

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Analisis Data

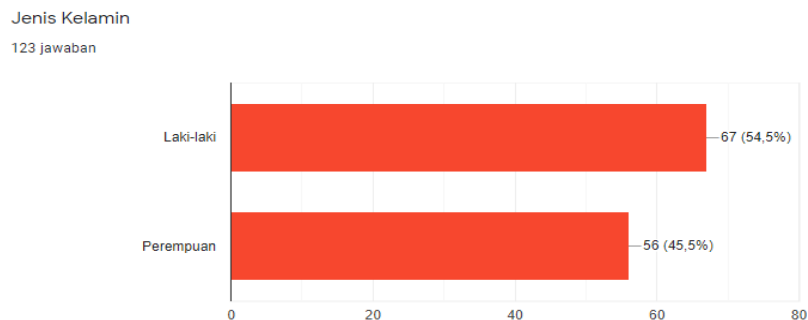
Jumlah tes yang diselesaikan lebih dari 123 responden yang merupakan mahasiswa/i aktif di Universitas Pembangunan Jaya. Data diperoleh dengan menyebarkan beberapa pernyataan sebagai jajak pendapat melalui grup line angkatan 2017, 2018, 2019, dan menyebarkan melalui pesan whatsapp kepada teman-teman mahasiswa, untuk memperoleh data secara langsung dari responden sesuai dengan objek pemeriksaan. Eksplorasi diarahkan dengan memberikan nilai atau skor sesuai dengan yang telah diselesaikan menggunakan skala likert. Kemudian, pada saat itu, pastikan konsekuensi khas dari setiap variabel dan cari tahu pemahaman informasi terkini. Dari semua kuesioner yang telah diterima, tidak terdapat *missing data*, semua terisi secara benar dan tidak ada yang kosong.

4.1.1 Karakteristik Responden

Atribut responden dalam ulasan tersebut, mahasiswa aktif Universitas Pembangunan Jaya. Dengan jumlah mahasiswa/i pengisian kuesioner sebanyak 123 responden. Karakteristik lainnya digambarkan berdasarkan jenis kelamin, usia dan asal prodi mereka. Dalam ulasan ini, penyampaian jajak pendapat dilakukan dengan menggunakan survei *online* melalui grup line angkatan 2017, 2018, 2019, dan menyebarkan melalui pesan whatsapp kepada teman-teman mahasiswa.

a. Jenis Kelamin Responden

Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden

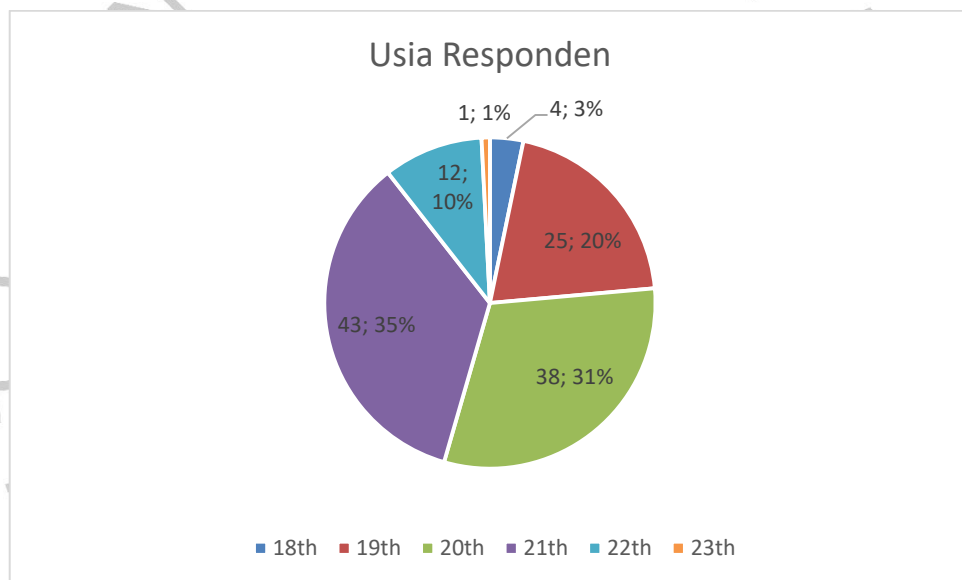


Sumber: data diolah tahun 2022

Dilihat dari data yang diperoleh, Gambar 4.1 menunjukkan bahwa orientasi responden yang paling dominan adalah laki-laki dengan jumlah 67 orang dan perempuan dengan jumlah 56 orang. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Mahasiswa di Universitas Pembangunan Jaya lebih banyak/dominan mahasiswa berjenis kelamin Laki-laki daripada cewek

