

## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Data Responden

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 150 responden. Seseorang yang telah membeli produk Mixue di gerai Mixue yang ada di Tangerang Selatan lah yang dijadikan sebagai responden. Penyebaran kuesioner dilakukan secara online agar bisa memperoleh data. Kuesioner yang disebarakan berisi beberapa pertanyaan agar bisa langsung diperoleh informasi dari responden yang dianggap sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Tabulasi terhadap data yang ditelah diperoleh juga dilakukan berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, penghasilan, dan pernah membeli produk Mixue di gerai yang ada di Tangerang Selatan atau tidak. Berikut adalah hasil dari tabulasi data karakteristik responden:

#### 4.1.1 Karakteristik Responden

Hasil penyebaran kuesioner pertanyaan ke 150 responden didapatkan data dari karakteristik responden diantaranya:

##### 1. Jenis Kelamin Responden

**Tabel 4.1 Analisis Jenis Kelamin Responden**

No	Jenis Kelamin	Responden	Persentase
1	Laki-laki	31	21%
2	Perempuan	119	79%
	Total	150	100%

(Sumber: Berdasarkan Hasil Pengolahan Data)

Dari tabel 4.1 tersebut bisa dilihat dari 150 responden yang telah mengisi kuesioner penelitian, responden berjenis kelamin laki-laki memiliki persentase sejumlah 21% sedangkan persentase dari responden yang berjenis kelamin perempuan sejumlah 79%. Dari persentase tersebut, kuesioner lebih banyak diisi oleh perempuan. Sedangkan untuk hasilnya 31 orang berjenis kelamin laki-laki dan 119 orang berjenis kelamin perempuan. Sehingga dapat dikatakan bahwa

perempuan lah yang rata-rata paling banyak membeli produk Mixue di dalam penelitian ini dibandingkan dengan laki-laki.

## 2. Usia Responden

**Tabel 4.2 Analisis Usia Responden**

No	Usia	Responden	Persentase
1	15-20	23	15%
2	21-30	126	84%
3	31-45	1	1%
Total		150	100%

(Sumber: Berdasarkan Hasil Pengolahan Data)

Dari tabel 4.2 tersebut diketahui rentang umur responden dibagi menjadi 4. Sebanyak 23 responden memiliki usia 15-20 tahun dengan nilai persentase 15%. 126 responden memiliki usia 21-30 tahun berjumlah 126 dengan nilai persentase sebesar 84%. Lalu, 1 orang responden berusia 31-45 tahun dengan nilai persentase 1%. Sehingga bisa disimpulkan dari 150 responden, usia 21-30 tahun lah yang mendominasi. Dengan begitu, produk Mixue lebih menarik dan mudah diterima oleh kalangan muda. Tidak heran jika pembelian produk Mixue ini rata-rata lebih sering dilakukan oleh kaum muda.

## 3. Pekerjaan Responden

**Tabel 4.3 Analisis Pekerjaan Responden**

No	Pekerjaan	Responden	Persentase
1	Pelajar	1	1%
2	Mahasiswa	121	81%
3	Pegawai Swasta	20	13%
4	Lainnya	8	5%
Total		150	100%

(Sumber: Berdasarkan Hasil Pengolahan Data)

Dari tabel 4.3 tersebut diperoleh informasi dari 150 responden sebanyak 1 orang masih pelajar dengan nilai persentase 1%. Sebanyak 121 orang masih sebagai mahasiswa dengan nilai persentase 81%. Lalu, 20 orang bekerja

menjadi pegawai swasta dengan nilai persentase 13% dan lainnya sebanyak 8 responden dengan nilai persentase 5%. Dengan begitu, bisa diketahui bahwa pembelian produk Mixue banyak dilakukan oleh mahasiswa. Banyaknya jumlah responden mahasiswa dalam penelitian ini kemungkinan bisa juga diakibatkan oleh penyebaran kuesioner melalui media sosial dari beberapa universitas di daerah yang masih masuk ke dalam target penelitian.

#### 4. Penghasilan Responden

**Tabel 4.4 Analisis Penghasilan Responden**

No	Penghasilan	Responden	Persentase
1	<Rp 1.000.000	77	51%
2	> Rp 1.000.000 - Rp 5.000.000	66	44%
3	>Rp 5.000.000- Rp 10.000.000	7	5%
Total		150	100%

(Sumber: Berdasarkan Hasil Pengolahan Data)

Dari tabel 4.4 tersebut bisa dilihat penghasilan <Rp. 1.000.000 dimiliki oleh 77 orang responden dengan nilai persentase 51%. Lalu, penghasilan <Rp 1.000.000 – Rp 5.000.000 dimiliki oleh 66 orang responden dengan nilai persentase 44%. Selain itu, penghasilan >Rp 5.000.000 – Rp 10.000.000 dimiliki oleh 7 orang responden dengan nilai persentase 5%. Jadi, bisa disimpulkan penghasilan responden per bulan yang mendominasi yaitu <Rp 1.000.000.

