, rata-rata melebihi simpangan baku, menunjukkan bahwa sebagian besar jawaban terhadap pernyataan keenam berkumpul di sekitar rata-rata yang tinggi.
8. Item 7 (pernyataan 7) mendapatkan 56 tanggapan “Sangat Setuju” dan 117 tanggapan ‘Setuju’, dengan total 124 responden. Enam individu (3%) memilih “Tidak Yakin.” Dua orang (atau 1% dari total) menulis “Tidak Setuju,” sementara satu orang (atau 1% dari total) menulis “Sangat Tidak Setuju.” Secara statistik, pernyataan ketujuh memiliki rata-rata 4,24 dan simpangan baku 0,62. Ketika rata-rata melebihi simpangan baku, hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar jawaban terhadap pernyataan ketujuh berkumpul di sekitar rata-rata yang tinggi.
9. Pernyataan 8 memiliki 43 responden (24%) yang memilih “Sangat Setuju.” Seratus sepuluh orang (60%) mengatakan mereka setuju. Dua puluh orang (11%) menjawab “Belum Memutuskan,” dan sembilan orang (5%) menjawab “Tidak Setuju.” Rata-rata untuk pernyataan 8 adalah 4,03 dan simpangan baku adalah 0,74. Dalam pernyataan ini, rata-rata lebih besar dari simpangan baku,

artinya tanggapan terhadap pernyataan 8 cenderung terkonsentrasi di sekitar nilai rata-rata yang relatif tinggi.

10. Untuk item (pernyataan) 9, 49 orang (27%) menjawab “Sangat Setuju”, 109 orang (60%) menjawab ‘Setuju’, 18 orang (10%) menjawab “Belum Memutuskan”, 5 orang (3%) menjawab “Tidak Setuju”, dan 1 orang (1%) menjawab “Sangat Tidak Setuju”. Rata-rata untuk pernyataan 9 adalah 4,10 dan simpangan baku adalah 0,72. Dalam pernyataan ini, rata-rata lebih besar dari simpangan baku, artinya tanggapan terhadap pernyataan 9 cenderung terkonsentrasi di sekitar nilai rata-rata yang relatif tinggi.
11. Untuk item (pernyataan) 10, 51 orang (28%) menjawab ‘Sangat Setuju,’ 106 orang (58%) menjawab ‘Setuju,’ 15 orang (8%) menjawab ‘Belum Tentu,’ 6 orang (3%) menjawab ‘Tidak Setuju,’ dan 4 orang (2%) menjawab ‘Sangat Tidak Setuju.’ Rata-rata untuk pernyataan kesepuluh adalah 4,07 dan simpangan baku adalah 0,83. Pada pernyataan ini, rata-rata lebih besar dari simpangan baku, artinya tanggapan terhadap pernyataan kesepuluh cenderung terkonsentrasi di sekitar nilai rata-rata yang relatif tinggi.

Tabel 4. 7 Frekuensi Responden Harga

NO Item	STS		TS		R		S		SS		MEAN	STD.DEV	Frekuensi	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%				
1	1	1%	4	2%	9	5%	107	59%	61	34%	4,23	0,69	182	100%
2	1	1%	1	1%	5	3%	118	65%	57	31%	4,26	0,59	182	100%
3	1	1%	2	1%	4	2%	122	67%	53	29%	4,23	0,60	182	100%
4	1	1%	3	2%	21	12%	96	53%	61	34%	4,17	0,73	182	100%
5	1	1%	3	2%	11	6%	109	60%	58	32%	4,21	0,67	182	100%
6	2	1%	13	7%	27	15%	97	53%	43	24%	3,91	0,88	182	100%
7	1	1%	2	1%	20	11%	108	59%	51	28%	4,13	0,68	182	100%
8	3	2%	8	4%	23	13%	90	49%	58	32%	4,05	0,88	182	100%

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2025

Dari tabel diatas, dapat dijelaskan beberapa pernyataan sebagai berikut:

