

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian Dan Karakteristik

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat di Jabodetabek yang pernah membeli produk Mie Gacoan dan pernah mengunjungi Mie Gacoan serta berdomisili di Jabodetabek. Selama pengumpulan data melalui kuisioner dilakukan dengan menyebarkan Google Form yang disebarakan melalui media sosial seperti Instagram, Whatsapp, dan Line. Dengan Teknik pengambilan sampel yang digunakan, maka diperlukan sebanyak 130 responden yang dapat digunakan dalam penelitian untuk mengolah data. Peneliti memerlukan pengumpulan data terhadap jumlah data yang didapatkan agar mengetahui apakah responden memenuhi kriteria yang diinginkan. Setelah melewati pengumpulan data bahwa 130 responden dapat digunakan untuk diuji validitasnya.

Berdasarkan jumlah jawaban responden yang sudah terkumpul melalui kuisioner yang disebarakan secara online, dapat diketahui bahwa karakteristik dari setiap responden mengenai jenis kelamin, usia, profesi/pekerjaan, penghasilan, domisili, dan lokasi pembelian. Penggolongan yang dilakukan kepada responden dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara jelas dan akurat tentang gambaran responden sebagai objek penelitian.

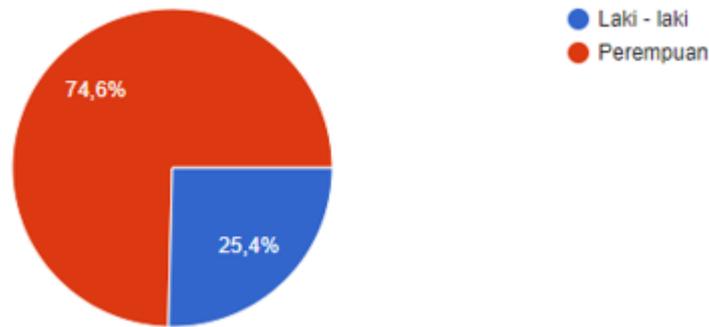
4.1.1 Karakteristik Responden

Hasil yang telah dicapai dari 130 responden yang telah mengisi kuisioner penelitian ini, dengan jumlah item pernyataan sebesar 22 item. Kuisioner ini disebarakan dengan menggunakan google form. Dengan karakteristik responden, sebagai berikut:

1. Pernah membeli Mie Gacoan di Jabodetabek
2. Pernah mengunjungi Mie Gacoan di Jabodetabek
3. Berdomisili di Jabodetabek

Berdasarkan penyebaran kuisioner yang telah dilakukan oleh peneliti yang ditunjukkan untuk 130 responden, dengan demikian telah didapatkan hasil data tentang karakteristik responden, sebagai berikut :

1. Jenis Kelamin



Gambar 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

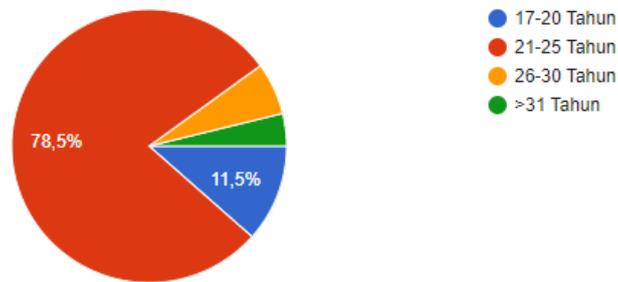
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
1.	Laki – Laki	33	25,4%
2.	Perempuan	97	74,6%
Jumlah		130	100%

Sumber : Data Primer diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 4.1 diketahui dari 130 responden yang digunakan dalam sampel penelitian ini sebanyak 97 orang atau 74,6% berjenis kelamin perempuan, sedangkan 33 orang atau 25,4% sisanya berjenis kelamin laki - laki. Sehingga dapat disimpulkan bahwa lebih banyak responden atau konsumen perempuan yang membeli dan mengunjungi Mie Gacoan di Jabodetabek.