b. Usia Responden

Gambar 4.2 Usia Responden

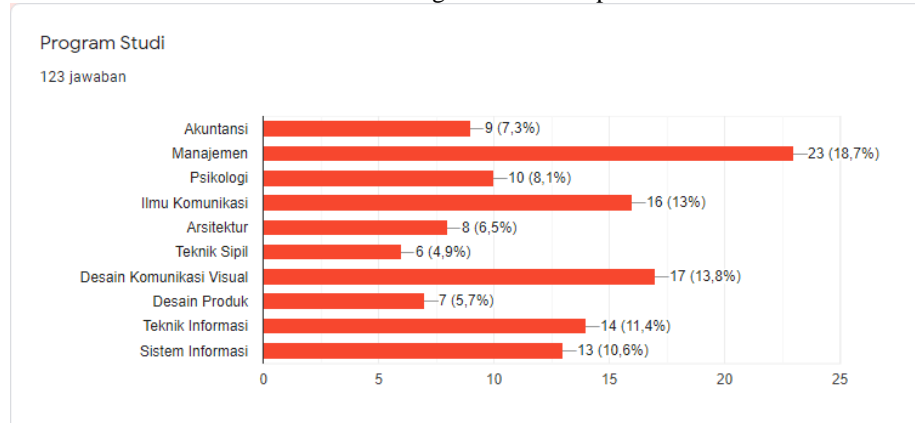


Sumber: data diolah tahun 20

Dilihat dari konsekuensi informasi yang diperoleh, Gambar 4.2 menunjukkan bahwa usia responden terbanyak adalah 21 tahun, dengan jumlah sebesar 43 orang. Selanjutnya usia 20 tahun dengan jumlah sebesar 38 orang. Usia 19 tahun dengan jumlah sebesar 25 orang. Pada usia 22 tahun dengan jumlah sebesar 12 orang. Usia 18 tahun dengan jumlah 4 orang. Dan usia 23 tahun dengan jumlah sebesar 1 orang. Hasil tersebut menunjukkan bahwa Mahasiswa angkatan tahun 2021 di Universitas Pembangunan Jaya lebih banyak/dominan mahasiswa berusia 21 tahun.

c. Program Studi

Gambar 4.3 Program Studi Responden



Sumber: data diolah tahun 2022

Dilihat dari konsekuensi informasi yang didapat, berasal dari program studi Manajemen yaitu dengan jumlah sebesar 23 orang. Selanjutnya Program studi Desain komunikasi visual dengan jumlah sebesar 17 orang. Program studi ilmu komunikasi dengan jumlah sebesar 16 orang. Program studi Teknik informasi dengan jumlah 14 orang. Program studi Sistem Informasi dengan jumlah sebesar 13 orang. Program studi Psikologi dengan jumlah 10 individu. Pembakuan berkonsentrasi pada program dengan jumlah 9 orang. Desain berkonsentrasi pada program dengan jumlah 8 individu. Berkonsentrasi pada program Desain Produk dengan jumlah 7 orang. Dan Program studi Teknik Sipil dengan responden paling sedikit yaitu berjumlah 6 orang. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa di Universitas Pembangunan Jaya lebih banyak/dominan mahasiswa manajemen.

4.2 Pembahasan Pengujian Analisis

4.2.1 Analisis Deskriptif

4.2.1.1 Hasil Analisis Deskriptif Keseluruhan

Tabel 4.1 Analisis Deskriptif Keseluruhan

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Suatu Produk	123	18.00	39.00	32.3821	4.79330
Harga	123	4.00	20.00	16.3008	2.75781
Promosi	123	12.00	25.00	20.3740	2.69303

Keputusan Pembelian	123	14.00	30.00	25.0732	3.47160
Valid N (listwise)	123				

Sumber: data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel descriptive diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Responden (N) berjumlah 123.
2. Nilai terkecil (Minimum) pada Kualitas Suatu Item (x1) = 18. Biaya (x2) = 4. Uang Muka (x3) = 14. Keputusan Beli (Y) = 16.
3. Nilai terbesar (Maksimum) pada Kualitas Suatu Item (x1) 39. Biaya (x2) 20. Kemajuan (x3) 25. Pilihan Beli (Y) 30.
4. Rata-rata nilai dari 123 responden atau Mean pada Kualitas Suatu Produk (x1) 32,38. Harga (x2) 16,30. Promosi (x3) 20,37. keputusan pembelian (Y) 25,07.
5. Dan Standar deviasi pada Kualitas Suatu Produk (x1) 4,79. Harga (x2) 2,75. Promosi (x3) 2,69. keputusan pembelian (Y) 3,47.

4.2.2 Uji Validitas dan Realibilitas

1. Uji Validitas

digunakan untuk mengukur legitimasi konsekuensi dari jawaban jajak pendapat yang menunjukkan estimasi instrumen estimasi. Untuk menentukan syarat minimum valid adalah r_{hitung} lebih besar dan sama 0,05, (Sugiyono, 2018).