1. Item 1 (Pernyataan 1) memiliki 61 responden (atau 34% dari total) yang memberikan tanggapan sebagai berikut: Setuju (bersama 107 responden lain), Belum Tentu (bersama 9 responden lain), Tidak Setuju (bersama 4 responden lain), dan Sangat Tidak Setuju (oleh 1 responden). Sementara itu, pernyataan pertama memiliki simpangan baku 0,69 dan rata-rata 4,23. Jawaban pada pernyataan pertama berkumpul di sekitar nilai rata-rata yang sangat tinggi karena nilai rata-rata pernyataan tersebut lebih besar daripada simpangan bakunya.
2. Sebanyak 57 responden (atau 31% dari total) memilih opsi “Sangat Setuju” untuk item 2 (pernyataan). Tiga puluh dua persen, atau 118 individu, memilih opsi “Setuju”. ‘Belum Memutuskan’ dipilih oleh lima individu (3%). Hanya satu responden (atau 1% dari total) yang mengatakan mereka ‘Sangat Tidak Setuju’ atau ‘Tidak Setuju’. Dengan simpangan baku 0,59, pernyataan kedua memiliki rata-rata 4,26. Jawaban untuk pernyataan kedua berkumpul di sekitar nilai rata-rata yang signifikan karena rata-rata lebih besar dari simpangan baku dalam pernyataan ini.
3. Menanggapi pernyataan 3, 53 individu (atau 29%) memilih opsi “Sangat Setuju.” Mayoritas responden (122 dari 247) menyatakan “Setuju.” Hanya empat individu, atau 2% dari total, memilih opsi “Belum Memutuskan.” Hanya satu responden (atau 1% dari total) mengatakan mereka “Sangat Tidak Setuju” atau “Tidak Setuju.” Untuk pernyataan ketiga, kita memiliki rata-rata 4,23 dan simpangan baku 0,60. Karena rata-rata lebih besar dari simpangan

baku dalam pernyataan ini, kita dapat menyimpulkan bahwa sebagian besar jawaban responden terhadap pernyataan kesepuluh berkumpul di sekitar rata-rata yang tinggi.

4. Adapun isu keempat, 34% responden (61 orang) menyatakan “Sangat Setuju.” Dengan 96 tanggapan (53%), memilih “Setuju,” 21 orang (12%) menyatakan tidak yakin. Hanya 1% responden yang sangat tidak setuju, sementara 2% tidak setuju dan 3% tidak memberikan pendapat. Dengan simpangan baku 0,73, rata-rata untuk pernyataan keempat adalah 4,17. Rata-rata pernyataan ini lebih tinggi dari simpangan bakunya, menunjukkan bahwa sebagian besar jawaban responden terhadap pernyataan keempat berkumpul di sekitar rata-rata yang tinggi.
5. Persentase responden yang memilih “Sangat Setuju” sebagai jawaban untuk pertanyaan 5 adalah 32%. Sebagian besar responden (109 dari 112) memilih “Setuju,” sebelas responden (6%) memilih “Tidak Yakin.” Hanya 1% responden yang sangat tidak setuju, sementara 2% tidak setuju dan 3% tidak memberikan pendapat. Dengan simpangan baku 0,67, pernyataan kelima memiliki rata-rata 4,21. Karena rata-rata lebih besar dari simpangan baku pada pernyataan ini, kita dapat menyimpulkan bahwa sebagian besar jawaban responden terhadap pernyataan kelima berkumpul di sekitar rata-rata yang tinggi.
6. Jawaban “Sangat Setuju” untuk pertanyaan 6 diberikan oleh 64 responden, atau 35% dari total. 98% responden mengatakan mereka setuju, dari total tersebut, 15 individu (8%) mengatakan bahwa mereka “belum memutuskan.”

Empat orang (atau 2% dari total) memilih opsi “Tidak Setuju”, sementara satu orang (atau 1% dari total) memilih opsi “Sangat Tidak Setuju”. Dengan simpangan baku 0,88, pernyataan keenam memiliki rata-rata 3,91. Di sini, rata-rata melebihi simpangan baku, menunjukkan bahwa sebagian besar jawaban terhadap pernyataan keenam berkumpul di sekitar rata-rata yang tinggi.

