

BAB IV

HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Deskripsi Responden Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian dari kuesioner yang sudah dibuat dan disebar sebanyak 180 yang pernah membeli di Kedai Kopi Nako Kebon Jati Bogor dan ditempat Kopi Nako yang lainnya didapatkan karakteristik sebagai berikut:

a) Usia

Karakteristik usia responden dibagi dalam 4 kategori yaitu < 20 tahun, > 21 - 25 Tahun, > 26 – 30 tahun, > 31 tahun. Berikut hasil data berdasarkan karakteristik usia.

Tabel 4. 1 Karakteristik Usia Responden

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	< 20 tahun	47	26,1%
2	> 21 - 25 tahun	79	43,9%
3	> 26 – 30 tahun	32	17,8
4	> 31 tahun	22	12,2%
Jumlah		180	100%

Sumber: Data Diolah Peneliti 2023

Berdasarkan tabel 4.1 di atas menunjukkan bahwa usia > 21 – 25 tahun memiliki jumlah responden terbanyak dengan total 79 reponden dengan persentase sebesar 43,9%, sedangkan usia > 31 tahun memiliki jumlah responden terkecil yaitu 22 responden dengan persentase 12,2%. Sedangkan usia < 20 tahun berjumlah 47 responden dengan persentasi 26,1% dan sisanya diisi olah usia > 26 – 30 tahun sebanyak 32 dengan persentase sebesar 17,8%. Maka dapat dinyatakan bahwa pengunjung Kedai Kopi Nako Kebon Jati Bogor rata-rata diminati oleh remaja akhir.

b) Jenis Kelamin

Karakteristik gender responden dibagi menjadi dua kategori yaitu laki-Laki dan perempuan. Berikut adalah hasil data responden berdasarkan karakteristik jenis kelamin.

Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-Laki	79	43,9%
2	Perempuan	101	56,1%
Jumlah		180	100%

Sumber: Data Peneliti 2023

Tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan sebanyak 101 responden dengan persentase sebesar 56,1% dan sisanya diisi oleh laki-laki sebanyak 79 responden dengan persentase sebesar 43,9%. Hal ini menyatakan bahwa rata-rata pembeli Kedai Kopi Nako Kebon Jati Bogor adalah perempuan.

c) Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dibagi menjadi 3 kategori yaitu Pelajar, Mahasiswa/i dan Pegawai. Berikut adalah hasil data responden berdasarkan karakteristik pekerjaan.

Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Pelajar	29	16,1%
2	Mahasiswa/i	64	35,6%
3	Pegawai	87	48,3%
Jumlah		180	100%

Sumber: Data Peneliti 2023

Berdasarkan tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa pengunjung Kedai Kopi Nako Kebon Jati Bogor di dominasi oleh pegawai sebesar 87 responden dengan persentase 48,3%. Pekerjaan dengan karakteristik pelajar sebesar 29 responden dengan persentase 16,1% dan sisanya yaitu mahasiswa/i sebesar 64 responden dengan persentase 35,6%. Hal ini menyatakan bahwa kebanyakan pengunjung Kedai Kopi Nako Kebon Jati Bogor memiliki pekerjaan.

d) Penghasilan

Karakteristik responden berdasarkan penghasilan dibagi menjadi 4 kategori yaitu < Rp1.000.000/bulan, > Rp1.100.000 - Rp5.000.000/bulan, > Rp5.100.000 -

Rp10.000.000/bulan, >Rp10.100.000/bulan. Berikut adalah hasil data responden berdasarkan karakteristik penghasilan.

Tabel 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Penghasilan

No	Pendapatan	Frekuensi	Persentase (%)
1	< Rp1.000.000/bulan	29	16,1%
2	>Rp1.100.000-Rp5.000.000/bulan	113	62,8%
3	> Rp5.100.000 - Rp10.000.000/bulan	26	14,4%
4	>Rp10.100.000/bulan	12	6,7%
Jumlah		180	100%

Sumber: Data Peneliti 2023

Berdasarkan tabel 4.4 di atas menunjukkan pendapatan >Rp1.100.000-Rp5.000.000/bulan mendominasi sebanyak 113 responden dengan persentasi 62,8% dan terkecil ada pada pendapatan >Rp10.100.000/bulan sebanyak 12 responden dengan persentasi 6,7%. Sisanya memiliki pendapatan < Rp1.000.000/bulan sebanyak 29 responden dengan persentase 16,1% dan > Rp5.100.000 - Rp10.000.000/bulan sebanyak 26 dengan persentase 14,4%. Maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata pengunjung Kedai Kopi Nako Kebon Jati Bogor memiliki pendapatan sebanyak >Rp1.100.000-Rp5.000.000/bulan.

4.1.2 Statistik Deskriptif

statistik deskriptif digunakan untuk meringkas hasil data yang didapatkan berdasarkan jawaban yang diberikan responden. Dalam penelitian ini, statistic deskriptif menggambarkan bagaimana penilaian responden terhadap variabel citra merek (X1), hagra (X2), kualitas produk (X3) dan keputusan pembelian. Responden dalam penelitian ini berjumlah 180, berikut penjelasan data deskripsi statistik variabel:

1. Variabel Citra Merek

Tabel 4. 5 Statistik Deskripsi Variabel Citra Merek

	N	Descriptive Statistics			Std. Deviation
		Minimum	Maximum	Mean	
CM1	180	1.00	5.00	4.0556	.94380
CM2	180	1.00	5.00	3.9000	1.04159