Ketentuan uji legitimasi adalah sebagai berikut:

- 1) Dalam hal nilai r angka juggling $> r$ tabel, cenderung dinyatakan kritis atau sah.
- 2) Dalam hal nilai r hitung $< r$ tabel, maka sangat baik dapat dinyatakan tidak penting atau tidak valid.
- 3) Diketahui $r_{tabel} = n = 123 = 0.175$

Tabel 4.2 Uji Validitas Kualitas Suatu Produk

Variabel	Pertanyaan	r tabel	r hitung	Keterangan
Kualitas Suatu Produk	QP1X1	0.175	0.438	Valid
	QP2X1	0.175	0.784	Valid
	QP3X1	0.175	0.680	Valid
	QP4X1	0.175	0.701	Valid
	QP5X1	0.175	0.639	Valid
	QP6X1	0.175	0.694	Valid
	QP7X1	0.175	0.686	Valid
	QP8X1	0.175	0.622	Valid

Sumber: data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, menunjukkan bahwa konsekuensi dari uji legitimasi terhadap variabel Kualitas Produk (X1), yang menyatakan bahwa semua pernyataan yang dicatat di atas, memiliki nilai r angka juggling > r tabel, dengan derajat kritis 5%. Hal ini cenderung dianggap bahwa setiap pointer (X1) diucapkan substansial.

Tabel 4.3 Uji Validitas Harga

Variabel	Pernyataan	r tabel	r hitung	Keterangan
Harga	Pri1X2	0.175	0.738	Valid
	Pri2X2	0.175	0.817	Valid
	Pri3X2	0.175	0.738	Valid
	Pri4X2	0.175	0.703	Valid

Sumber: data diolah tahun 2022

Dilihat dari tabel 4.3 di atas, menyatakan bahwa konsekuensi dari uji legitimasi pada variabel biaya (X2), yang menyatakan bahwa semua pernyataan di atas memiliki nilai r hitung > r tabel pada derajat kritis 5%. Ini bisa disimpulkan bahwa setiap variabel pointer (X2) dinyatakan substansial.

Tabel 4.4 Uji Validitas Promosi

Variabel	Pernyataan	r tabel	r hitung	Keterangan
Promosi	Prom1X3	0.175	0.512	Valid
	Prom2X3	0.175	0.706	Valid
	Prom3X3	0.175	0.607	Valid
	Prom4X3	0.175	0.721	Valid
	Prom5X3	0.175	0.611	Valid

Sumber: data diolah tahun 2022

Dilihat dari tabel 4.4 di atas, menyatakan bahwa konsekuensi dari uji

legitimasi pada variabel Promosi (X3), yang menyatakan bahwa semua pernyataan di atas memiliki nilai r hitung > r tabel, dengan derajat kritis 5% . Hal ini cenderung dianggap bahwa setiap variabel penanda (X3) diucapkan substansial.

Tabel 4.5 Uji Validitas Keputusan Pembelian

Variabel	Pernyataan	r tabel	r hitung	Keterangan
Keputusan Pembelian	BD1Y	0.175	0.564	Valid
	BD2Y	0.175	0.766	Valid
	BD3Y	0.175	0.719	Valid
	BD4Y	0.175	0.777	Valid
	BD5Y	0.175	0.668	Valid
	BD6Y	0.175	0.669	Valid

Sumber: data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.5 di atas menyatakan bahwa konsekuensi uji legitimasi pada variabel Keputusan Pembelian (Y) yang menyatakan bahwa semua pernyataan di atas memiliki nilai r hitung > r tabel dengan derajat besar 5%. Sehingga cenderung dapat disimpulkan bahwa setiap variabel penanda (Y) dinyatakan substansial.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 4.6 Uji Reliabilitas Kualitas Suatu Produk

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.807	.812	8

Sumber: data diolah tahun 2022

Berdasarkan table 4.6 yang telah dilakukan uji reliabilitas, variabel Kualitas Suatu Produk memiliki nilai Cronbach's Alpha > 0,600. Nilai Cronbach's Alpha pada variabel Quality of a Product adalah 0,807, sehingga dapat dikatakan bahwa penegasan variabel Quality of a Product memiliki ketergantungan yang besar. Ini menunjukkan bahwa instrumen reliabel dan layak digunakan serta tidak diperlukan pengujian ulang.

Tabel 4.7 Uji Reliabilitas Harga

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.727	.742	4

Sumber: data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.7 yang telah diuji ketergantungannya, variabel biaya memiliki nilai Cronbach's Alpha > 0.600 . Nilai Cronbach's Alpha pada variabel Price adalah 0,727, sehingga dapat dikatakan bahwa hal-hal dalam proklamasi variabel Price memiliki ketergantungan yang besar. Ini menunjukkan bahwa instrumen reliabel dan layak digunakan serta tidak diperlukan pengujian ulang.