7. Pernyataan 7 mendapatkan respons “Sangat Setuju” dari 51 responden (28%). 108 orang, atau 59%, memilih opsi “Setuju.” 20 individu, atau 11% dari total, memilih opsi “Belum Memutuskan.” Dua orang (atau 1% dari total) menulis “Tidak Setuju,” sementara satu orang (atau 1% dari total) menulis “Sangat Tidak Setuju.” Dengan rata-rata 4,13 dan simpangan baku 0,68, pernyataan keenam menjadi norma kita. Ketika rata-rata melebihi simpangan baku, hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar jawaban terhadap pernyataan ketujuh berkumpul di sekitar rata-rata yang tinggi.
8. Setengah dari responden (58 orang) menyatakan “Sangat Setuju” dengan pernyataan ke-8. Hanya 90 orang (atau 49% dari total) memilih opsi “Setuju.” 23 orang (atau 13% dari total) memilih opsi “Belum Memutuskan.” 8 individu (atau 4% dari total) memilih “Tidak Setuju,” sementara 3 (atau 2% dari total) memilih “Sangat Tidak Setuju.” Dengan simpangan baku 0,88, rata-rata untuk pernyataan kedelapan adalah 4,05. Data untuk pernyataan kedelapan terpusat di sekitar nilai rata-rata yang sangat tinggi karena rata-rata lebih besar dari simpangan baku dalam pernyataan ini.

4.2.2 Uji Kualitas Data

Kualitas instrumen yang valid dan reliabel menentukan kualitas data penelitian, sehingga uji validitas dan reliabilitas digunakan untuk memastikan data yang akurat.

1. Uji Validitas

Untuk menentukan sejauh mana pertanyaan kuesioner penelitian dapat mengukur variabel yang diteliti, dilakukan uji validitas. Kuesioner yang valid adalah kuesioner yang pertanyaannya dapat secara andal dan akurat mengukur variabel yang menjadi objek penelitian (Sugiyono, 2018; Ghazali, 2018). Dalam penelitian ini, kami mengevaluasi validitas penelitian menggunakan kriteria berikut:

1. Apabila $r \text{ tabel} > r \text{ hitung}$ maka dapat dinyatakan tidak valid, dan
2. Apabila $r \text{ tabel} < r \text{ hitung}$ maka dapat dinyatakan valid.

Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas

No	Nilai Validitas	r Tabel	Status
P01	.484**	0,1447	Valid
P02	.595**	0,1447	Valid
P03	.514**	0,1447	Valid
P04	.742**	0,1447	Valid
P05	.549**	0,1447	Valid
P06	.659**	0,1447	Valid
P07	.607**	0,1447	Valid
P08	.552**	0,1447	Valid
P09	.615**	0,1447	Valid
P10	.506**	0,1447	Valid
P11	.674**	0,1447	Valid
P12	.561**	0,1447	Valid

No	Nilai Validitas	r Tabel	Status
P13	.628**	0,1447	Valid
P14	.566**	0,1447	Valid
P15	.594**	0,1447	Valid
P16	.564**	0,1447	Valid
P17	.633**	0,1447	Valid
P18	.582**	0,1447	Valid
P19	.557**	0,1447	Valid
P20	.697**	0,1447	Valid
P21	.675**	0,1447	Valid
P22	.650**	0,1447	Valid
P23	.661**	0,1447	Valid
P24	.611**	0,1447	Valid
P25	.687**	0,1447	Valid
P26	.655**	0,1447	Valid
P27	.699**	0,1447	Valid
P28	.722**	0,1447	Valid
P29	.628**	0,1447	Valid
P30	.632**	0,1447	Valid
P31	.662**	0,1447	Valid
P32	.726**	0,1447	Valid
P33	.667**	0,1447	Valid
P34	.628**	0,1447	Valid
P35	.678**	0,1447	Valid
P36	.688**	0,1447	Valid

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2025

Dengan jumlah responden sebanyak 182 orang, dapat diketahui bahwasanya nilai r-tabel senilai 0,1447. Berdasarkan tabel diatas, bisa dilihat bahwa *score Pearson Correlation* pada setiap pernyataan memiliki nilai lebih dari r-tabel sehingga bisa ditarik Kesimpulan bahwa data penelitian yang pakai yaitu valid.

2. Uji Reabilitas

Tujuan pengujian reliabilitas adalah untuk menentukan sejauh mana pengukuran yang berbeda yang dilakukan dengan alat yang sama dapat mereproduksi temuan asli. Kriteria reliabilitas Cronbach's Alpha > 0.6 digunakan untuk mengukur keandalan dalam penelitian ini.

Tabel 4. 9 Hasil Uji Reabilitas

No	Variabel	Score Cronbach Alpha
1	Keputusan Pembelian	0,827
2	Kualitas Promosi	0,854
3	Kualitas Produk	0,889
4	Harga	0,863

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2025

Nilai Cronbach Alpha untuk variabel Y, X1, X2, dan X3 masing-masing adalah 0.827, 0.854, 0.889, dan 0.863, sesuai dengan data dalam tabel. Variabel Keputusan Pembelian, Kualitas Promosi, Kualitas Produk, dan Harga dapat dianggap sebagai alat ukur yang dapat diandalkan (reliable) untuk variabel-variabel tersebut karena nilai Cronbach's Alpha-nya lebih besar dari 0,6.