2. Usia



Gambar 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Usia

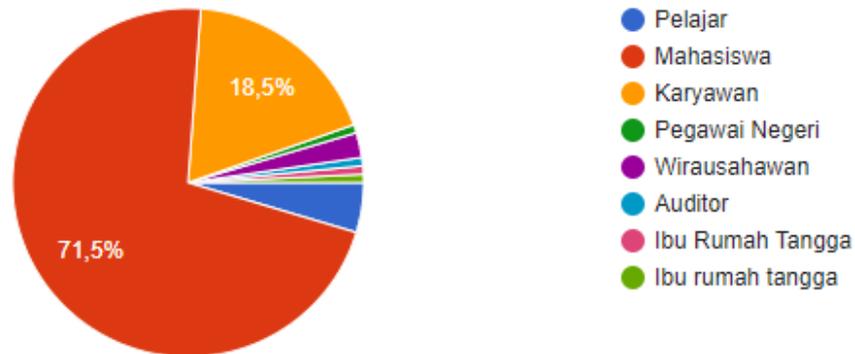
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah Responden	Persentase
1.	17-20 Tahun	15	11,5%
2.	21- 25 Tahun	102	78,5%
3.	26-30 Tahun	8	6,2%
4.	>31 Tahun	5	3,8%
Jumlah		130	100%

Sumber : Data Primer diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 4.2 diketahui dari 130 responden yang digunakan dalam sampel penelitian ini sebanyak 15 orang atau 11,5% berusia 17 – 20 tahun, 102 orang atau 78,5% berusia 21 – 25 tahun, 8 orang atau 6,2% berusia 26 – 30 tahun, dan 5 orang atau 3,8% berusia diatas 31 Tahun. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden dan konsumen Mie Gacoan paling banyak adalah di usia 21 – 25 tahun. Karena pada usia tersebut orang sedang mengikuti tren makanan yang sedang viral.

3. Profesi



Gambar 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Profesi

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi

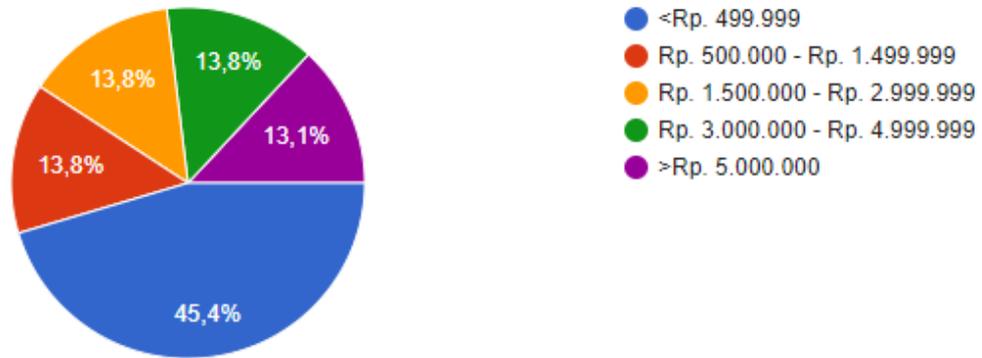
No.	Profesi	Jumlah Responden	Presentase1
1.	Pelajar	6	4,6%
2.	Mahasiswa	93	71,5%
3.	Karyawan	24	18,5%
4.	Pegawai Negeri	1	0,8%
5.	Wirausahawan	3	2,3%
6.	Auditor	1	0,8%
7.	Ibu Rumah Tangga	2	1,6%
	Jumlah	130	100%

Sumber : Data Primer diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 4.3 diketahui dari 130 responden yang digunakan dalam sampel penelitian ini sebanyak 6 orang atau 4,6% sebagai pelajar, 93 orang atau 71,5% sebagai mahasiswa, 24 orang atau 18,5% bekerja sebagai karyawan, 1 orang atau 0,8% bekerja sebagai Pegawai Negeri, 3 orang atau 2,3% sebagai wirausahawan, 1 orang atau 0,8% sebagai auditor, dan 2 orang atau 1,6% sebagai

Ibu Rumah Tangga. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden dan konsumen Mie Gacoan paling banyak adalah mahasiswa.

4. Penghasilan



Gambar 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Penghasilan

Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

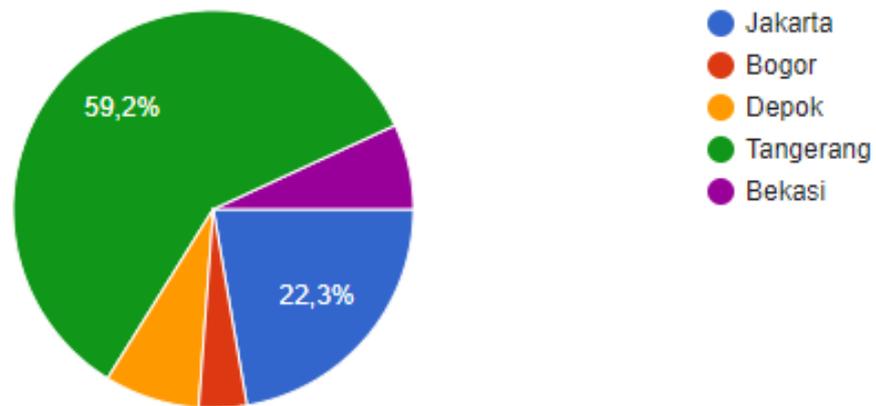
No.	Penghasilan	Jumlah Responden	Presentase
1.	<Rp. 499.999	59	45,4%
2.	Rp. 500.000 – Rp. 1.499.999	18	13,8%
3.	Rp. 1.500.000 – Rp. 2.999.999	18	13,8%
4.	Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.999	18	13,81%
5.	>Rp5.000.000	17	13,1%
Jumlah		130	100%