#### 5. Pembelian Produk Mixue di Tangerang Selatan

**Tabel 4.5 Analisis Pembelian Produk Mixue Responden**

No	Membeli Produk Mixue di Gerai Tangerang Selatan	Responden	Persentase
1	Ya	150	100%
2	Tidak	0	0%
Total		150	100%

(Sumber: Berdasarkan Hasil Pengolahan Data)

Dari tabel 4.5 tersebut dapat terlihat keseluruhan responden yang mengisi kuesioner semuanya telah melakukan pembelian produk Mixue di gerai Mixue yang ada di Tangerang Selatan. Hal ini dibuktikan juga oleh responden saat mengisi kuesioner penelitian ini yaitu dengan menuliskan lokasi gerai Mixue di Tangerang Selatan saat mereka membeli produk Mixue dan semua lokasi yang dituliskan memang terdapat di daerah Tangerang Selatan.

#### **4.2 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel**

Tujuan dilakukannya analisis statistik deskriptif untuk memperoleh penjelasan secara deskriptif dari hasil jawaban yang telah diisi responden. Pada analisis deskriptif ini, nilai mean, nilai minimum, nilai maksimum, dan standar deviasi dijadikan sebuah penilaian. Mean merupakan nilai rata-rata dari semua jawaban yang telah diisi dan standar deviasi adalah simpangan baku pada jawaban responden. Jawaban responden dapat dikatakan tidak bervariasi ketika standar deviasi mendekati nol. Namun, bisa bermakna bahwa jawaban responden bervariasi ketika standar deviasi menjauhi nol.

Sebuah angka terendah biasa disebut dengan nilai minimum. Skala likert 1-5 dijadikan sebagai pengukuran di penelitian ini. Nilai 1 pada penelitian ini dapat diartikan bahwa responden sangat tidak setuju, nilai 2 diartikan bahwa responden tidak setuju, nilai 3 diartikan bahwa responden netral yang menandakan bahwa responden tidak berpihak untuk tidak setuju maupun setuju (Netral), nilai 4 diartikan bahwa responden setuju, dan nilai 5 dapat mengartikan bahwa responden sangat setuju pada pertanyaan yang diberikan. Dengan begitu nilai minimum pada penelitian ini yaitu bernilai 1 dan nilai maksimum bernilai 5. Adapun hasil dari analisis deskriptif variabel yaitu:

##### **1. Variabel Kualitas Produk**

Pertanyaan pada variabel kualitas produk berjumlah 12 butir. Skor dari masing-masing pertanyaan 1-5 yakni 1 yang berarti sangat tidak setuju (STS), 2 tidak setuju (TS), 3 netral (N), 4 setuju (S), dan 5 sangat setuju (SS).

Berikut adalah gambaran rentang skor yang dijadikan dasar dalam analisis deskriptif:

Skala 1.00 – 1.80 termasuk dalam kategori Sangat Tidak Setuju (STS)

Skala 1.81 – 2.60 termasuk dalam kategori Tidak Setuju (TS)

Skala 2.61 – 3.40 termasuk dalam kategori netral (N)

Skala 3.41 – 4.20 termasuk dalam kategori Setuju (S)

Skala 4.21 – 5.00 termasuk dalam kategori Sangat Setuju (SS)

Adapun hasil analisis statistik deskriptif dari variabel kualitas produk yaitu:

**Tabel 4.6 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk**

	N	Min	Max	Mean	Std. Deviasi
KP1	150	2	5	4.106	.667
KP2	150	2	5	4.193	.757
KP3	150	2	5	3.920	.746
KP4	150	2	5	4.133	.747
KP5	150	2	5	4.153	.739
KP6	150	1	5	4.066	.824
KP7	150	2	5	4.066	.682
KP8	150	1	5	4.220	.793
KP9	150	1	5	4.020	.772
KP10	150	2	5	4.013	.827
KP11	150	1	5	3.973	.826
KP12	150	1	5	4.060	.779

(Sumber: Berdasarkan Hasil Pengolahan Data)

Dari tabel 4.6 yang ada diatas, nilai analisis deskriptif statistik yang terdapat pada variabel kualitas produk menunjukkan bahwa nilai standar deviasi pada variabel kualitas produk menjauhi angka nol yakni nilai 0.667 untuk indikator pertanyaan KP1, 0.757 untuk indikator pertanyaan KP2, 0.746 untuk indikator pertanyaan KP3, 0.747 untuk indikator pertanyaan KP4, 0.739 untuk indikator pertanyaan KP5, 0.824 untuk indikator pertanyaan KP6, 0.682 untuk indikator pertanyaan KP7, 0.793 untuk indikator pertanyaan KP8, 0.772 untuk indikator pertanyaan KP9, 0.827 untuk indikator pertanyaan KP10, 0.826 untuk indikator

pertanyaan KP11, dan 0.779 untuk indikator pertanyaan KP12. Oleh karena itu, bisa dikatakan bahwa jawaban semua indikator pertanyaan di variabel kualitas produk memiliki hasil jawaban yang bervariasi.