Tabel 4.8 Uji Reliabilitas Promosi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.627	.665	5

Sumber: data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.8 yang telah dilakukan pada uji ketergantungan, variabel Promosi memiliki nilai Cronbach's Alpha $> 0,600$, hal ini karena nilai Cronbach's Alpha pada variabel Promosi adalah 0,627, sehingga dapat dikatakan bahwa item-item pernyataan pada variabel Promosi, memiliki realibilitas yang baik. Maka dengan hal ini dapat menunjukkan instrumen yang reliabel dan layak digunakan serta tidak diperlukan pengujian ulang.

Tabel 4.9 Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.778	.786	6

Sumber: data diolah tahun 2022

Dilihat dari tabel 4.9 yang telah diuji ketergantungannya, variabel pilihan pembelian memiliki nilai Cronbach's Alpha > 0.600 . Nilai Cronbach's Alpha pada

variabel pilihan pembelian adalah 0,778, sehingga dapat dikatakan bahwa hal-hal penegasan dari variabel pilihan pembelian memiliki ketergantungan yang besar. Ini menunjukkan bahwa instrumen reliabel dan layak digunakan serta tidak diperlukan pengujian ulang.

Tabel 4.10 Uji Reliabilitas X1, X2, X3 dan Y

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.778	.803	4

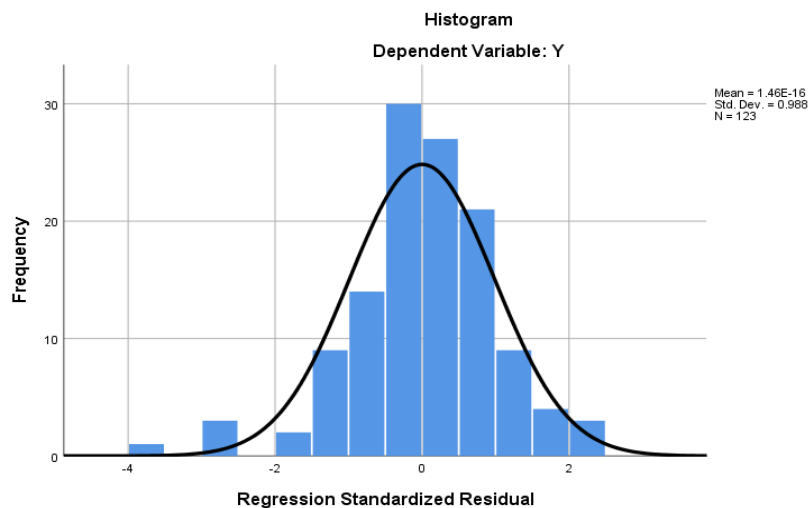
Berdasarkan tabel 4.10 yang telah dilakukan uji reliabilitas, variabel X1, X2, X3 dan Y memiliki nilai Cronbach's Alpha > 0,600. Nilai Cronbach's Alpha pada variabel X1, X2, X3 dan Y yaitu 0,778 maka dapat dikatakan bahwa variabel X1, X2, X3 dan Y memiliki reliabilitas yang baik. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen reliabel dan layak digunakan serta tidak diperlukan pengujian ulang.

4.2.3 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Didalam Dalam uji keteraturan ini, spesialis memilih tiga hasil eksperimen, yaitu Histogram, Plot Normal P, dan Satu Sampel Kolmogorov-Smirnov. Intinya adalah untuk menjelaskan lebih lanjut terlepas dari apakah informasi tersebut disebarluaskan secara teratur. Berikutnya adalah hasil yang diperoleh :

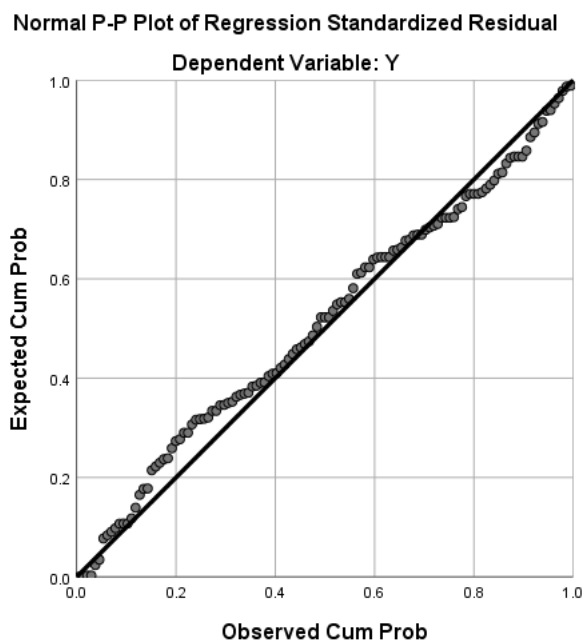
Gambar 4.4 Histogram Normalitas



Sumber: data diolah tahun 2022

Dilihat dari Gambar 4.3 di atas, akibat dari diagram histogram mengikuti garis diagram histogram sehingga terlihat seperti bentuk tikungan, maka informasi di atas menunjukkan bahwa model relaps memenuhi kecurigaan kewajaran.

