

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Analisis Data

Hasil responden yang didapat dalam penelitian ini adalah 132 responden dan data yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah 112 responden. Data dari responden ini *didapatkan* melalui *Google Form* dan disebarluaskan melalui sosial media seperti *WhatsApp, Instagram, Line, Twiter dan Tiktok*. Setelah memperoleh data, akan dilakukan pengolahan data dari setiap variable dan dikumpulkan secara lengkap agar tidak terjadi adanya *missing data*.

4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek penelitian dalam skripsi ini adalah Cilalula Coffee Pamulang, sebuah *coffeeshop* yang berada di Pamulang, Tangerang Selatan. Cilalula Coffee Pamulang dipilih sebagai objek penelitian karena merupakan salah satu kafe yang populer dan memiliki basis pelanggan yang cukup besar khususnya di daerah Pamulang dan sekitarnya.

Kafe ini menawarkan berbagai macam jenis kopi, makanan ringan, dan minuman lainnya. Pemilihan objek penelitian ini didasarkan pada pentingnya memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian pelanggan dalam konteks industri kafe. Faktor-faktor yang diteliti dalam penelitian ini adalah harga, atmosfer kafe, dan kualitas produk.

4.1.2 Karakteristik Responden

Pada penelitian ini, karakteristik responden yang dijabarkan yaitu berupa domisili dari responden tersebut, sudah pernah melakukan pembelian di Cilalula Coffee, umur responden, pekerjaan responden serta pendapatan dari para responden. Berikut merupakan data penyajian hasil karakter masing-masing responden dalam bentuk presentase yang *didapatkan* melalui *Google Form*.

4.1.2.1 Sudah Pernah Melakukan Pembelian di Cilalula Coffee

Tabel 4.1 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pembelian

Pembelian di Cilalula Coffee	Frekuensi	Presentase
Sudah	132	100 %

Sumber : Google Form

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa presentase orang yang sudah pernah melakukan pembelian di Cilalula *Coffee* lebih banyak yaitu sejumlah 100 %. Hal ini disebabkan karena adanya sampel dari penulis sendiri yaitu sudah pernah melakukan pembelian di Cilalula *Coffee*.

4.1.2.2 Jenis Kelamin

Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki - Laki	70	53%
Perempuan	62	47%

Sumber : Google Form

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa presentase yang mengisi kuesioner yaitu sejumlah 53% laki-laki dan 47% perempuan. Dapat disimpulkan bahwa lebih banyak responden laki-laki dibandingkan dengan responden perempuan.

4.1.2.3 Umur

Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Umur

Umur	Frekuensi	Presentase
10 – 15 Tahun	2	1.4%
15 – 20 Tahun	29	22%
20 – 25 Tahun	81	61.4%
> 25 Tahun	20	15.2%

Sumber : Google Form

Berdasarkan hasil data yang *didapatkan* dari tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas umur responden berkisar antara 20-25 tahun dengan presentase 61.4%. Yang kedua berkisar antara 15-20 tahun dengan presentase 22%. Hal ini disebabkan karena penulis menyebarkan kuesioner ke orang terdekat dan rata-rata memiliki umur yang tidak jauh dengan penulis.

4.1.2.4 Pekerjaan

Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
Pelajar	12	9.1%
Mahasiswa	70	53%
Pekerja	38	28.8%
Lain-lain	12	9.1%

Sumber : Google Form

Pekerjaan berdasarkan diagram diatas menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki pekerjaan sebagai mahasiswa dengan presentase 53%. Yang kedua ada pekerjaan sebagai 28.8% yaitu sebagai pekerja. Hal ini disebabkan karena mayoritas responden masih memiliki relasi dengan penulis.

4.1.2.5 Pendapatan

Tabel 4.5 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan	Frekuensi	Presentase
< Rp 3.500.000	78	59.1%
Rp 3.500.000 - Rp 4.500.000	12	9%
Rp 4.500.000 - Rp 5.000.000	22	16.7%
> Rp 5.000.000	20	15.2%

Sumber : Google Form

Pendapatan responden berdasarkan dari diagram berikut, memiliki pendapatan rata-rata < Rp 3.500.000 dengan presentase 59,1%. Hal ini

disebabkan karena kebanyakan responden yang mengisi kuesioner masih mahasiswa dan belum memiliki pekerjaan tetap.