Sumber : Data Primer diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat diketahui dari 130 responden yang digunakan dalam sampel penelitian ini sebanyak 59 orang atau 45,4% memiliki penghasilan < Rp. 499.999, 18 orang atau 13,8% berpenghasilan Rp. 500.000 – Rp. 1.499.999, dan 18 orang atau 13,8% berpenghasilan Rp. 1.500.000 – Rp. 2.999.999, 18 orang

atau 13,8% berpenghasilan Rp. 3.000.000 – Rp. 4.999.999, dan 17 orang atau 13,1% berpenghasilan diatas Rp. 5.000.000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden dan konsumen Mie Gacoan paling banyak berpenghasilan dibawah Rp 499.999 atau jauh dibawah UMR Jabodetabek.

5. Domisili



Gambar 4. 5 Karakteristik Berdasarkan Domisili

Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

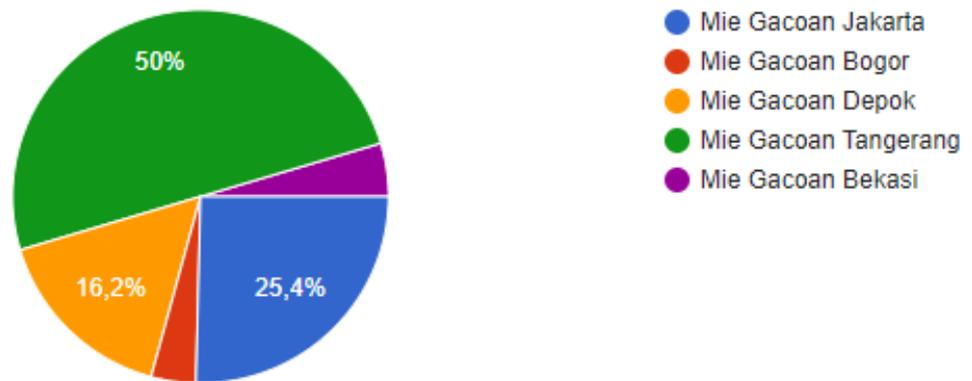
No.	Domisili	Jumlah Responden	Presentase
1.	Jakarta	29	22,3%
2.	Bogor	5	3,8%
3.	Depok	10	7,7%
4.	Tangerang	77	59,2%
5.	Bekasi	9	6,9%
Jumlah		130	100%

Sumber : Data Primer diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat diketahui dari 130 responden yang digunakan dalam sampel penelitian ini sebanyak 29 orang atau 22,3% berdomisili di Jakarta, 5 orang atau 3,8% berdomisili di Bogor, 10 orang atau 7,7% berdomisili di Depok,

77 orang atau 59,2% berdomisili di Tangerang, dan 9 orang atau 6,9% berdomisili di Bekasi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden dan konsumen Mie Gacoan di Jabodetabek berdomisili di Tangerang.

6. Lokasi Pembelian



Gambar 4. 6 Karakteristik Berdasarkan Lokasi Pembelian

Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Lokasi Pembelian

No.	Lokasi Pembelian	Jumlah Responden	Presentase
1.	Mie Gacoan Jakarta	33	25,4%
2.	Mie Gacoan Bogor	5	3,8%
3.	Mie Gacoan Depok	21	16,2%
4.	Mie GacoanTangerang	65	50%
5.	Mie Gacoan Bekasi	6	4,6%
Jumlah		130	100%

Sumber : Data Primer diolah (2023)

Berdasarkan Tabel 4.6 dapat diketahui dari 130 responden yang digunakan dalam sampel penelitian ini sebanyak 33 orang atau 25,4% berdomisili di Jakarta, 5 orang atau 3,8% berdomisili di Bogor, 21 orang atau 16,2% berdomisili di Depok, 65 orang atau 50% berdomisili di Tangerang, dan 6 orang atau 4,6% berdomisili di

Bekasi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Tangerang merupakan cabang yang memiliki jumlah pembelian paling banyak dalam penelitian ini.