Gambar 4.5 Normal P-P Plot



Sumber: data diolah tahun 2022

Pada gambar di atas, diketahui bahwa informasi dengan Plot Normal P pada variabel terikat (Purchase Decision) yang digunakan diumumkan tersampaikan secara teratur atau mendekati tipikal. Hal ini karena fokusnya

Pada gambar tersebut, penyebaran memiliki ciri-ciri menyebar atau bergerak

menuju garis sudut ke sudut dan fokus penyebaran informasi dalam heading yang sama mengikuti garis miring.

Tabel 4.11 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		123
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.48463947
Most Extreme Differences	Absolute	.078
	Positive	.053
	Negative	-.078
Test Statistic		.078
Asymp. Sig. (2-tailed)		.061 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: data diolah tahun 2022

Pada tabel diatas uji keteraturan memiliki nilai kepentingan 0,061, khususnya nilai sig > 0,05. Jadi sangat baik dapat dianggap bahwa informasi tersebut biasanya disampaikan. Informasi dalam penelitian ini memiliki perubahan yang serupa, sehingga informasi tersebut layak untuk digunakan. Karena informasi tersebut telah memenuhi kebutuhan penanganan informasi untuk menguji spekulasi tersebut, maka informasi di atas dapat digunakan untuk menguji teori berikut, lebih spesifiknya dengan memanfaatkan uji t.

b. Uji Multikolinieritas

Tabel 4.12 Uji Multikolinieritas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	4.858	1.975		2.460	.015		
	X1	.220	.055	.303	3.963	.000	.734	1.362
	X2	.412	.099	.327	4.177	.000	.702	1.425
	X3	.313	.101	.243	3.118	.002	.708	1.412

a. Dependent Variable: Y

Sumber: data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel di atas harus terlihat bahwa setiap variabel independen memiliki:

1. Kualitas Suatu Produk (X1)

- a) Resistansi: $0,734 > 0,1$
- b) VIF: $1,362 < 10$

2. Harga (X2)

- a) Tolerance: $0,702 > 0,1$
- b) VIF: $1,425 < 10$

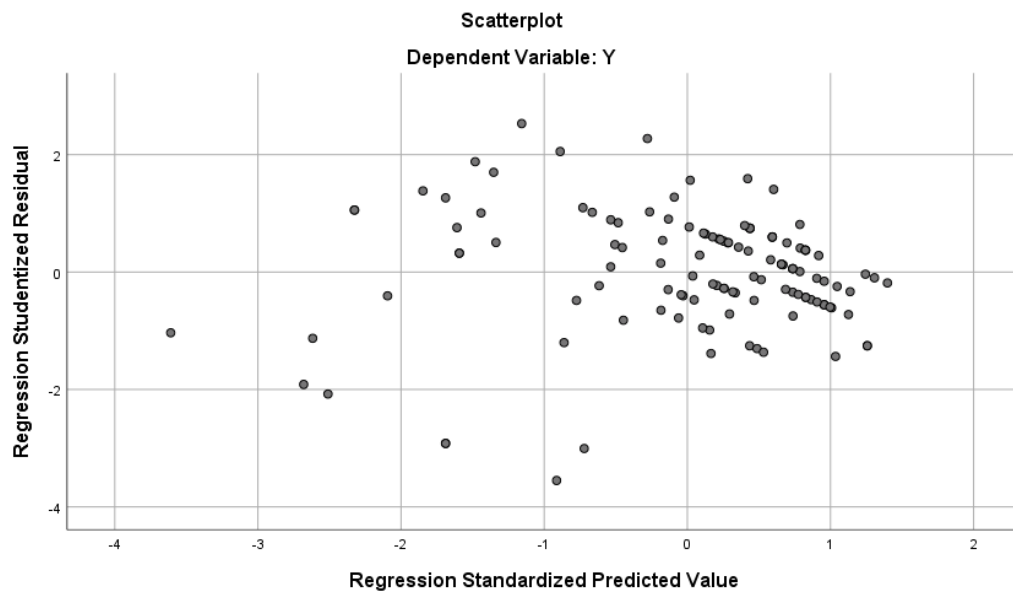
3. Promosi (X3)

- a) Tolerance: $0,708 > 0,1$
- b) VIF: $1,412 < 10$

Dari tabel di atas, sangat terlihat bahwa nilai resiliensi kedua faktor otonom lebih dari 0,1 dan VIF di bawah 10, sehingga cenderung dianggap bahwa semua faktor bebas dinyatakan tidak memiliki efek samping multikolinearitas. sehingga informasi tersebut dapat dimanfaatkan untuk pemeriksaan tambahan.

c. Uji Heteroskedastisitas

Gambar 4.6 Scatterplot



Sumber: data diolah tahun 2022

Dari hasil uji heteroskedastisitas yang telah selesai, itulah yang terlihat dalam penelitian ini nilai kepentingan kemungkinan setiap variabel dalam model relaps lebih menonjol dari 0,05 (5%). Akibatnya dapat dikatakan bahwa model relaps dalam penelitian ini tidak mengandung heteroskedastisitas.