Di variabel kualitas produk ini indikator pertanyaan KP3 menjadi indikator dengan nilai rata-rata terendah yakni sebesar 3.920 yang mengindikasikan responden setuju dengan indikator pertanyaan KP3. Sedangkan indikator pertanyaan KP8 menjadi indikator dengan nilai rata-rata tertinggi yaitu sebesar 4.220 yang mengindikasikan responden sangat setuju dengan indikator pertanyaan KP8. Dari hasil tersebut diketahui mutu atau kualitas produk pada produk Mixue bisa membuat pelanggan yakin untuk melakukan pembelian.

## 2. Variabel Harga

Pertanyaan pada variabel harga berjumlah 9 butir. Skor dari masing-masing pertanyaan 1-5 yakni 1 yang berarti sangat tidak setuju (STS), 2 tidak setuju (TS), 3 netral (N), 4 setuju (S), dan 5 sangat setuju (SS).

Berikut adalah gambaran rentang skor yang dijadikan dasar dalam analisis deskriptif:

Skala 1.00 – 1.80 termasuk dalam kategori Sangat Tidak Setuju (STS)

Skala 1.81 – 2.60 termasuk dalam kategori Tidak Setuju (TS)

Skala 2.61 – 3.40 termasuk dalam kategori netral (N)

Skala 3.41 – 4.20 termasuk dalam kategori Setuju (S)

Skala 4.21 – 5.00 termasuk dalam kategori Sangat Setuju (SS)

Adapun hasil analisis statistik deskriptif dari variabel harga yaitu:

**Tabel 4.7 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Harga**

	N	Min	Max	Mean	Std. Deviasi
H1	150	2	5	4.233	.814
H2	150	2	5	4.206	.668
H3	150	2	5	3.973	.732
H4	150	1	5	3.500	.988

H5	150	1	5	3.180	1.316
H6	150	1	5	3.233	1.260
H7	150	1	5	3.853	1.045
H8	150	1	5	3.666	1.121
H9	150	1	5	3.820	1.087

(Sumber: Berdasarkan Hasil Pengolahan Data)

Pada tabel 4.7 yang ada diatas, nilai analisis deskriptif statistik yang terdapat pada variabel harga menunjukkan bahwa nilai standar deviasi pada variabel harga menjauhi angka nol yakni nilai 0.814 untuk indikator pertanyaan H1, 0.668 untuk indikator pertanyaan H2, 0.732 untuk indikator pertanyaan H3, 0.988 untuk indikator pertanyaan H4, 1.316 untuk indikator pertanyaan H5, 1.260 untuk indikator pertanyaan H6, 1.045 untuk indikator pertanyaan H7, 1.121 untuk indikator pertanyaan H8, dan 1.087 untuk indikator pertanyaan H9. Oleh karena itu, bisa dikatakan bahwa jawaban dari setiap indikator pertanyaan yang dilakukan pada variabel harga memiliki hasil jawaban yang bervariasi.

Indikator pertanyaan H5 menjadi indikator dengan nilai rata-rata terendah yakni sebesar 3.180 yang mengindikasikan responden memilih netral pada indikator pertanyaan H5. Sedangkan indikator pertanyaan H1 menjadi indikator dengan nilai rata-rata tertinggi yaitu sebesar 4.233 yang menindikasikan responden sangat setuju pada indikator pertanyaan H1. Berdasarkan hasil tersebut, bisa disimpulkan bahwa harga pada produk Mixue dapat diterima dikalangan masyarakat.

### 3. Variabel Keputusan Pembelian

Pertanyaan pada variabel keputusan pembelian berjumlah 9 butir. Skor dari masing-masing pertanyaan 1-5 yakni 1 yang berarti sangat tidak setuju (STS), 2 tidak setuju (TS), 3 netral (N), 4 setuju (S), dan 5 sangat setuju (SS).