4.2.3 Uji Asumsi Klasik

Untuk memeriksa apakah model regresi linier memenuhi asumsi-asumsi yang diperlukan untuk analisis yang bermakna, digunakan uji asumsi klasik. Efek-efek faktor dianalisis menggunakan model regresi yang memperhitungkan distribusi data normal atau mendekati normal, autokorelasi, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Kami menguji data melalui serangkaian tes untuk melihat apakah data menyimpang dari asumsi-asumsi tradisional sebelum melanjutkan analisis:

4.2.3.1 Uji Normalitas

Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas – One Sample Kolmogorov-Smirnov

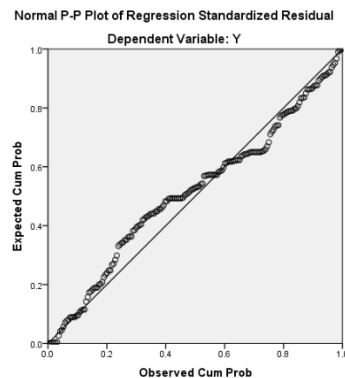
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		182
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0
	Std. Deviation	2.99097553
Most Extreme Differences	Absolute	0.1
	Positive	0.081
	Negative	-0.1
Test Statistic		0.1
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

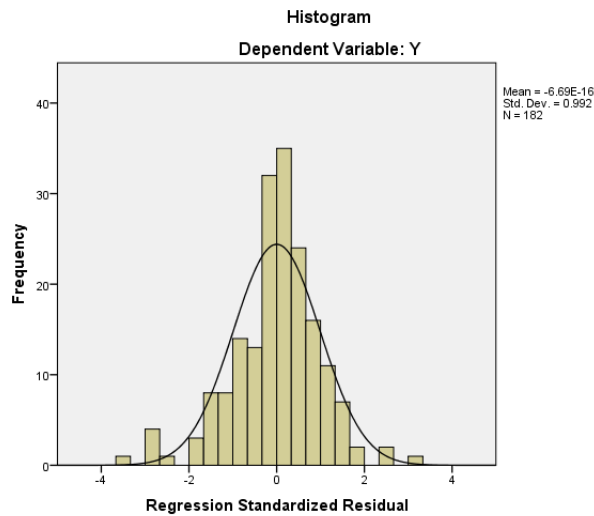
c. Lilliefors Significance Correction.

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data tidak mengikuti distribusi normal, karena nilai sig. Kolmogorov-Smirnov adalah 0.000 (< 0.050). Analisis grafik probabilitas juga mendukung temuan ini, menunjukkan bahwa distribusi titik residu sedikit menyimpang dari garis diagonal.



Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas Data P-P Plot

Grafik histogram di bawah ini memberikan bukti tambahan bahwa data studi mengikuti distribusi normal, karena titik-titik data pada grafik distribusi probabilitas normal tersebar di sekitar garis diagonal dan bergerak ke arah yang sama dengan garis tersebut.



Gambar 4. 3 Hasil Uji iNormalitas Histogram

Histogram menunjukkan distribusi data yang normal, ditandai dengan bentuk kurva yang menyerupai lonceng.

4.2.3.2 Uji Multikolinearitas

Tujuan dari uji multikolinearitas dalam model regresi adalah untuk mengidentifikasi korelasi potensial antara variabel independen, seperti yang dijelaskan oleh Ghozali (2016:106). Untuk mengidentifikasi multikolinearitas, perlu memeriksa nilai VIF (< 10) dan toleransi ($> 0,10$).:

Tabel 4. 14 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.921	1.94			
X1	0.277	0.075	0.233	0.47	2.126
X2	0.351	0.092	0.349	0.225	4.445
X3	0.382	0.113	0.305	0.232	4.315