Mayoritas konsumen Mie Gacoan dalam penelitian ini didominasi oleh Perempuan yang berusia 21 - 25 tahun atau Gen Z karena dalam rentang usia tersebut sedang mengikuti perkembangan tren makanan yang sedang viral di masyarakat luas. Dapat diketahui pula bahwa konsumen Mie Gacoan didominasi oleh mahasiswa dengan penghasilan kurang dari Rp 499.999 yang disebabkan tidak dimilikinya penghasilan sendiri. Selain itu, dapat disimpulkan pula bahwa mayoritas konsumen Mie Gacoan berdomisili di Tangerang, dimana cabang Tangerang memiliki jumlah pembelian terbanyak dalam penelitian ini.

4.2 Pembahasan Pengujian Analisis

4.2.1 Uji Validitas dan Reabilitas

1. Uji Validitas

Kualitas Produk

Tabel 4. 7 Uji Validitas Kualitas Produk

Kode Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X1.1	0,690	0.172	Valid
X1.2	0,726		Valid
X1.3	0,755		Valid
X1.4	0,582		Valid
X1.5	0,402		Valid

Sumber : Data olahan SPSS 2023

Nilai r tabel diperoleh dari signifikansi statistic $df = N - 2$ ($130 - 2 = 128$) pada taraf signifikan 5% ($\alpha=0.05$) yaitu sebesar 0.172. Berdasarkan tabel diatas setiap item Kualitas Produk memiliki r hitung $>$ r tabel. Seluruh item memiliki nilai $>$ 0.172 oleh karenanya maka dapat diartikan bahwa variabel Kualitas Produk (X1) pada penelitian ini valid. Maka variabel Kualitas Produk dapat digunakan sebagai instrument penelitian atau setiap pernyataan yang diajukan pada kuesioner dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti.

Harga

Tabel 4. 8 Uji Validitas Harga

Kode Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X2.1	0.672	0.172	Valid
X2.2	0.738		Valid
X2.3	0.650		Valid
X2.4	0.697		Valid
X2.5	0.609		Valid
X2.6	0.715		Valid

Sumber : Data olahan SPSS 2023

Nilai r tabel diperoleh dari signifikansi statistic $df = N - 2$ ($130 - 2 = 128$) pada taraf signifikan 5% ($\alpha=0.05$) yaitu sebesar 0.172. Berdasarkan tabel diatas setiap item Harga memiliki r hitung $>$ r tabel. Seluruh item memiliki nilai $>$ 0.172 oleh karenanya maka dapat diartikan bahwa variabel Harga (X2) pada penelitian ini valid. Maka variabel Harga dapat digunakan sebagai instrument penelitian atau setiap pernyataan yang diajukan pada kuesioner dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti.

Lokasi

Tabel 4. 9 Uji Validitas Lokasi

Kode Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X3.1	0.557	0.172	Valid
X3.2	0.540		Valid
X3.3	0.572		Valid
X3.4	0.776		Valid
X3.5	0.752		Valid

Sumber : Data olahan SPSS 2023

Nilai r tabel diperoleh dari signifikansi statistic $df = N - 2$ ($130 - 2 = 128$) pada taraf signifikan 5% ($\alpha=0.05$) yaitu sebesar 0.172. Berdasarkan tabel diatas setiap item Lokasi memiliki r hitung $>$ r tabel. Seluruh item memiliki nilai $>$ 0.172 oleh karenanya maka dapat diartikan bahwa variabel Lokasi (X3) pada penelitian ini valid. Maka variabel Lokasi dapat digunakan sebagai instrument penelitian atau setiap pernyataan yang diajukan pada kuesioner dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti.

Keputusan Pembelian

Tabel 4. 10 Uji Validitas Keputusan Pembelian

Kode Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Y1	0.576	0.172	Valid
Y2	0.473		Valid
Y3	0.578		Valid
Y4	0.621		Valid
Y5	0.673		Valid
Y6	0.589		Valid

Sumber : Data olahan SPSS 2023

Nilai r tabel diperoleh dari signifikansi statistic $df = N - 2$ ($130 - 2 = 128$) pada taraf signifikan 5% ($\alpha=0.05$) yaitu sebesar 0.172. Berdasarkan tabel diatas setiap item Keputusan Pembelian memiliki r hitung $>$ r tabel. Seluruh item memiliki nilai $>$ 0.172 oleh karenanya maka dapat diartikan bahwa variabel Keputusan Pembelian (Y) pada penelitian ini valid. Maka variabel Keputusan Pembelian dapat digunakan sebagai instrument penelitian atau setiap pernyataan yang diajukan pada kuesioner dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti.