Berikut adalah gambaran rentang skor yang dijadikan dasar dalam analisis deskriptif:

Skala 1.00 – 1.80 termasuk dalam kategori Sangat Tidak Setuju (STS)

Skala 1.81 – 2.60 termasuk dalam kategori Tidak Setuju (TS)

Skala 2.61 – 3.40 termasuk dalam kategori netral (N)

Skala 3.41 – 4.20 termasuk dalam kategori Setuju (S)

Skala 4.21 – 5.00 termasuk dalam kategori Sangat Setuju (SS)

Adapun hasil analisis statistik deskriptif dari variabel keputusan pembelian yaitu:

**Tabel 4.8 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian**

	N	Min	Max	Mean	Std. Deviasi
KepPem1	150	1	5	3.900	.953
KepPem2	150	1	5	3.780	.975
KepPem3	150	1	5	4.140	.934
KepPem4	150	1	5	3.906	1.044
KepPem5	150	1	5	3.740	.958
KepPem6	150	1	5	4.220	.911
KepPem7	150	1	5	3.986	.926
KepPem8	150	1	5	3.913	.904
KepPem9	150	1	5	3.973	.866

(Sumber: Berdasarkan Hasil Pengolahan Data)

Dari tabel 4.8 yang terlampir diatas, nilai analisis deskriptif yakni nilai standar deviasinya pada variabel keputusan pembelian menjauhi angka nol yakni nilai 0.953 untuk indikator pertanyaan KepPem1, 0.975 untuk indikator pertanyaan KepPem2, 0.934 untuk indikator pertanyaan KepPem3, 1.044 untuk indikator pertanyaan KepPem4, 0.958 untuk indikator pertanyaan KepPem5, 0.911 untuk indikator pertanyaan KepPem6, 0.926 untuk indikator pertanyaan KepPem7, 0.904 untuk indikator pertanyaan KepPem8, dan 0.866 untuk indikator pertanyaan KepPem9. Oleh karena itu, bisa dikatakan bahwa jawaban dari setiap indikator pertanyaan yang dilakukan pada variabel harga memiliki hasil jawaban yang bervariasi.



Nilai mean atau nilai rata-rata pada variabel keputusan pembelian yang terendah yaitu terdapat pada indikator pertanyaan KepPem5 yakni sebesar 3.740 yang mengindikasikan responden setuju pada indikator pertanyaan KepPem5. Sedangkan indikator pertanyaan KepPem6 menjadi indikator dengan nilai rata-rata tertinggi yaitu sebesar 4.220 yang mengindikasikan responden sangat setuju pada indikator pertanyaan KepPem6. Dengan begitu, responden bisa dibilang setuju dan sangat setuju dalam tindakannya untuk membeli produk Mixue.

### 4.3 Hasil Uji Validitas

Salah satu pengujian pada instrumen pertanyaan yaitu pengujian validitas . pengujian validitas ini bertujuan agar bisa mengetahui apakah kuesioner pertanyaan pada penelitian layak dan tepat dengan tujuan pengukuran. Dikatakan valid jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Jika sebaliknya maka dikatakan tidak valid. Jika kuesioner penelitian dikatakan valid maka tidak perlu melakukan pengujian ulang begitupun sebaliknya. Untuk melihat apakah item pertanyaan setiap variabel valid atau tidak maka perlu membandingkan hasil korelasi dengan angka kritik tabel korelasi dengan signifikansi 5% = 0,05. Data pada penelitian ini berjumlah 150 (N=150).  $df = (N - 2)$  maka  $df = (150 - 2) = 148$  pada taraf signifikansi 5% sehingga  $r$  tabel yang didapatkan yaitu sebesar 0.160 sehingga kuesioner bisa dikatakan valid jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (0,160).

#### 4.3.1 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1)

**Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk**

	r hitung	r tabel	Keterangan
KP1	0.540	0.160	Valid
KP2	0.683	0.160	Valid
KP3	0.669	0.160	Valid
KP4	0.762	0.160	Valid
KP5	0.730	0.160	Valid
KP6	0.703	0.160	Valid
KP7	0.706	0.160	Valid
KP8	0.540	0.160	Valid

KP9	0.732	0.160	Valid
KP10	0.770	0.160	Valid
KP11	0.736	0.160	Valid
KP12	0.773	0.160	Valid

(Sumber: Berdasarkan Hasil Pengolahan Data)

Hasil uji validitas pada tabel 4.9 diatas, variabel kualitas produk terdapat 12 butir pertanyaan. Pada tabel tersebut dapat diketahui bahwa besaran nilai r hitung nya lebih besar dibandingkan dengan nilai r tabel yakni  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$  (0.160) sehingga semua butir pertanyaan di variabel kualitas produk dapat dikatakan valid dan bisa dijadikan sebagai alat penelitian.

#### 4.3.2 Hasil Uji Validitas Harga (X2)

**Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Harga**

	r hitung	r tabel	Keterangan
H1	0.475	0.160	Valid
H2	0.601	0.160	Valid
H3	0.699	0.160	Valid
H4	0.745	0.160	Valid
H5	0.818	0.160	Valid
H6	0.840	0.160	Valid
H7	0.773	0.160	Valid
H8	0.781	0.160	Valid
H9	0.795	0.160	Valid

(Sumber: Berdasarkan Hasil Pengolahan Data)

Hasil uji validitas pada tabel 4.10 diatas, 9 butir pertanyaan terdapat pada variabel harga. Pada tabel tersebut dapat diketahui bahwa besaran nilai r hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai r tabel yakni  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$  (0.160) sehingga semua butir pertanyaan di variabel harga dapat dikatakan valid dan bisa dijadikan sebagai alat penelitian.