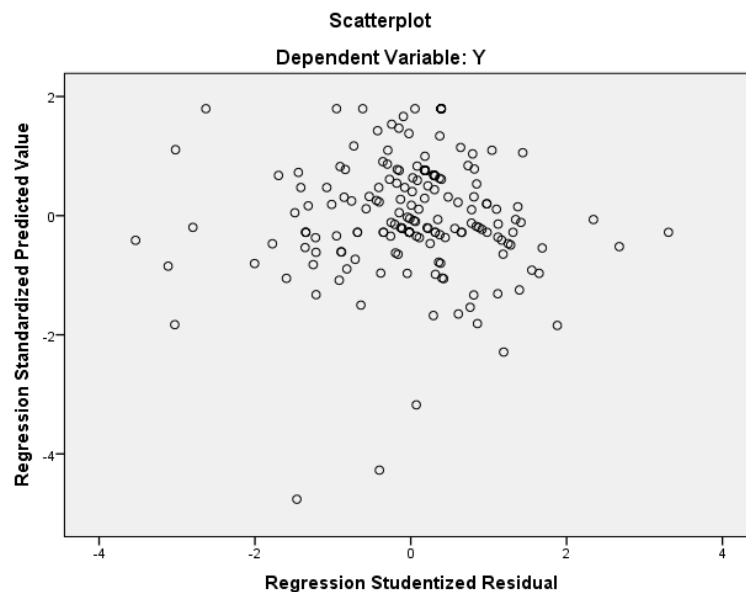
Sumber : Data Olahan Peneliti, 2025

Berdasarkan Tabel 4.8, nilai toleransi untuk Kualitas Promosi, Kualitas Produk, dan Harga adalah 0,470, 0,223, dan 0,234 ($> 0,010$), tetapi nilai VIF adalah 2,126, 4,445, dan 4,315 (< 10). Dengan demikian, multikolinearitas di antara variabel independen tidak diperbolehkan.

4.2.3.3 Uji Heterokedastisitas

Heterogenitas Histologis Untuk menentukan apakah terdapat heteroskedastisitas sisa dalam model regresi, yang dapat memengaruhi validitas hasil analisis, digunakan uji heteroskedastisitas. Heteroskedastisitas dapat dideteksi menggunakan grafik Scatter Plot ketika variabel kesalahan berbeda untuk setiap variabel dependen dalam model regresi. Dapat disimpulkan bahwa gejala heteroskedastisitas pada model regresi terjadi jika titik-titik tersebar dengan baik di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y pada grafik Scatter Plot. Dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas menggunakan grafik scatterplot adalah:

- a. Heteroskedastisitas terlihat pada grafik scatterplot ketika pola tertentu muncul, seperti titik-titik yang secara teratur membentuk grafik (bergelombang, melebar, lalu menyempit).
- b. Heteroskedastisitas tidak ada jika titik-titik tersebar dan tidak membentuk pola yang jelas.



Gambar 4. 4 Hasil Uji Heterokedastisitas

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2025

Tidak terdapat heteroskedastisitas dan data bersifat homoskedastis, seperti yang ditunjukkan oleh diagram pencar, yang menampilkan titik-titik yang tersebar secara acak tanpa pola yang jelas. Untuk memeriksa heteroskedastisitas, kami menggunakan SPSS Versi 26 dan uji Glejser. Hasilnya ditampilkan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 4. 15 Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.769	1.313		4.393	.000
X1	-.025	.051	-.052	-.491	.624
X2	.022	.062	.055	.355	.723
X3	-.112	.076	-.223	-1.464	.145

a. Dependent Variable: RESAB

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2025

Ketiga variabel yang disebutkan di atas Kualitas Promosi (X1), Kualitas Produk (X2), dan Harga (X3) memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 menurut uji Glejser. Hal ini memungkinkan kita untuk menyingkirkan heteroskedastisitas, sehingga model regresi menjadi sesuai untuk penelitian kita.