4.2.4 Uji Koefisien Korelasi

Tabel 4.13 Uji Koefisien Korelasi

		X1	X2	X3	Y
X1	Pearson Correlation	1	.448**	.431**	.553**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	123	123	123	123
X2	Pearson Correlation	.448**	1	.478**	.579**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	123	123	123	123
X3	Pearson Correlation	.431**	.478**	1	.533**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	123	123	123	123
Y	Pearson Correlation	.553**	.579**	.533**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	123	123	123	123

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: data diolah tahun 2022

Berdasarkan nilai R_{hitung} (Pearson Correlations) pada tabel output diatas, dinyatakan:

1. Nilai R hitung pada hubungan antara sifat suatu barang (X1) dan pilihan pembelian (Y) adalah 0,553, yang lebih menonjol daripada nilai R_{tabel} 0,175, sehingga cenderung beralasan bahwa ada area kekuatan untuk suatu atau hubungan yang solid di mana hasilnya mendekati 1, menunjukkan adanya dampak positif antara faktor-faktor yang dicoba adalah area kekuatan untuk luar biasa. antara variabel Kualitas Suatu Produk (X1) dengan variabel Keputusan Pembelian (Y).
2. Nilai R hitung dalam hubungan antara Harga (X2) dan Keputusan Pembelian (Y) adalah 0,579, yang lebih menonjol daripada nilai R_{tabel} 0,175, sehingga cenderung beralasan bahwa ada area kekuatan utama untuk suatu atau suatu solid. hubungan di mana hasilnya mendekati 1 yang menunjukkan energi tumbukan

antara faktor-faktor yang dicoba adalah bidang kekuatan untuk sangat. antara variabel Harga (X2) dan variabel Keputusan Pembelian (Y).

3. Nilai R_{hitung} pada hubungan Kemajuan (X3) dengan Keputusan Pembelian (Y) adalah 0,533 yang hasil ini lebih menonjol daripada nilai R_{tabel} 0,175, sangat baik dapat disimpulkan bahwa ada bidang kekuatan utama untuk atau koneksi yang solid di mana hasilnya mendekati 1 menunjukkan dampak positif antara faktor-faktor tersebut. faktor-faktor yang dicoba adalah area kekuatan untuk yang luar biasa. antara variabel Promosi (X3) dan variabel Keputusan Pembelian (Y).

4.2.5 Pengujian Hipotesis

4.2.5.1 Analisis Regresi Linear Sederhana (Uji T (Parsial))

Tabel 4.14 Analisis Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients				
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.858	1.975		2.460	.015		
	X1	.220	.055	.303	3.963	.000	.734	1.362
	X2	.412	.099	.327	4.177	.000	.702	1.425
	X3	.313	.101	.243	3.118	.002	.708	1.412

a. Dependent Variable: Y
Sumber: data diolah tahun 2022

Teknik pemeriksaan relaps yang digunakan dalam eksplorasi ini adalah pemeriksaan relaps langsung yang berbeda. Konsekuensi dari berbagai pemeriksaan kekambuhan langsung dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. $Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$
2. $Y = 4,858 + 0,220 X_1 + 0,412 X_2 + 0,313 X_3$

1. Nilai reliabel (α) menunjukkan nilai positif sebesar 4,858. Angka ini merupakan angka konstan yang mempunyai arti bahwa Kualitas Suatu Produk (X1), Harga (X2), dan Promosi (X3) maka nilai konsisten keputusan pembelian (Y) adalah sebesar 4,858.

2. **B1** = Nilai koefisien relaps variabel Quality of a Product (X1) menunjukkan nilai positif sebesar 0,220 atau 22,0% bahwa setiap peningkatan atau penambahan 1% kualitas suatu produk (X1), maka Keputusan Pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,220 atau 22,0% dengan asumsi variabel lain tetap. Nilai koefisien regresi tersebut bernilai plus (+), maka dapat dikatakan bahwa Kualitas Suatu Produk (X1) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y). Sehingga persamaan regresinya adalah $Y = 4,858 + 0,220 X1$.