### 4.3.3 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

**Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian**

	r hitung	r tabel	Keterangan
KepPem1	0.653	0.160	Valid
KepPem2	0.794	0.160	Valid
KepPem3	0.737	0.160	Valid
KepPem4	0.800	0.160	Valid
KepPem5	0.784	0.160	Valid
KepPem6	0.747	0.160	Valid
KepPem7	0.782	0.160	Valid
KepPem8	0.812	0.160	Valid
KepPem9	0.793	0.160	Valid

(Sumber: Berdasarkan Hasil Pengolahan Data)

Hasil uji validitas pada tabel 4.11 diatas, variabel keputusan pembelian terdapat 9 butir pertanyaan. Pada tabel tersebut dapat diketahui bahwa besaran nilai r hitung lebih besar dibandingkan dengan nilai r tabel yakni  $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$  (0.160) sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan di variabel keputusan pembelian dapat dikatakan valid dan bisa dijadikan sebagai alat penelitian.

### 4.4 Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ini bertujuan agar bisa melakukan pengukuran pada indeks yang ada pada variabel di dalam kuesioner. Dapat dikatakan reliabel jika nilai Cronbach's alpha suatu kuesioner  $>0,7$ . Dapat dikatakan tidak reliabel jika hasilnya sebaliknya. Hasil dari Uji reliabilitas masing-masing variabel penelitian diantaranya:

#### 4.4.1 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk

Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.903	.903	12

(Sumber: Berdasarkan Hasil Pengolahan Data)

Tabel 4.12 diatas menunjukkan bahwa kuesioner pertanyaan pada variabel kualitas produk dapat dikatakan reliabel dikarenakan hasil Cronbach's alpha nya sebesar 0.903 yakni  $> 0.7$  sehingga layak untuk digunakan pada penelitian.

#### 4.4.2 Hasil Uji Reliabilitas Harga

Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Harga

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.889	.890	9

(Sumber: Berdasarkan Hasil Pengolahan Data)

Tabel 4.13 diatas menunjukkan bahwa kuesioner pertanyaan pada variabel harga dapat dikatakan reliabel dikarenakan hasil Cronbach's alpha nya sebesar 0.889 yakni  $> 0.7$  sehingga layak untuk digunakan pada penelitian.

#### 4.4.3 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian

**Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.912	.913	9

(Sumber: Berdasarkan Hasil Pengolahan Data)

Tabel 4.14 diatas menunjukkan bahwa kuesioner pertanyaan pada variabel keputusan pembelian dapat dikatakan reliabel dikarenakan hasil Cronbach's alpha nya sebesar 0.912 yakni  $> 0.7$  sehingga layak untuk digunakan pada penelitian.

#### 4.5 Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas ini bertujuan agar bisa memperoleh informasi kenormalan pada suatu data. Pengujian Kolmogorov-smirnov biasa dilakukan untuk dapat melihat kenormalan suatu data yakni ketika data penelitian memiliki tingkat signifikan  $>0.050$  maka data tersebut dikatakan normal. Lalu, bisa dikatakan tidak normal ketika data penelitian memiliki tingkat signifikan  $<0.050$ . Adapun hasil uji normalitas pada penelitian ini yaitu:

**Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas**

	Kualitas Produk	Harga	Keputusan Pembelian
N	150	150	150
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	48.9267	33.6667
	Std. Deviation	6.38906	6.71937
Most Extreme Differences	Absolute	.091	.094
	Positive	.051	.074
	Negative	-.091	-.094
Test Statistic	.091	.094	.107
Asymp. Sig. (2-tailed)	.004 <sup>c</sup>	.003 <sup>c</sup>	.000 <sup>c</sup>
Exact Sig. (2-tailed)	.153	.135	.058
Point Probability	.000	.000	.000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

(Sumber: Berdasarkan Hasil Pengolahan Data)

Pada tabel 4.15 tersebut bisa dilihat yakni nilai Exact sig sebesar 0.153 pada variabel kualitas produk, 0.135 pada variabel harga, dan 0.058 pada variabel keputusan pembelian, sehingga data bisa dikatakan normal karena  $> 0,050$ .