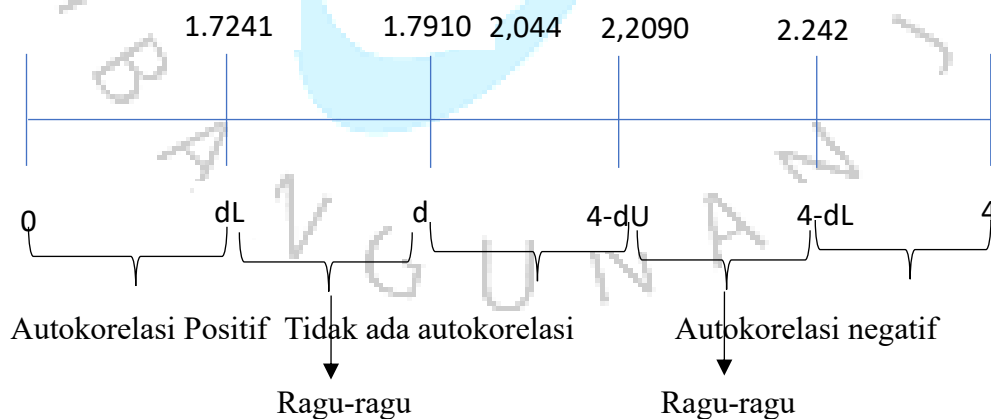
Tabel 4. 16 Tabel Durbin Watson α 5%

Tabel Durbin-Watson (DW), α = 5%

n	k=1		k=2		k=3		k=4		k=5	
	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2025

Kami mengetahui bahwa $dL = 1,7241$ dan $dU = 1,7900$, serta bahwa $4-dL$ dan $4-dU = 2,2429$ dan $2,2090$ masing-masing. Gambar berikut dibuat menggunakan data ini:



Gambar 4. 5 Peta Data Autokorelasi

Ketiadaan autokorelasi didukung oleh nilai Durbin-Watson yang berada dalam rentang dU hingga $4-dU$, seperti yang terlihat pada data di atas.

4.2.4 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Untuk memprediksi nilai variabel dependen berdasarkan kumpulan variabel independen saat ini dan mengidentifikasi dampak variabel-variabel tersebut terhadap variabel dependen, penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda:

Tabel 4. 17 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.921	1.94			
X1 Kualitas Promosi	0.277	0.075	0.233	0.47	2.126
X2 Kualitas Produk	0.351	0.092	0.349	0.225	4.445
X3 Harga	0.382	0.113	0.305	0.232	4.315

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2025

Berdasarkan tabel diatas, maka persamaan regresi yang terbentuk yaitu:

$$Y = 4,921\alpha + 0,277 X1 + 0,351 X2 + 0,382 X3 + e$$

Interpretasi untuk persamaan regresi tersebut yakni:

1. Mengasumsikan variabel independen bernilai nol, tingkat keputusan pembelian adalah 4,921 unit, sebagaimana dijelaskan oleh konstanta (α) sebesar 4,921.
2. Mengasumsikan semua variabel lain bernilai nol, keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,277 unit untuk setiap peningkatan satu unit dalam Kualitas Promosi (X1), sesuai dengan nilai koefisien positif dan signifikan sebesar 0,277 yang ditentukan untuk variabel ini.
3. Koefisien positif sebesar 0,351 ditemukan untuk variabel Kualitas Produk (X2), yang berarti bahwa Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar

0,351 untuk setiap kenaikan 1 unit dalam Kualitas Produk, dengan asumsi semua variabel lain bernilai nol.

4. Koefisien positif dan signifikan sebesar 0.382 ditemukan untuk variabel Harga (X3); ini berarti bahwa, dengan semua variabel lain tetap konstan, Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 0.382 poin sebagai respons terhadap peningkatan satu unit dalam Kualitas Produk perusahaan.

4.2.5 Uji Hipotesis

4.2.5.1 Uji t

Untuk menentukan apakah faktor-faktor independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen, para peneliti menggunakan uji t. (Ghozali, 2019). Berdasarkan empat variabel penelitian dan data selama 182 tahun, studi ini menguji hipotesis nol dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan 178 ($n - k = 182 - 4$). Mengasumsikan hal-hal tersebut benar, nilai t-table dalam studi ini adalah 1.97338. Tabel di bawah ini menampilkan nilai probabilitas hasil uji t:

Tabel 4. 10 Hasil Uji t – Pengaruh Variabel X1 terhadap Y

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	14.131	2.124		6.653	.000
x1	.824	.064	.692	12.873	.000

a. Dependent

Variable: y

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2025

Penelitian ini menganalisis hubungan antara kualitas promosi (X1) dan keputusan pembelian (Y) untuk melihat apakah hipotesis pertama berlaku.

Kualitas promosi (X1) memiliki nilai t sebesar 12,873 dalam tabel yang disebutkan di atas, yang lebih tinggi dari nilai t tabel sebesar 1,97338. Hal ini dapat disimpulkan bahwa kualitas promosi (X1) mempengaruhi keputusan untuk membeli (Y).