2. Uji Reabilitas

Kualitas Produk

Tabel 4. 11 Uji Reabilitas Kulit Produk

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,629	5

Sumber : Data olahan SPSS 2023

Berdasarkan data uji reabilitas diatas diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel Kualitas Produk adalah 0.629 dimana nilai tersebut > 0.60 . Oleh karena itu dapat diartikan bahwa instrument Kualitas Produk dinyatakan reliabel.

Tabel 4. 12 Uji Reabilitas Harga

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,761	6

Sumber : Data olahan SPSS 2023

Berdasarkan data uji reabilitas diatas diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel Harga adalah 0.761 dimana nilai tersebut > 0.60 . Oleh karena itu dapat diartikan bahwa instrument Harga dinyatakan reliabel.

Tabel 4. 13 Uji Reabilitas Lokasi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,638	5

Sumber : Data olahan SPSS 2023

Berdasarkan data uji reabilitas diatas diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel Lokasi adalah 0.638 dimana nilai tersebut > 0.60 . Oleh karena itu dapat diartikan bahwa instrument Lokasi dinyatakan reliabel.

Tabel 4. 14 Uji Reabilitas Keputusan Pembelian

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,619	6

Sumber : Data olahan SPSS 2023

Berdasarkan data uji reabilitas diatas diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel Keputusan Pembelian adalah 0.619 dimana nilai tersebut > 0.60. Oleh karena itu dapat diartikan bahwa instrument Keputusan Pembelian dinyatakan reliabel

4.2.2 Uji Asumsi Klasik

4.2.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji adanya distribusi normal atau tidak dalam sebuah model regresi dan kedua variabel. Uji normalitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov dengan penggunaan uji tersebut bertujuan untuk memperjelas apakah data berdistribusi normal atau tidak.

Tabel 4. 15 Uji Normalitas Kolmogrov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		130
Mean		0E-7
Normal Parameters ^{a,b}		
Std. Deviation		2,04689896
Absolute		,097
Most Extreme Differences	Positive	,067
	Negative	-,097
Kolmogorov-Smirnov Z		1,103
Asymp. Sig. (2-tailed)		,176

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data olahan SPSS 2023

Pada tabel Uji Normalitas diatas diketahui bahwa nilai signifikan 0.176 yaitu nilai sig > 0.05. Sehingga disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal. Data dalam penelitian ini memiliki varian yang sama, maka data layak digunakan.

Apabila nilai signifikansi diatas 5% atau 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi terdistribusi secara normal.

4.2.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji adanya kolerasi antar variabel bebas atau independen. Apabila uji dilakukan dengan bantuan SPSS, maka tidak adanya multikolinearitas dapat diketahui apabila nilai VIF < 10 dan nilai tolerance > 0.1.

Tabel 4. 16 Uji *Multikolinearitas*

Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
	(Constant)	6,492	1,958		3,315	,001		
1	Total X1	,374	,086	,351	4,353	,000	,687	1,456
	Total X2	,303	,077	,310	3,936	,000	,719	1,392
	Total X3	,154	,074	,158	2,075	,040	,766	1,305

a. Dependent Variable: Total Y

Sumber : Data olahan SPSS 2023

Hasil tabel diatas dapat dilihat bahwa masing-masing variabel independent memiliki :

1. Kualitas Produk (X1)
 - a. Colinearity Tolerance = 0.687 > 0.10
 - b. VIF = 1,456 < 10
2. Harga (X2)
 - a. Colinearity Tolerance = 0.719 > 0.10
 - b. VIF = 1.392 < 10
3. Lokasi (X3)
 - a. Colinearity Tolerance = 0.766 > 0.10
 - b. VIF = 1.305 < 10

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat nilai VIF dari ketiga variabel lebih kecil dari 10, dan nilai tolerance lebih besar dari 0.1. Sehingga dapat disimpulkan

bahwa penelitian ini tidak terdapat masalah multikolinearitas dalam persamaan regresi.