#### 4.6 Hasil Uji Multikolinieritas

Tujuan dari pengujian ini agar dapat melihat korelasi yang terdapat dalam sebuah model regresi antara variabel bebas (independen). Agar bisa melihat adanya korelasi antar variabel bebas maka perlu dilakukan analisis dengan pertimbangan dari nilai tolerance dan juga nilai VIF. Bisa Jika nilai pada VIF dibawah  $< 10$  dan nilai tolerance  $> 0,01$  berarti tidak terjadi multikolinieritas. Berikut adalah hasil pengujian multikolinieritas:

**Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinieritas**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-3.537	2.110		-1.677	.096		
	Kualitas Produk	.520	.061	.511	8.564	.000	.492	2.031
	Harga	.405	.058	.419	7.022	.000	.492	2.031

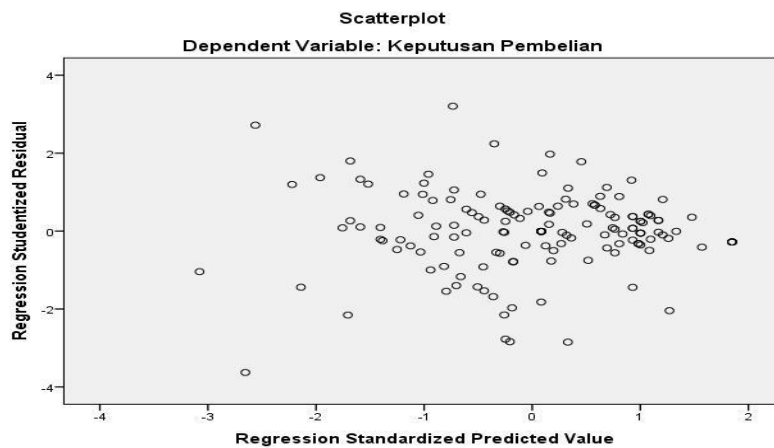
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

**(Sumber: Berdasarkan Hasil Pengolahan Data)**

Di dalam tabel 4.16 diatas didapatkan informasi yakni variabel kualitas produk dan harga memiliki nilai VIF sebesar 2.031 yakni  $< 10$ . Selain itu, variabel keputusan pembelian dan harga memiliki nilai tolerance sebesar 0,492  $> 0, 01$ . Dengan begitu, tidak terjadi multikolinieritas pada data di penelitian ini.

#### 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini dilakukan agar bisa mendapatkan informasi mengenai varian yang tidak sama pada model regresi. Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas diamati dengan scatter plot. Dasar pengujian ini yaitu jika titik-titik pada scatterplot memiliki bentuk yang acak dan berada pada posisi baik diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y maka bisa disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Ini adalah hasil dari uji heteroskedastisitas yang telah dilakukan:



**Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas**  
**(Sumber: Berdasarkan Hasil Pengolahan Data)**

Di gambar 4.1 tersebut diperoleh hasil scatter plot penelitian menunjukkan adanya penyebaran pada titik-titik dengan bentuk yang acak. Titik-titik yang ada di scatterplot juga berada pada posisi baik diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y sehingga tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

#### **4.8 Hasil Pengujian Hipotesis**

##### **4.8.1 Hasil Uji t (Parsial)**

Untuk bisa melihat seberapa jauh hubungan yang bisa terjalin antara variabel satu dengan variabel yang lainnya maka harus melakukan uji t ini. Dalam hal ini variabel yang akan dilihat hubungannya yaitu hubungan atau pengaruh variabel kualitas produk dan harga terhadap variabel keputusan pembelian produk Mixue. Terdapat adanya pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y ketika nilai  $\text{sig} < 0,05$ . Namun, bisa dikatakan tidak ada pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y ketika nilai  $\text{sig} > 0,05$ . Berikut adalah hasil dari uji t yang telah dilakukan:

**Tabel 4.17 Hasil Uji T**

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-3.537	2.110		-1.677	.096		
	Kualitas Produk	.520	.061	.511	8.564	.000	.492	2.031
	Harga	.405	.058	.419	7.022	.000	.492	2.031

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

**(Sumber: Berdasarkan Hasil Pengolahan Data)**

Dalam tabel 4.17 tersebut didapatkan persamaan regresi diantaranya yaitu:

**1. Uji hipotesis variabel kualitas produk ( $X_1$ ) terhadap variabel keputusan pembelian (Y)**

Uji t pada hipotesis yang pertama yaitu hubungan antara variabel kualitas produk ( $X_1$ ) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) telah dilakukan pada penelitian ini. Dasar pengambilan keputusan pada pengujian t ini yakni hipotesis dapat diterima ketika nilai sig < 0.05. Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa nilai sig pada variabel kualitas produk sebesar 0,000 yang berarti nilai sig tersebut lebih kecil dari 0.05. Hal ini menandakan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Pengaruh antara variabel kualitas produk ( $X_1$ ) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) juga bisa dilihat dari nilai yang dihasilkan pada *Unstandardized Coefficients* yang memiliki nilai B sebesar 0.520. Dengan begitu bisa ditarik kesimpulan bahwa variabel kualitas produk ( $X_1$ ) memiliki pengaruh yang positif dan juga signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