4.2 Analisis Deskriptif

4.2.1 Hasil Analisis Deskriptif Harga (X1)

Tabel 4.6 Hasil Analisis Deskriptif Harga

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	112	1	5	3.73	.827
X1.2	112	1	5	3.30	.976
X1.3	112	1	5	3.94	.883
X1.4	112	1	5	3.94	.841
X1.5	112	1	5	3.72	1.084
X1.6	112	1	5	3.91	.916
Valid N (listwise)	112				

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan hasil data yang tercantum seperti tabel diatas, terdapat berita bahwa dari total 112 responden. Data minimal untuk harga adalah 1 dan maksimal 5. Mereka cenderung menjawab “Setuju” terhadap harga (X1). Selain itu, secara keseluruhan, responden yang ada berlandaskan jawaban yang beragam terhadap pernyataan-pernyataan yang terdapat dalam kuesioner tersebut.

4.2.2 Hasil Analisis Deskriptif Atmosfer Kafe (X2)

Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskriptif Atmosfer Kafe

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X2.1	112	1	5	3.49	1.048
X2.2	112	1	5	3.61	.999
X2.3	112	1	5	3.76	1.033
X2.4	112	1	5	3.84	.964
X2.5	112	1	5	3.71	.972
X2.6	112	1	5	3.81	.982
X2.7	112	1	5	3.79	.853
X2.8	112	1	5	3.46	1.039
X2.9	112	1	5	3.58	.907
X2.10	112	1	5	3.76	.961
Valid N (listwise)	112				

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan hasil data yang tercantum seperti tabel diatas, terdapat berita bahwa dari total 112 responden. Data minimal untuk harga adalah 1 dan maksimal 5. Mereka cenderung menjawab “setuju” terhadap atmosfer kafe (X2). Selain itu, secara keseluruhan, responden yang ada berlandaskan jawaban yang beragam terhadap pernyataan-pernyataan yang terdapat dalam kuesioner tersebut.

4.2.3 Hasil Analisis Deskriptif Kualitas Produk (X3)

Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Kualitas Produk

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X3.1	112	1	5	3.55	.919
X3.2	112	1	5	4.04	.864
X3.3	112	1	5	3.90	.890
X3.4	112	1	5	3.88	.898
X3.5	112	1	5	3.74	.966
Valid N (listwise)	112				

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan hasil data yang tercantum seperti tabel diatas, terdapat berita bahwa dari total 112 responden. Data minimal untuk harga adalah 1 dan maksimal 5. Mereka cenderung menjawab “setuju” terhadap kualitas produk (X3). Selain itu, secara keseluruhan, responden yang ada berlandaskan jawaban yang beragam terhadap pernyataan-pernyataan yang terdapat dalam kuesioner tersebut.

4.2.4 Hasil Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Kualitas Produk

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y1	112	1	5	3.71	.821
Y2	112	1	5	3.29	1.017
Y3	112	1	5	3.45	.976
Y4	112	1	5	3.91	.876
Y5	112	1	5	3.79	.924
Valid N (listwise)	112				

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan hasil data yang tercantum seperti tabel diatas, terdapat berita bahwa dari total 112 responden. Data minimal untuk harga adalah 1 dan maksimal 5. Mereka cenderung menjawab “setuju” terhadap keputusan pembelian (Y). Selain itu, secara keseluruhan, responden yang ada berlandaskan jawaban yang beragam terhadap pernyataan-pernyataan yang terdapat dalam kuesioner tersebut.

4.3 Uji Validitas

Gambar 4.1 Tingkat Signifikansi Uji Validitas r Tabel

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
101	0.1630	0.1937	0.2290	0.2528	0.3196
102	0.1622	0.1927	0.2279	0.2515	0.3181
103	0.1614	0.1918	0.2268	0.2504	0.3166
104	0.1606	0.1909	0.2257	0.2492	0.3152
105	0.1599	0.1900	0.2247	0.2480	0.3137
106	0.1591	0.1891	0.2236	0.2469	0.3123
107	0.1584	0.1882	0.2226	0.2458	0.3109
108	0.1576	0.1874	0.2216	0.2446	0.3095
109	0.1569	0.1865	0.2206	0.2436	0.3082
110	0.1562	0.1857	0.2196	0.2425	0.3068
111	0.1555	0.1848	0.2186	0.2414	0.3055
112	0.1548	0.1840	0.2177	0.2403	0.3042
113	0.1541	0.1832	0.2167	0.2393	0.3029
114	0.1535	0.1824	0.2158	0.2383	0.3016