Tabel 4. 11 Hasil Uji t – Pengaruh Variabel X2 terhadap Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.841	1.964		4.503	.000
	x2	.783	.047	.778	16.625	.000

a. Dependent Variable: y

Pengaruh Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) juga dianalisis dalam penelitian ini untuk mengevaluasi hipotesis kedua. Dibandingkan dengan nilai t-table sebesar 1.97338, nilai t-table untuk Kualitas Produk (X2) dalam tabel di atas adalah 16.625. Kesimpulan: Kualitas Produk (X2) mempengaruhi Keputusan Pembelian (Y).

Tabel 4. 20 Hasil Uji t – Pengaruh Variabel X3 terhadap Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.168	1.996		4.592	.000
	x3	.966	.060	.770	16.188	.000

a. Dependent Variable: y

Terkait dengan dampak harga (X3) terhadap keputusan pembelian (Y), penelitian ini juga menguji hipotesis ketiga. Dibandingkan dengan nilai t-table sebesar 1.97338, nilai t-table untuk Harga (X3) dalam tabel di atas adalah 16.188.

Hal ini membuktikan bahwa variabel ketiga, harga, mempengaruhi variabel ketiga, keputusan pembelian.

4.2.5.2 Uji F

Dengan menggunakan uji F, kami menganalisis bagaimana keputusan pembelian pelanggan terhadap produk Ultramilk UHT Milk dipengaruhi oleh kualitas promosi dan produk itu sendiri. Hasil uji F dalam penelitian ini menunjukkan sebagai berikut:

Tabel 4. 212 Hasil Analisis Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	3243.63	3	1081.21	118.857	.000 ^b
Residual	1619.21	178	9.097		
Total	4862.84	181			

a. Dependent Variable: Y

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

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2025

Sebanyak 186 sampel digunakan untuk membangun regresi dalam studi ini, yang memanfaatkan data penelitian selama 182 tahun (n). Variabel penelitian terdiri dari satu variabel dependen dan tiga variabel independen. Karena $df1 = k - 1 = 4 - 1 = 3$, kita dapat menyimpulkan bahwa $df2 = n - k = 182 - 4 = 178$. Nilai F-table dalam penelitian ini adalah 2.65, dengan asumsi bahwa hal-hal tersebut benar.

Berdasarkan data dalam tabel, hasil uji F ditunjukkan oleh nilai F. Hasil uji F adalah 118,857, yang lebih besar dari nilai tabel F sebesar 2,65. Hal ini berarti

bahwa ketika orang membeli produk susu UHT Ultramilk, Promosi Kualitas, Kualitas Produk, dan Harga semuanya memiliki pengaruh.

4.2.5.3 Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R-squared*)

R^2 adalah ukuran seberapa besar fluktuasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen secara bersamaan. Uji koefisien determinasi menghasilkan temuan sebagai berikut.

Tabel 4. 21 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.817 ^a	0.667	0.661	3.01608	2.044

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

b. Dependent Variable:

Y

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2025

Menurut Tabel 4.16, nilai R-squared mewakili koefisien determinasi dari model regresi linier berganda. Dengan nilai R-squared sebesar 0,667, dapat disimpulkan bahwa model penelitian kami menjelaskan 66,7% variasi pada variabel dependen, sedangkan faktor acak menjelaskan sisanya sebesar 33,3%. Sebagai hasilnya, kita dapat melihat bahwa ketiga variabel independen, yaitu harga, kualitas produk, dan kualitas promosi, hanya menjelaskan 66,7% dari total variasi dalam keputusan pembelian.

4.3 Pembahasan Penelitian

4.3.1 Pengaruh Kualitas Promosi Terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas Promosi Mempengaruhi Keputusan Konsumen untuk Membeli, Menurut Tabel Pengaruh Parsial. Nilai t sebesar 12,873 diperoleh untuk variabel Kualitas Promosi dalam uji t , melebihi nilai t tabel sebesar 1,97338. Hal ini berarti bahwa kualitas materi promosi yang ditawarkan kepada pelanggan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian mereka. Akibatnya, materi promosi berkualitas tinggi akan menghasilkan keputusan pembelian yang lebih positif.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Marlius & Jovanka, 2023), Mereka berpendapat bahwa promosi, sebagai komponen kunci dari bauran pemasaran, dapat memengaruhi pilihan pembelian produk melalui promosi yang menarik dan berhasil. Salah satu bentuk komunikasi pemasaran adalah promosi, yang menghubungkan penjual dan konsumen dalam upaya memengaruhi pilihan pembelian konsumen. Perhatian dan pilihan pembelian konsumen dapat dipengaruhi oleh promosi yang dijalankan dengan baik.