**2. Uji hipotesis variabel harga ( $X_2$ ) terhadap variabel keputusan pembelian (Y)**

Uji t pada hipotesis yang kedua yaitu hubungan antara variabel harga ( $X_2$ ) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) telah dilakukan pada penelitian ini. Dasar pengambilan keputusan pada pengujian t ini yakni hipotesis dapat diterima ketika nilai sig < 0.05. pada hasil uji t yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa nilai sig pada variabel harga sebesar 0,000 yang berarti nilai sig tersebut lebih kecil dari 0.05. Hal ini menandakan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Pengaruh antara variabel harga ( $X_2$ ) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) juga bisa dilihat dari nilai yang dihasilkan pada *Unstandardized Coefficients* yang memiliki nilai B



sebesar 0.405. Dengan begitu bisa ditarik kesimpulan bahwa variabel harga ( $X_2$ ) memiliki pengaruh yang positif dan juga signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

#### 4.8.2 Hasil Uji F (Simultan)

Uji F (Simultan) ini dilakukan agar bisa melihat pengaruh simultan antara variabel independen dengan variabel dependen. Dalam penelitian ini Penulis menggunakan pengujian ini agar dapat menganalisis hipotesis bahwa Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) secara bersamaan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y). Adapun dasar pengambilan keputusan dalam pengujian ini yaitu apabila nilai sig < 0,05 maka secara simultan terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y sedangkan jika nilai sig > 0,05 maka secara simultan tidak terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y. Di bawah ini hasil uji F yang telah dilakukan:

**Tabel 4.18 Hasil Uji F**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4673.364	2	2336.682	211.563	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1623.596	147	11.045		
	Total	6296.960	149			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk

**(Sumber: Berdasarkan Hasil Pengolahan Data)**

Di dalam tabel 4.18 diatas bisa dilihat nilai sig < 0.05. diketahui nilai sig yang diperoleh sebesar 0,000 yang berarti nilai sig pada uji f tersebut lebih kecil dibandingkan dengan 0.05 sehingga bisa menandakan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

#### 4.9 Pembahasan

Adapun hasil pengujian hipotesis yang sudah dilakukan Penulis dalam penelitian yyang berjudul “PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA

TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MIXUE” ini dapat dijelaskan secara rinci sebagai berikut:

### **1. Kualitas Produk Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue**

Dari hasil uji t yang terdapat dalam penelitian ini yang dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS mendapatkan sebuah hasil yaitu variabel kualitas produk ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh positif dan juga signifikan secara parsial terhadap variabel keputusan pembelian (Y) produk Mixue. Nilai signifikansi yang diperoleh pada variabel kualitas produk ( $X_1$ ) pada uji t ini yaitu sebesar 0.000 dimana nilai sig dari variabel kualitas produk ( $X_1$ ) tersebut lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat dikatakan signifikan. Jadi, dalam pengujian hipotesis 1 variabel kualitas produk ( $X_1$ ) berpengaruh secara positif dan juga signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

Dalam pengujian pada penelitian ini jenis kelamin responden yang lebih banyak terlibat yaitu responden yang berjenis kelamin perempuan. Lalu, usia responden yakni diantara usia 21-30 tahun yang termasuk ke dalam generasi milenial dan yang memiliki pekerjaan sebagai mahasiswa dengan penghasilan yang kurang dari UMR yang ada di Tangerang Selatan.

Hasil yang telah diperoleh pada penelitian ini ternyata sejalan dengan hasil penelitian terdahulu. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Marpaung, dkk, 2021) yang pernah dilakukan pada tahun 2021 dan juga penelitian yang telah dilakukan oleh (Winalda & Sudarwanto, 2022) yang pernah dilakukan pada tahun 2022 yang lalu. Hasil dari kedua penelitian tersebut sama-sama menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. adanya kualitas produk yang baik pada produk Mixue tentunya bisa meningkatkan keinginan seseorang untuk melakukan keputusan pembelian. Kualitas produk yang baik bisa meyakinkan seseorang pada produk tersebut dan meminimalisir rasa ragu terhadap produk.

Dengan begitu, karena terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Mixue maka diharapkan bagi gerai Mixue untuk

selalu menjaga kualitas produknya. Kualitas Produk yang harus terus dipertahankan oleh Mixue diantaranya dalam segi pelayanan produk, estetika produk, fitur produk, dan juga fungsi produk. Kualitas produk Mixue tersebut perlu terus dipertahankan oleh perusahaan Mixue agar para pelanggan terus melakukan pembelian pada produk Mixue. Dengan mempertahankan mutu nya Mixue juga pastinya akan punya penilaian yang baik dibenak konsumen.