4.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. 17 Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2,009	1,280		1,569	,119
	Total X1	-,078	,056	-,148	-1,387	,168
	Total X2	,003	,050	,006	,061	,951
	Total X3	,051	,049	,106	1,053	,294

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber : Data olahan SPSS 2023

Berdasarkan tabel diatas dengan menggunakan Uji Glejser yang diketahui bahwa nilai Sig. Kualitas Produk sebesar 0.168, nilai Sig. Harga sebesar 0.951 dan Sig. Lokasi sebesar 0.294 dengan demikian karena seluruh nilai Sig. lebih besar dari 0.05 (tidak signifikan) maka disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.2.3 Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas yaitu Kualitas Produk (X1), Harga (X2) dan Lokasi (X3) secara keseluruhan terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian (Y).

Tabel 4. 18 Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	6,492	1,958		3,315	,001
	Total X1	,374	,086	,351	4,353	,000
	Total X2	,303	,077	,310	3,936	,000
	Total X3	,154	,074	,158	2,075	,040

a. Dependent Variable: Total Y

Sumber : Data olahan SPSS 2023

Berdasarkan Tabel diatas, diperoleh persamaan variabel yang mempengaruhi Keputusan Pembelian sebagai berikut :

$$Y = 6.492 + 0.374 X_1 + 0.303 X_2 + 0.154 X_3$$

1. Konstanta

Nilai konstanta (a) sebesar 6.492 yang berarti jika tidak ada perubahan pada variabel bebas yang terdiri dari variabel Kualitas Produk, Harga dan Lokasi yang mempengaruhi keputusan pembelian akan mempunyai nilai sebesar 6.492.

2. Koefisien Kualitas Produk (X1)

Variabel Kualitas Produk memiliki pengaruh yang positif terhadap Keputusan Pembelian, dengan koefisien regresi 0.374 yang artinya apabila variabel Kualitas Produk meningkat (satu) satuan, maka variabel keputusan pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 0.374 dengan berasumsi variabel lain tetap atau konstan.

3. Koefisien Harga (X2)

Variabel Harga memiliki pengaruh yang positif terhadap Keputusan Pembelian, dengan koefisien regresi 0.303 yang artinya apabila variabel Harga meningkat (satu) satuan, maka variabel keputusan pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 0.303 dengan berasumsi variabel lain tetap atau konstan.

4. Koefisien Lokasi (X3)

Variabel Lokasi memiliki pengaruh yang positif terhadap Keputusan Pembelian, dengan koefisien regresi 0.154 yang artinya apabila variabel Lokasi meningkat (satu) satuan, maka variabel keputusan pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 0.154 dengan berasumsi variabel lain tetap atau konstan.

4.2.4 Uji Hipotesis

1. Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel terikat. Pada uji F jika nilai Sig. < 0.05 atau $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y begitupun sebaliknya. Jika nilai Sig. > 0.05 atau $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y. Pada penelitian ini nilai f_{tabel} diperoleh dengan cara :

$f_{\text{tabel}} = f(k : n-k)$

Keterangan :

k : jumlah variabel X

n : jumlah sampel

Maka diperoleh hasil :

$f_{\text{tabel}} = f(3 ; 130-3)$

$f_{\text{tabel}} = f(3 ; 127)$

Pada tabel distribusi f tabel bahwa angka 3 ; 127 pada signifikansi 0,05 adalah 2.68.

Jadi pada penelitian ini nilai F tabelnya adalah 2.68.

Tabel 4. 19 Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	421,893	3	140,631	32,785	,000 ^b
	Residual	540,484	126	4,290		
	Total	962,377	129			

a. Dependent Variable: Total Y

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

Sumber : Data olahan SPSS 2023

Berdasarkan Tabel 4.15 dan F Tabel adalah 2.68, maka dapat diketahui nilai f hitung sebesar 32.785 dan nilai signifikan sebesar 0.000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai f hitung sebesar $32.785 > f_{\text{tabelnya}} 2.68$ dan nilai signifikan $0.000 < 0.05$. Dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk, Harga dan Lokasi secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan pembelian Mie Gacoan.

2. Uji T

Uji t berpengaruh signifikan apabila angka signifikansi $t < 0.05$ dan t-hitung $> t_{\text{-tabel}}$ maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y begitupun sebaliknya jika nilai Sig. $t > 0.05$ atau t hitung $< t_{\text{tabel}}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Pada penelitian ini nilai T tabel diperoleh dengan cara sebagai berikut :

$$t \text{ tabel} = t \left(\frac{\alpha}{2}; n-k-1 \right)$$

Keterangan :

a = tingkat signifikansi

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel X

Maka diperoleh hasil :