B2 = Nilai koefisien regresi variabel Harga (X2) menunjukkan nilai positif sebesar 0,412 atau 41,2% bahwa setiap peningkatan atau penambahan 1% tingkat Harga (X2) maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,412 atau 41,2% dengan asumsi variabel lain tetap. Nilai koefisien regresi tersebut bernilai plus (+), maka dapat dikatakan bahwa Harga (X2) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y). Sehingga persamaan regresinya adalah $Y = 4,858 + 0,412 X2$.

B3 = Nilai koefisien regresi Promosi (X3) menunjukkan nilai positif sebesar 0,313 atau 31,3% bahwa setiap peningkatan atau penambahan 1% tingkat Promosi (X3) maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,313 atau 31,3% dengan asumsi variabel lain tetap. Nilai koefisien regresi tersebut bernilai plus (+), maka dapat dikatakan bahwa Promosi (X3) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y). Sehingga persamaan regresinya adalah $Y = 4,858 + 0,313 X3$.

Tabel 4.15 Uji Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Toleranc e	VIF

1	(Constan t)	4.858	1.975		2.460	.015		
	X1	.220	.055	.303	3.963	.000	.734	1.362
	X2	.412	.099	.327	4.177	.000	.702	1.425
	X3	.313	.101	.243	3.118	.002	.708	1.412

a. Dependent Variable: Y

Sumber: data diolah tahun 2022

Uji kepentingan setengah jalan (uji t) diarahkan untuk melihat apakah faktor bebas secara eksklusif pada dasarnya mempengaruhi variabel terikat. Terlebih lagi, memiliki opsi untuk menunjukkan variabel mana yang paling dominan. Dalam menentukan t tabel, nilai yang digunakan adalah 0,05 dengan estimasi bahwa jika nilai t hitung > nilai t tabel, H0 ditolak dan H1 diakui, maka jika nilai t hitung < nilai t tabel, H0 diakui dan H1 ditolak. Hasil uji t (uji pecahan) adalah sebagai berikut:

Tabel 4.15 menunjukkan bahwa variabel sifat suatu barang (X1) mempengaruhi pilihan pembelian karena memiliki nilai kepentingan di bawah angka 0,05 yaitu 0,000 dan variabel biaya (X2) juga mempengaruhi variabel pilihan pembelian (Y) karena memiliki pentingnya harga diri di bawah angka 0,05 yaitu 0,000. Selain itu, variabel kemajuan (X3) berpengaruh signifikan terhadap variabel pilihan pembelian (Y) karena memiliki nilai kepentingan di bawah 0,05, yaitu 0,002.

Nilai t tabel dalam penelitian ini adalah 1,980, nilai ini tentunya di bawah t hitung untuk variabel sifat suatu item (X1) dengan nilai t sebesar 3,963, maka sifat item (X1) mempengaruhi pilihan beli (Y) dan pada variabel biaya (X2) dengan nilai t-hitung sebesar 4,177, nilai (X2) juga mempengaruhi pilihan pembelian (Y).

Terakhir, untuk variabel kemajuan (X3) dengan nilai t-hitung sebesar 3,118, kemajuan (X3) mempengaruhi pilihan pembelian (Y).

4.2.5.2 Analisis Linear Berganda (Uji f)

Tabel 4.16 Uji Simultan (Uji f)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.

1	Regression	717.183	3	239.061	37.772	.000 ^b
	Residual	753.159	119	6.329		
	Total	1470.341	122			

a. Dependent Variable: Y

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

Sumber: data diolah tahun 2022

Berdasarkan Tabel 4.17 diperoleh bahwa harga F yang ditentukan adalah 37,772 dengan derajat kritis $0,000 < \alpha 0,05$ (5%). F yang ditentukan selanjutnya adalah $37,772 > F$ tabel yaitu 2,68. F tabel adalah suatu nilai pasti yang digunakan sebagai korelasi, apakah suatu pengujian yang pemanfaatannya ditentukan F seharusnya besar atau tidak. Cara mendapatkan tabel F adalah dari jumlah pengujian dikurangi jumlah faktor, yaitu $df2 = n - k = 123 - 4 = 119$, dan jumlah faktor dikurangi 1, sehingga $df1 = k - 1 = 4 - 1 = 3$. Maka hasil yang diperoleh dari tabel F adalah 2 ,68. Selanjutnya, bersama-sama sifat suatu barang, biaya, dan kemajuan secara fundamental mempengaruhi pilihan pembelian.

4.2.5.3 Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4.17 Tabel Koefisien Determinasi Variabel X1, X2, X3 Terhadap Y

Model Summary^b

Model	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
					F Change	df1	df2	
1	.698 ^a	.488	2.51576	.488	37.772	3	119	.000

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

b. Dependent Variable: Y

Sumber: data diolah tahun 2022

In view of the table, it very well may be seen that the coefficient of assurance or Adjusted R Square is 0.698 or 69.8%, it tends to be deciphered that 69.8% Purchase Decision (Y) is impacted by the Quality of a Product (X1), Price (X2), and Promotion (X3) while the excess 31.2% was impacted by different variables excluded from the review.