## 2. Harga Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue

Dari hasil uji t yang terdapat dalam penelitian ini yang dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS mendapatkan sebuah hasil yaitu variabel harga ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh positif dan juga signifikan secara parsial terhadap variabel keputusan pembelian (Y) produk Mixue. Nilai signifikan yang diperoleh pada variabel harga ( $X_2$ ) pada uji t ini yaitu sebesar 0.000 dimana nilai sig dari variabel harga ( $X_2$ ) tersebut lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat dikatakan signifikan. Pengujian hipotesis 2 ini variabel harga ( $X_2$ ) berpengaruh secara positif dan juga signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

Dalam pengujian pada penelitian ini jenis kelamin responden yang lebih banyak terlibat yaitu responden yang berjenis kelamin perempuan. Lalu, usia responden yakni diantara usia 21-30 tahun yang termasuk ke dalam generasi milenial dan yang memiliki pekerjaan sebagai mahasiswa dengan penghasilan yang kurang dari UMR yang ada di Tangerang Selatan.

Hasil yang telah diperoleh di dalam penelitian ini ternyata sejalan dengan penelitian terdahulu. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Hidayat & Rayuwanto, 2022) yang pernah dilakukan pada tahun 2022 dan juga penelitian yang telah dilakukan oleh (Kumala & Anwar, 2020) yang pernah dilakukan pada tahun 2020 yang lalu. Dua penelitian juga menghasilkan hal yang sama yaitu menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Pemberian harga yang sesuai pada produk Mixue bisa lebih meningkatkan tindakan untuk melakukan pembelian pada diri seseorang. Sebaliknya, jika penetapan atau pemberian harga tidak sesuai maka pelanggan akan berfikir kembali ketika ingin melakukan keputusan pembelian pada produk Mixue.

Dengan begitu, karena terdapat pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian produk Mixue maka diharapkan bagi gerai Mixue untuk selalu menetapkan harga yang sesuai. Adapun kebijakan mengenai harga yang harus terus dipertahankan oleh Mixue diantaranya daftar harga yang memiliki kesesuaian, pemberian diskon, dan metode pembayaran yang mudah. Pemberian harga yang sesuai pada produk Mixue perlu terus dipertahankan oleh perusahaan Mixue agar para pelanggan terus melakukan keputusan pembelian pada produk Mixue.

### **3. Kualitas Produk dan Harga Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue**

Dari hasil uji F yang terdapat dalam penelitian yang dilakukan dengan menggunakan bantuan SPSS mendapatkan sebuah hasil yaitu variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dan variabel harga ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh positif dan juga signifikan secara bersama-sama terhadap variabel keputusan pembelian (Y) produk Mixue. Diperoleh nilai signifikan yaitu sebesar 0.000 dimana nilai sig tersebut lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat dikatakan signifikan. Pengujian hipotesis 3 ini secara simultan variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan juga signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

Dalam pengujian pada penelitian ini jenis kelamin responden yang lebih banyak terlibat yaitu responden yang berjenis kelamin perempuan. Lalu, usia responden yakni diantara usia 21-30 tahun yang termasuk ke dalam generasi milenial dan yang memiliki pekerjaan sebagai mahasiswa dengan penghasilan yang kurang dari UMR yang ada di Tangerang Selatan.

Hasil yang telah diperoleh dalam penelitian ini ternyata sejalan dengan penelitian terdahulu. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Suwardi & Berliana, 2022) yang pernah dilakukan pada tahun 2022 dan juga penelitian yang telah dilakukan oleh (Edriani, 2021) yang pernah dilakukan pada tahun 2021 yang lalu. Semua penelitian tersebut menyatakan hal yang sama yaitu secara simultan kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan adanya kualitas produk yang baik dan pemberian harga yang sesuai pada produk Mixue maka hal tersebut bisa membuat keinginan seseorang untuk melakukan keputusan pembelian pada produk Mixue karena dengan adanya

kualitas produk pemberian harga yang sesuai dengan harapan konsumen dapat meningkatkan keinginan seseorang untuk melakukan keputusan pembelian pada produk. Sebaliknya, jika kualitas produk tidak baik yang jauh dari harapan konsumen lalu penetapan atau pemberian harga tidak sesuai maka pelanggan tidak akan melakukan keputusan pembelian pada produk Mixue.

Dengan begitu, karena terdapat pengaruh antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk Mixue maka diharapkan bagi gerai Mixue untuk selalu mempertahankan kualitas produknya dalam segi pelayanan produk, estetika produk, fitur produk, dan juga fungsi produk. Lalu juga mengenai harga yang harus terus dipertahankan oleh Mixue diantaranya daftar harga yang memiliki kesesuaian, pemberian diskon, dan metode pembayaran yang mudah. Menjaga kualitas produk dan pemberian harga yang sesuai pada produk Mixue tersebut perlu terus dipertahankan oleh perusahaan Mixue agar para pelanggan bisa terus melakukan keputusan pembelian pada produk Mixue sehingga Mixue bisa semakin berkembang lagi.