$$t \text{ tabel} = t \left(\frac{\alpha}{2}; n-k-1 \right)$$

$$t \text{ tabel} = \left(\frac{0.05}{2}; 130-3-1 \right)$$

$$t \text{ tabel} = t (0.025 ; 126)$$

Tabel 4. 20 Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6,492	1,958		3,315	,001
1 Total X1	,374	,086	,351	4,353	,000
Total X2	,303	,077	,310	3,936	,000
Total X3	,154	,074	,158	2,075	,040

a. Dependent Variable: Total Y

Sumber : Data olahan SPSS 2023

Pada distribusi nilai t tabel angka 126 pada signifikan 0.025 adalah 1.978. Maka pada penelitian ini nilai t tabelnya adalah 1.978. lalu berdasarkan tabel diatas maka akan diperoleh hasil uji t hipotesis pada masing-masing variabel dengan penjabaran sebagai berikut :

- a) Uji hipotesis variabel Kualitas Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan perhitungan angka signifikansi pengaruh Kualitas Produk, tingkat signifikansi $0.000 < 0.05$ dan $t\text{-hitung } 4.353 > t\text{-tabel } 1.978$ maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

b) Uji hipotesis variabel Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan perhitungan angka signifikansi pengaruh Harga, tingkat signifikansi $0.000 < 0.05$ dan $t\text{-hitung } 3.936 > t\text{-tabel } 1.978$ maka dapat disimpulkan bahwa Harga (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

c) Uji hipotesis variabel Lokasi (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan perhitungan angka signifikansi pengaruh Lokasi, tingkat signifikansi $0.040 < 0.05$ dan $t\text{-hitung } 2.075 > t\text{-tabel } 1.978$ maka artinya bahwa Lokasi (X3) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

3. Koefisien Determinasi

Tabel 4. 21 Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,662 ^a	,438	,425	2,071

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

b. Dependent Variable: Total Y

Sumber : Data olahan SPSS 2023

Berdasarkan Tabel 4.21 diperoleh hasil perhitungan *Adjusted R Square* sebesar 0.425 atau 42.5%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu Kualitas Produk, Harga dan Lokasi mampu mempengaruhi variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian sebesar 42.5%. Sedangkan sisanya 57.5% dipengaruhi oleh faktor lain diluar dari model penelitian ini.

4.3 Pembahasan

Berdasarkan analisis pengujian variabel yang telah dilakukan maka peneliti memperoleh hasil yang dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan. Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebar dalam penelitian ini, dapat diketahui bahwa Mie Gacoan telah menampilkan produk yang sesuai dengan yang disajikan dan memiliki ketahanan produk yang baik. Untuk itu, Mie Gacoan harus mempertahankan kualitas produk yang ditampilkan dan ketahanan produk yang dimilikinya. Produk yang disajikan oleh Mie Gacoan juga telah sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen, sehingga Mie Gacoan dalam hal ini juga harus mempertahankan kualitas seluruh produk yang disajikannya. Selain itu, berdasarkan hasil kuesioner penelitian ini juga dapat diketahui bahwa Mie Gacoan memiliki citra yang dikenal oleh masyarakat sebagai restoran cepat saji yang menyediakan makanan mie pedas. Untuk itu, Mie Gacoan dapat menghadirkan inovasi varian produk pedas lainnya, selain olahan mie pedas. Hasil Penelitian ini didukung oleh peneliti terdahulu yaitu Fahrezzy, R. S. (2018), Mardiasih (2020) dan Yusra & Nanda (2020).

2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan. Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebar dalam penelitian ini, dapat diketahui bahwa Mie Gacoan telah memiliki kesesuaian harga dengan kualitas cita rasa produk yang disajikannya. Untuk itu, Mie Gacoan harus mempertahankan harga jual dan kualitas dari produk yang disajikannya. Hal ini dilakukan agar sesuai dengan permintaan konsumen tanpa mengurangi kualitas dan cita rasa produk yang dimilikinya. Selain itu, dalam kuesioner penelitian ini dapat diketahui bahwa produk Mie Gacoan telah memiliki kesesuaian harga dengan hasil produk yang diinginkan oleh konsumen. Oleh karena itu, Mie Gacoan harus mempertahankan kualitas produk yang dihasilkannya untuk mempertahankan daya tarik pembelian

konsumen. Dapat diketahui pula bahwa produk Mie Gacoan telah memiliki harga yang dapat bersaing dengan kompetitor lain yang sejenis. Dengan demikian, Mie Gacoan harus mempertahankan harga jual produk agar tidak kalah saing dengan kompetitor. Mie Gacoan juga telah memiliki harga jual yang wajar bagi para konsumennya, sehingga Mie Gacoan perlu mempertahankan harga jual yang dimilikinya. Hal ini dilakukan untuk terus mempertahankan para konsumennya agar tetap membeli produk Mie Gacoan. Hasil Penelitian ini didukung oleh peneliti terdahulu yaitu c.

3. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian

Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan. Berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebar dalam penelitian ini, dapat diketahui bahwa Mie Gacoan memiliki lokasi yang mudah diakses oleh para konsumennya. Untuk itu Mie Gacoan harus tetap mempertahankan letak yang strategis pada semua cabang baru agar mudah diakses oleh para konsumen. Selain itu, berdasarkan hasil kuesioner yang telah disebar dalam penelitian ini juga dapat diketahui bahwa Mie Gacoan memiliki lokasi yang dapat terlihat dengan mudah oleh para konsumen. Dengan itu, maka Mie Gacoan harus mempertahankan pemilihan lokasi yang mudah terlihat seperti di pinggir jalan besar agar dilihat oleh para konsumen yang ingin datang dan melakukan pembelian. Mie Gacoan juga telah menyediakan lokasi lahan parkir yang memadai untuk para konsumennya. Hal ini harus terus dipertahankan oleh Mie Gacoan agar para konsumennya merasa nyaman dan aman, terutama terkait dengan kendaraan para konsumen yang dapat diparkir secara aman. Hasil Penelitian ini didukung oleh peneliti terdahulu yaitu Lia Silvera Gultom & Purba, (2019), Noviyanti et al. (2021) dan Megawati & Marlina (2020).

4.4 Implikasi

4.4.1 Implikasi Teoritis

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis pengaruh variabel kualitas produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan. Penelitian ini menggunakan Teknik Purposive Sampling dengan ukuran sampel sebesar jumlah

sampel yang digunakan sebesar 130 dengan 14 indikator dikali dengan 10 berdasarkan rumus (Hair, 2023). Maka dari itu, pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa yang melakukan keputusan pembelian dominan adalah Perempuan yang berusia 21 - 25 tahun atau Gen Z karena dalam rentang usia tersebut sedang mengikuti perkembangan tren makanan yang sedang viral di masyarakat luas. Dapat diketahui pula bahwa konsumen Mie Gacoan didominasi oleh mahasiswa dengan penghasilan kurang dari Rp 499.999 yang disebabkan tidak dimilikinya penghasilan sendiri. Selain itu, dapat disimpulkan pula bahwa mayoritas konsumen Mie Gacoan berdomisili di Tangerang, dimana cabang Tangerang memiliki jumlah pembelian terbanyak dalam penelitian ini.

Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Terdapat penelitian yang telah dilakukan oleh Lia Silvera Gultom & Purba (2019), Noviyanti et al. (2021) dan Megawati & Marlina (2020), berdasarkan hasil penelitian tersebut terdapat pengaruh antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian memiliki pengaruh signifikan dan positif. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Terdapat penelitian yang telah dilakukan oleh Setya Ningrum & Suryoko (2018), Wibowo & Rusminah (2021) dan Noviyanti et al. (2021). Berdasarkan hasil penelitian tersebut terdapat pengaruh antara Harga terhadap Keputusan Pembelian memiliki pengaruh signifikan dan positif. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Terdapat penelitian yang telah dilakukan oleh Lia Silvera Gultom & Purba (2019), Noviyanti et al. (2021) dan Megawati & Marlina (2020). Berdasarkan hasil penelitian tersebut terdapat pengaruh antara Lokasi terhadap Keputusan Pembelian memiliki pengaruh signifikan dan positif.

4.4.2 Implikasi Praktis

Hasil dari penelitian ini bagi Mie Gacoan sebagai produsen yang memproduksi produk – produk Mie Gacoan diharapkan dapat memberikan inovasi-inovasi baru seperti makanan pedas yang berbahan dasar lain tidak hanya mie saja, memberikan tambahan cemilan sesuai permintaan yang ada dipasar dengan kualitas yang baik dan harga yang dapat dijangkau oleh seluruh kalangan masyarakat. Hal tersebut perlu dilakukan agar merek Mie Gacoan tetap mendapatkan perhatian dan menjaga eksistensi karena seiring dengan ketatnya persaingan bisnis yang terjadi.

Selain itu Mie Gacoan diharuskan untuk selalu mengamati perilaku konsumen terutama tentang tren yang selalu mengalami perubahan akibat perkembangan zaman. Dengan begitu pihak perusahaan dapat menentukan strategi marketing yang tepat untuk menciptakan keputusan pembelian.