Sumber : Junaidi, 2010

Uji validitas ini berfungsi untuk mengukur apakah valid atau tidak nya pertanyaan – pertanyaan dalam suatu kuesioner. Uji validitas dilihat pada perbandingan *value* r hitung dengan r tabel dengan rumus df (degree of freedom) yaitu $df = n - 2$ (n adalah total sampel). Sampel (n) dalam penelitian ini adalah 112, sehingga $df = 112 - 2 = 110$. Dengan melihat data r tabel dengan $df = 110$, maka *value* r tabel berdasarkan *value* signifikansi $0.05 = 0.1857$. Berikut perhitungan dalam uji validitas:

1. Jika $r \text{ hitung} > 0.1857$ (r tabel) maka pertanyaan tersebut valid.
2. Jika $r \text{ hitung} < 0.1857$ (r tabel) maka pertanyaan tersebut tidak valid.

Dibawah ini adalah hasil dari uji validitas per variable berdasarkan kuesioner yang telah di isi oleh responden:

4.3.1 Hasil Uji Validitas Harga (X1)

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Harga

VARIABLE	R HITUNG	R TABEL	KETERANGAN
X1.1	0.757	0,1857	VALID
X1.2	0.556	0,1857	VALID
X1.3	0.747	0,1857	VALID
X1.4	0.757	0,1857	VALID
X1.5	0.668	0,1857	VALID
X1.6	0.836	0,1857	VALID

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel diatas maka dapat dilihat bahwa uji validitas pada variable harga (X1) tersebut adalah Valid, dikarenakan r hitung per pertanyaan $>$ r tabel yaitu 0.1857.

4.3.2 Hasil Uji Validitas Atmosfer Kafe (X2)

Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Atmosfer Kafe

VARIABLE	R HITUNG	R TABEL	KETERANGAN
X2.1	0.603	0,1857	VALID
X2.2	0.731	0,1857	VALID
X2.3	0.643	0,1857	VALID
X2.4	0.765	0,1857	VALID
X2.5	0.710	0,1857	VALID
X2.6	0.753	0,1857	VALID
X2.7	0.758	0,1857	VALID
X2.8	0.733	0,1857	VALID
X2.9	0.755	0,1857	VALID
X2.10	0.715	0,1857	VALID

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel diatas maka dapat dilihat bahwa uji validitas pada variable atmosfer kafe (X2) tersebut adalah Valid, dikarenakan r hitung per pertanyaan dari variable X2 $>$ r tabel yaitu 0.1857.

4.3.3 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X3)

Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk

VARIABLE	R HITUNG	R TABEL	KETERANGAN
X3.1	0.709	0,1857	VALID
X3.2	0.793	0,1857	VALID
X3.3	0.796	0,1857	VALID
X3.4	0.815	0,1857	VALID
X3.5	0.779	0,1857	VALID

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel diatas maka dapat dilihat bahwa uji validitas pada variable kualitas produk (X3) tersebut adalah Valid, dikarenakan r hitung per pertanyaan $>$ r tabel yaitu 0.1857.

4.3.4 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Atmosfer Kafe

VARIABLE	R HITUNG	R TABEL	KETERANGAN
Y.1	0.797	0,1857	VALID
Y.2	0.812	0,1857	VALID
Y.3	0.825	0,1857	VALID
Y.4	0.750	0,1857	VALID
Y.5	0.846	0,1857	VALID

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel diatas maka dapat dilihat bahwa uji validitas pada variable keputusan pembelian (Y) tersebut adalah Valid, dikarenakan r hitung per pertanyaan $>$ r tabel yaitu 0.1857.

4.4 Hasil Uji Reliabilitas

4.4.1 Uji Reliabilitas Variable Harga

Tabel 4.14 Hasil Reliabilitas Harga

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.804	6

Sumber : Olahan Peneliti

Dari hasil uji reliabilitas seperti pada tabel berikut, diketahui instrumen pada pertanyaan kuesioner untuk harga (X1) reliabel dengan hasil α sebesar $0.804 > 0.60$.

4.4.2 Uji Reliabilitas Variable Atmosfer Kafe

Tabel 4.15 Hasil Reliabilitas Atmosfer Kafe

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.893	10

Sumber : Olahan Peneliti

Dari hasil uji reliabilitas seperti pada tabel berikut, diketahui instrumen pada pertanyaan kuesioner untuk atmosfer kafe (X2) reliabel dengan hasil α sebesar $0.893 > 0.60$.