Marlius dan Jovanka (2023) serta Kojongian, Tumbel, dan Walangitan (2022) menemukan bahwa kualitas promosi secara signifikan mempengaruhi pilihan pembelian konsumen, dan hasil penelitian kami sejalan dengan temuan mereka.

4.3.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Dari tabel pengaruh parsial, jelas bahwa kualitas produk merupakan faktor utama dalam keputusan pembelian akhir konsumen. Variabel Kualitas Produk

melebihi nilai t-table sebesar 1.97338 dengan nilai t sebesar 16.625 berdasarkan hasil uji t. Dari hal ini dapat disimpulkan bahwa terdapat korelasi yang kuat antara Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian; yaitu, semakin tinggi tingkat keputusan pembelian, semakin baik kualitas produk yang diperoleh konsumen.

Satdiah, Siska, dan Indra (2023) menemukan bahwa kualitas produk secara signifikan mempengaruhi pilihan pembelian, yang sejalan dengan hasil penelitian ini. Sebuah produk dianggap berkualitas tinggi jika secara andal dan akurat memenuhi tujuan yang dimaksudkan dan tahan lama. Kemampuan produk untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen karena karakteristik yang melekat pada produk itulah yang dimaksud dengan kualitas produk. Minat konsumen dalam membeli suatu produk berbanding lurus dengan kualitasnya, sehingga kualitas produk merupakan faktor utama dalam kebiasaan belanja konsumen.

Sesuai dengan penelitian sebelumnya, studi ini menemukan bahwa kualitas produk secara signifikan mempengaruhi kecenderungan konsumen untuk membeli (Satdiah, Siska, & Indra, 2023; Milano, Sutardjo, & Hadya, 2021).

Bagian 4.3.3 Peran Biaya dalam Pilihan Konsumen

Hasil uji dampak parsial menunjukkan bahwa harga merupakan faktor utama dalam penilaian akhir konsumen. Variabel harga melampaui nilai t-table sebesar 1,97338 dengan nilai t sebesar 16,188, menurut hasil uji t. Hal ini membuktikan bahwa konsumen sensitif terhadap harga; artinya, mereka lebih cenderung membeli produk jika harganya lebih rendah.

Temuan studi ini bahwa harga mempengaruhi pilihan pembelian sejalan dengan temuan Adrianto (2021) dan Muamar (2024), di antara lainnya. Mereka menyatakan bahwa perusahaan tidak boleh mengabaikan penetapan harga, karena merupakan komponen kunci dari bauran pemasaran yang mempengaruhi pilihan pembelian konsumen. Penetapan harga yang tepat sangat kritis untuk menghasilkan penjualan, karena mempengaruhi seberapa banyak produk yang dibeli oleh pelanggan. Orang mungkin melihat banyak pilihan berbeda sebelum membeli sesuatu, jadi bisnis perlu menawarkan yang terbaik jika ingin tetap bertahan.

Adrianto (2021) dan Muamar (2024) menemukan bahwa harga secara signifikan mempengaruhi pilihan pembelian, yang sejalan dengan hasil studi ini.

4.3.4 Pengaruh Kualitas Promosi, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Tabel uji pengaruh variabel simultan menunjukkan bahwa harga, kualitas produk, dan kualitas promosi semuanya memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Keputusan pelanggan untuk membeli susu UHT Ultramilk dipengaruhi oleh kualitas promosi, kualitas produk, dan harga secara bersamaan, berdasarkan hasil uji F. Nilai t adalah 118,857, yang lebih tinggi dari nilai F tabel sebesar 2,65.

Menawarkan diskon dan promosi lainnya kepada pelanggan meningkatkan kemungkinan mereka untuk membeli susu Ultramilk UHT. Orang-orang di sekitar tahu dan menyukai Ultramilk, produk susu yang populer. Diskon yang tidak mengorbankan kualitas, bersama dengan promosi menarik lainnya, membuat

produk lebih menarik bagi konsumen dibandingkan produk pesaing yang tidak menawarkan penawaran serupa. Salah satu hal yang menarik orang ke Ultramilk UHT Milk adalah keragaman rasa yang ditawarkannya. Hal ini berarti orang dapat menikmati Ultramilk dalam waktu lama tanpa merasa bosan. Berkat kemasan yang praktis dan aman, Ultramilk UHT Milk tersedia untuk semua orang.