4.3 Pembahasan

Berdasarkan Analisis pengujian variabel yang telah dilakukan, maka peneliti memperoleh hasil yang dapat diuraikan seperti ini:

4.3.1 Pengaruh Kualitas Suatu Produk (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Hasil eksperimen menunjukkan bahwa sifat suatu barang mempengaruhi pilihan pembelian (Y) bagi mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya dalam memilih membeli suatu barang di pusat niaga shopee. Konsekuensi dari pengujian variabel harus terlihat pada tabel 4.15. Besarnya dampak sifat suatu item (X1) adalah 0,220. Nilai kritis (Sig) untuk sifat suatu item (X1) adalah $0,000 < \alpha 0,05$.

Maka keputusannya adalah H_1 diterima, sehingga hipotesis membuktikan bahwa kualitas suatu produk (X_1) untuk pilihan beli (Y) diakui. Konsekuensi dari pengujian yang telah dilakukan memiliki variabel kualitas barang (X1) yang secara fundamental mempengaruhi pilihan pembelian (Y). Hal ini menunjukkan bahwa sifat suatu barang (X1) yang dihadirkan oleh pusat niaga shopee dapat mempengaruhi pilihan beli (Y) mahasiswa dalam membeli barang.

4.3.2 Pengaruh Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Hasil eksperimen menunjukkan bahwa nilai (X2) mempengaruhi pilihan pembelian (Y) pada mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya dalam pembelian suatu produk di *marketplace* shopee. Konsekuensi dari pengujian variabel harus terlihat pada tabel 4.15. Besarnya dampak biaya (X2) adalah 0,412. Nilai kritis (Sig) untuk item tersebut adalah $0,000 < \alpha 0,05$. Kemudian, pada saat itu, pilihannya adalah bahwa H_2 diakui sehingga spekulasi menunjukkan bahwa biaya pada pilihan beli (Y) diakui. Konsekuensi dari pengujian yang telah dilakukan benar-benar bermaksud bahwa terdapat variabel biaya (X2) yang pada dasarnya mempengaruhi pilihan pembelian (Y). Masalah ini membuktikan bahwa harga (X_2) yang terdapat di *marketplace* shopee dapat mempengaruhi keputusan pembelian (Y) pada mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya dalam membeli suatu produk.

4.3.3 Pengaruh Promosi (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Hasil eksperimen menunjukkan bahwa kemajuan (X3) mempengaruhi pilihan pembelian (Y) di mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya dalam pembelian produk di *marketplace* shopee. Efek samping dari pengujian variabel harus terlihat pada tabel 4.15. Besarnya pengaruh kemajuan (X3) adalah 0,313. Nilai kritis (Sig) untuk kemajuan (X3) adalah $0,002 < \alpha 0,05$. Jadi pilihannya adalah H3 diakui sehingga spekulasi menunjukkan bahwa kemajuan (X3) pada pilihan beli (Y) diakui. Konsekuensi dari pengujian yang telah dilakukan benar-benar bermaksud bahwa terdapat variabel kemajuan (X3) yang secara fundamental mempengaruhi pilihan pembelian (Y).

Masalah ini membuktikan bahwa promosi (X₃) yang terdapat di *marketplace* shopee dapat mempengaruhi keputusan pembelian (Y) pada mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya dalam membeli produk.

4.3.4 Pengaruh Kualitas Suatu Produk (X1), Harga (X2) Promosi (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Hasil eksperimen menunjukkan bahwa sifat suatu barang (X1), nilai (X2), dan kemajuan (X3) secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap pilihan beli (Y) mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya dalam membeli barang di shopee. Pusat komersil. Konsekuensi dari pengujian variabel harus terlihat pada tabel 4.9. Besarnya pengaruh sifat suatu item (X1), nilai (X2), spot, dan kemajuan (X3) adalah 0,000, dan itu berarti lebih kecil dari derajat kritis 0,05, maka H4 diakui. Selain itu, pada tabel 4.18 dengan uji F, ditentukan F yang dihasilkan adalah $37,772 > F$ tabel adalah 2,48 dimana jika F yang dihasilkan lebih besar dari F tabel, maka spekulasi tersebut diakui. Artinya variabel otonom (X1), variabel (X2), dan variabel (X3) secara keseluruhan mempengaruhi variabel terikat (Y). Dengan cara ini, itu cenderung selesai

bahwa ada pengaruh sifat variabel suatu barang (X1), nilai (X2), dan kemajuan (X3) terhadap pilihan pembelian (Y) pada mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya dalam membeli produk.