4.4.3 Uji Reliabilitas Variable Kualitas Produk

Tabel 4.16 Hasil Reliabilitas Kualitas Produk

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.836	5

Sumber : Olahn Peneliti

Dari hasil uji reliabilitas seperti pada tabel berikut, diketahui instrumen pada pertanyaan kuesioner untuk kuitas produk (X3) reliabel dengan hasil α sebesar $0.836 > 0.60$.

4.4.4 Uji Reliabilitas Variable Keputusan Pembelian

Tabel 4.17 Hasil Reliabilitas Keputusan Pembelian

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.864	5

Sumber: Olahan Peneliti

Dari hasil uji reliabilitas seperti pada tabel berikut, diketahui instrumen pada pertanyaan kuesioner untuk keputusan pembelian (Y) reliabel dengan hasil α sebesar $0.864 > 0.60$.

4.5 Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

Tabel 4.18 Hasil Uji Normalitas Dengan Metode Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		112
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.000000
	Std. Deviation	1.86551880
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.080
	Negative	-.060
Test Statistic		.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.075 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Olahan Peneliti

Uji normalitas dengan metode *Kolmogorov Smirnov* dapat terpenuhi apabila *value* signifikan (*sig.*) > 0.05 . Berdasarkan tabel tersebut *value sig* sebesar $0.075 > 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini normal.

4.5.2 Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.19 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.357	.706		1.923	.057
	X1	-.013	.056	-.041	-.232	.817
	X2	-.044	.030	-.250	-1.466	.146
	X3	.102	.061	.291	1.692	.094

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Olahan Peneliti

Dalam uji heteroskedastisitas ini menggunakan uji *Glesjer Test* dengan melihat hasil coefficients dengan ABS_RES sebagai variable dependen. Hasil tabel tersebut menunjukkan bahwa *value* signifikan (*sig.*) harus lebih besar dari 0.05. *Value* signifikan harga (X1) sebesar $0.817 > 0.05$, atmosfer kafe (X2) sebesar $0.146 > 0.05$ dan keputusan pembelian (X3) sebesar $0.094 > 0.05$.

4.5.3 Uji Multikolinearitas

Tabel 4.20 Hasil Analisis Deskriptif Harga

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
	1	(Constant)	-.814					1.079
	X1	.258	.085	.274	3.031	.003	.285	3.513
	X2	.148	.046	.277	3.196	.002	.308	3.244
	X3	.401	.093	.380	4.334	.000	.302	3.313

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Olahan Peneliti

Value toleransi dari variable harga (X1) yaitu $0.285 > 0.10$, variable atmosfer kafe (X2) yaitu $0.308 > 0.10$, dan variable kualitas produk (X3) sebesar $0.302 > 0.10$. Begitu juga dengan dan value VIF dari variable Harga (X1) sebesar $3.513 < 10.0$ variable atmosfer kafe (X1) sebesar $3.244 < 10.0$ dan variable kualitas produk (X3) sebesar

4.6 Regresi Linier Berganda

Tabel 4.21 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.814	1.079		-.755	.452		
X1	.258	.085	.274	3.031	.003	.285	3.513
X2	.148	.046	.277	3.196	.002	.308	3.244
X3	.401	.093	.380	4.334	.000	.302	3.313

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda dan perhitungan melalui SPSS, maka dapat disimpulkan dengan persamaan analisa regresi berganda sebagai berikut

$$Y = -.814 + 0.258(X1) + 0.148(X2) + 0.401(X3)$$

Keterangan :

- Y : Keputusan Pembelian
- a : Konstanta
- b : Koefisien Regresi
- X1 : Harga
- X2 : Atmosfer Kafe
- X3 : Kualitas Produk

- a. *Value* koefisien persamaan regresi linear sebesar -0.814 , yang mempunyai arti jika harga (X_1), atmosfer kafe (X_2) dan kualitas produk (X_3) secara bersama-sama tidak mengalami perubahan atau memiliki *value* 0, maka keputusan pembelian (Y) *valuenya* sebesar -0.814 .
- b. Koefisien harga (X_1) sebesar 0.258 yang artinya memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Artinya bahwa variable harga (X_1) secara positif naik 1 dan variable lainnya tetap, maka keputusan pembelian (Y) juga akan mengalami kenaikan sebesar 0.258 .
- c. Koefisien Regresi atmosfer kafe (X_2) sebesar 0.148 yang artinya memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Artinya bahwa variable atmosfer kafe (X_2) secara positif naik 1 dan variable lainnya tetap, maka keputusan pembelian (Y) juga akan mengalami kenaikan sebesar 0.148 .
- d. Koefisien kualitas produk (X_3) sebesar 0.401 yang memiliki arti bahwa memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Artinya bahwa variable kualitas produk (X_3) secara positif naik 1 dan variable lainnya tetap, maka keputusan pembelian (Y) juga akan mengalami kenaikan sebesar 0.401 .

4.7 Uji Hipotesis

Prosedur ini dilakukan untuk memutuskan apakah hipotesis yang dipakai berpengaruh positif atau negatif merupakan fungsi dari pengujian hipotesis, di bawah ini merupakan hasil dari uji hipotesis:

4.7.1 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) dipakai untuk mengukur seberapa baik variable independen menjelaskan variable dependen. Besarnya variable bebas bisa diketahui guna menjelaskan variable terikat melalui *value* koefisien determinasi. Rahayu, Firdaus & Rinda (2019), berpendapat bahwa koefisien determinasi dipakai dalam mengetahui persentase perubahan variable terikat yang disebabkan variable bebas Keputusan Pembelian, dapat diketahui dengan uji deterministik $KD = R^2 \times 100\%$

Keterangan:

KD : Koefisien Determinasi

R2: Koefisien korelasi variable bebas dengan variable terkait

100% : Tingkat kontribusi

Tabel 4.22 Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.866 ^a	.749	.742	1.891

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

Sumber : *Olahan Peneliti*

Berdasarkan tabel diatas, *value* R2 pada penelitian ini adalah 0.866, hal ini berarti sejumlah 74.9% variable keputusan pembelian (Y) dapat dijelaskan oleh variable harga (X1), atmosfer kafe (X2) dan kualitas produk (X3). Sementara sisanya sejumlah 25.1% dipengaruhi oleh variable lain diluar penelitian ini.

4.7.2 Uji T (Uji Parsial)

Uji t dipakau untuk menguji apakah masing-masing variable bebas (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variable terikat (Y). Uji t akan berpengaruh signifikan apabila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau probabilitas kesalahan lebih kecil dari 5% ($\text{sig} < 0.05$). berikut hasil uji t parsial dari setiap variable:

Tabel 4.23 Hasil Uji T (Parsial)

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	1 (Constant)	-.814	1.079				-.755
X1	.258	.085	.274	3.031	.003	.285	3.513
X2	.148	.046	.277	3.196	.002	.308	3.244
X3	.401	.093	.380	4.334	.000	.302	3.313

a. Dependent Variable: Y

Sumber : *Olahan Peneliti*

A. Uji Variable harga (X1) terhadap keputusan pembelian (Y):

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa variable harga (X1) berpengaruh signifikan dengan *value* signifikan sebesar $0.003 < 0.05$ dan memiliki *t* hitung sebesar $3.031 > t$ tabel 1.981. Dengan ini dinyatakan bahwa variable harga (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), dikarenakan H_0 di tolak dan H_a diterima.

B. Uji Variable atmosfer kafe (X2) terhadap keputusan pembelian (Y):

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa variable atmosfer kafe (X2) berpengaruh signifikan dengan *value* signifikan sebesar $0.002 < 0,05$ dan memiliki *t* hitung sebesar $3.196 > t$ tabel 1.981. Dengan ini dinyatakan bahwa variable atmosfer kafe (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), dikarenakan H_0 di tolak dan H_a diterima.

C. Uji variable kualitas produk (X3) terhadap keputusan pembelian (Y)

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa variable kualitas produk (X3) berpengaruh signifikan dengan *value* signifikan sebesar $0.000 < 0,05$ dan memiliki *t* hitung sebesar $4.334 > t$ tabel 1.981. Dengan ini dinyatakan bahwa variable kualitas produk (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), dikarenakan H_0 di tolak dan H_a diterima.

4.7.3 Uji F (Simultan)

Uji F adalah uji secara simultan untuk membuktikan bagaimana pengaruh variable harga (X1), atmosfer kafe (X2) dan kualitas produk (X3) secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian (Y). Uji F ini dilakukan dengan adanya perbandingan *F* hitung dan *F* tabel. Variable X1, X2 dan X3 akan dikatakan berpengaruh secara bersamaan terhadap Y jika *value* *F* hitung $> F$ tabel. Dengan rumus menurut Junaidi (2010) yaitu, F tabel = $F(k-1 ; n-k)$ yaitu $F(2 ; 109)$ dengan $\alpha = 0,05$. Berikut hasil pengujian dibawah ini:

Tabel 4.24 Hasil Uji T (Parsial)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1153.416	3	384.472	107.490	.000 ^b
Residual	386.298	108	3.577		
Total	1539.714	111			

a. Dependent Variable: Y

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

Sumber : Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa variable harga (X1), atmosfer kafe (X2) dan kaulitas produk (Y) secara bersama-sama berpengaruh signifikan dengan *value* signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan memiliki F hitung sebesar $107.490 > F$ tabel 3.080. Hal ini dinyatakan bahwa ketiga variable harga (X1), atmosfer kafe (X2) dan kualitas produk (X3) secara bersama-sama berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y), dikarenakan H_0 di tolak dan H_a diterima.

4.8 Pembahasan

Penelitian yang berjudul “Pengaruh Harga, Atmosfer Kafe dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Cilallula Coffee Pamulang, Tangerang Selatan” bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, atmosfer kafe dan kualitas produk di Cilalula Coffee. Berdasarkan analisis uji variable yang dilakukan, dapat dijelaskan bahwa:

4.8.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Cilalula Coffee

Data dari hasil analisis variable harga (X1) dan keputusan pembelian (Y) memiliki hubungan yang erat.. Dengan ini hipotesis 1 pengaruh harga terhadap keputusan pembelian berlandaskan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian kali ini menunjukkan kesesuaian dengan teori Swasta & Handoko yang menyatakan perilaku konsumen sebagai perilaku yang diperlihatkan

konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka. Dalam proses mencari, calon konsumen tentu akan mempertimbangkan beberapa faktor, salah satunya harga yang berpengaruh signifikan dalam keputusan pembelian.

Untuk hasil analisis deskriptif harga menunjukkan bahwa mayoritas responden untuk variable harga menjawab “Setuju”. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Dwiarta & Ardiansyah (2021), Kembaren & Indriastuti (2021), Hermiyenti & Wardi (2019), Muliasari (2020), Silalahi et al. (2021) yang menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

4.8.2 Pengaruh Atmosfer Kafe Terhadap Keputusan Pembelian di Cilalula Coffee

Berdasarkan data di atas memperlihatkan hasil dari bagaimana atmosfer kafe (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) yang di hitung menggunakan perhitungan pengujian hipotesis yang dilakukan dengan menguji t (uji parsial). Data dari hasil pengujian-pengujian tersebut menyatakan bahwa atmosfer kafe dan keputusan pembelian memiliki hubungan yang erat. Dengan ini hipotesis 2 pengaruh atmosfer kafe terhadap keputusan pembelian berlandaskan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian”. Penelitian kali ini juga menunjukkan kesesuaian dengan teori Swasta & Handoko yang menyatakan perilaku konsumen sebagai perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka. Variable atmosfer kafe disini yang dimaksud adalah atmosfer kafe, tentang bagaimana calon konsumen melakukan pencarian dari beberapa faktor, salah satunya atmosfer kafe yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Untuk hasil analisis deskriptif harga menunjukkan bahwa mayoritas responden untuk variable harga menjawab “Setuju”. Hasil penelitian ini didukung Sholihin, Sudarwat, & Sarsono (2018), Aziz (2021), Kembaren & Indriastuti (2021), Kasmad (2022), Wahyu, Fauzi Achmad (2017) yang menyatakan bahwa atmosfer kafe memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

4.8.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Cilalula Coffee

Berdasarkan data diatas memperlihatkan hasil dari bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian yang di hitung menggunakan perhitungan pengujian hipotesis yang dilakukan dengan menguji t (uji parsial). Data dari hasil pengujian-pengujian tersebut menyatakan bahwa kualitas produk dan keputusan pembelian memiliki hubungan yang erat. Dengan ini hipotesis 3 pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian berlandaskan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian kali ini menunjukkan kesesuaian dengan teori Swasta & Handoko yang menyatakan perilaku konsumen sebagai perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka. Dalam membeli, mengevaluasi dan menghabiskan produk, konsumen tentu akan mevalue produk tersebut dari kualitasnya, baik dari tampilan maupun dari segi rasa. Dalam penelitian ini, kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Untuk hasil analisis deskriptif kualitas produk menunjukkan bahwa mayoritas responden untuk variable harga menjawab “Setuju”. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Mulasari (2020), Afifah, Hartono, & Hamidah (2023), Rares (2015), Amri & Prihandono (2019), dan penelitian Silalahi et al. (2021) yang menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.