CM3	180	1.00	5.00	3.6556	1.24318
CM4	180	1.00	5.00	3.7667	1.31642
CM5	180	1.00	5.00	3.7167	1.13981
CM6	180	1.00	5.00	3.6611	1.27793
CM7	180	1.00	5.00	3.4222	1.21423
CM8	180	2.00	5.00	3.8167	.95411
CM9	180	1.00	5.00	4.1556	.95430
CM10	180	1.00	5.00	3.7778	1.15093
Valid N (listwise)	180				

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2023

Berdasarkan Tabel 4.5, menunjukkan nilai minimum yang ada pada semua instrumen variabel citra merek yaitu 1, artinya semua instrumen citra merek memiliki jawaban “sangat tidak setuju” kecuali instrumen “Kedai Kopi Nako memiliki desain yang menarik” dengan nilai yang terendah. Nilai maximum yang ada pada instrumen variabel citra merek yaitu 5, artinya setiap instrumen memiliki responden yang menjawab “Sangat Setuju”. Nilai rata-rata terbesar ada pada instrumen CM1 sebesar 4,1556, maka dapat disimpulkan rata-rata jawaban responden setuju dengan instrumen “Kemasan pada Kedai Kopi Nako memiliki citra ramah lingkungan karena prasarana yang tersedia berasal dari daur ulang”. Standar deviation terbesar ada pada instrumen CM4 sebesar 1,31642, maka dapat dinyatakan instrumen “Kedai Kopi Nako memiliki kualitas yang baik dengan harga terjangkau” memiliki sebaran data yang baik.

2. Variabel Harga

Tabel 4. 6 Statistik Deskripsi Variabel Harga

	N	Descriptive Statistics			
		Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
H1	180	1.00	5.00	3.7111	1.33492
H2	180	1.00	5.00	3.9111	1.22492
H3	180	1.00	5.00	3.8889	1.02423
H4	180	1.00	5.00	3.2644	1.22279
H5	180	1.00	5.00	3.8444	1.20438
H6	180	1.00	5.00	3.8556	1.26014
Valid N (listwise)	180				

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2023

Berdasarkan Tabel 4.6, menunjukkan nilai minimum yang ada pada semua instrumen variabel harga yaitu 1, artinya semua instrumen variabel harga memiliki jawaban “sangat tidak setuju” dengan nilai yang terendah. Nilai maximum yang ada pada instrumen variabel harga yaitu 5, artinya setiap instrumen memiliki responden yang menjawab “Sangat Setuju” dengan nilai terbesar. Nilai rata-rata terbesar ada pada instrumen H2 sebesar 3,9111, maka dapat disimpulkan rata-rata jawaban responden setuju dengan instrumen “Kopi Nako memiliki harga yg sesuai dengan kualitas”. Standar deviation terbesar ada pada instrumen H1 sebesar 1,33492, maka dapat dinyatakan instrumen “Kopi Nako memiliki harga yg terjangkau” memiliki sebaran data yang baik.

3. Variabel Kualitas Produk

Tabel 4. 7 Statistik Deskripsi Variabel Kualitas Produk

	N	Descriptive Statistics			
		Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
KP1	180	1.00	5.00	3.5722	1.23284
KP2	180	1.00	5.00	3.5278	1.19791
KP3	180	1.00	5.00	3.3778	1.33352
KP4	180	1.00	5.00	3.3278	1.00741
KP5	180	1.00	5.00	3.4778	1.06993
KP6	180	1.00	5.00	3.2222	1.28835
KP7	180	1.00	5.00	3.6389	1.16640
KP8	180	1.00	5.00	3.4944	1.24845
Valid N (listwise)	180				

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2023

Berdasarkan Tabel 4.7, menunjukkan nilai minimum yang ada pada semua instrumen variabel kualitas produk yaitu 1, artinya semua instrumen variabel kualitas produk memiliki jawaban “sangat tidak setuju” dengan nilai yang terendah. Nilai maximum yang ada pada instrumen variabel kualitas produk yaitu 5, artinya setiap instrumen memiliki responden yang menjawab “Sangat Setuju” dengan nilai terbesar. Nilai rata-rata terbesar ada pada instrumen KP7 sebesar 3,6389, maka dapat disimpulkan rata-rata jawaban responden setuju dengan instrumen “Kopi Nako memiliki rasa yang unik dan authentic”. Standar deviation terbesar ada pada

instrumen KP3 sebesar 1,33352, maka dapat dinyatakan instrumen “Kopi Nako sesuai dengan standar kualitas yang di syaratkan” memiliki sebaran data yang baik.

4. Variabel Keputusan Pembelian

Tabel 4. 8
Statistik Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y1	180	1.00	5.00	3.7833	1.22486
Y2	180	1.00	5.00	3.4611	1.10542
Y3	180	1.00	5.00	3.8111	1.18080
Y4	180	1.00	5.00	3.5167	1.19344
Y5	180	1.00	5.00	3.6556	1.22963
Y6	180	1.00	33.00	3.6444	2.47585
Y7	180	1.00	5.00	3.8389	1.18729
Y8	180	1.00	5.00	3.5722	1.15807
Y9	180	1.00	5.00	3.6444	1.48219
Y10	180	1.00	5.00	3.6556	1.46208
Y11	180	1.00	5.00	3.6556	1.22963
Y12	180	1.00	5.00	3.5333	1.15985
Valid N (listwise)	180				

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2023

Berdasarkan Tabel 4.8, menunjukkan nilai minimum yang ada pada semua instrumen variabel keputusan pembelian yaitu 1, artinya semua instrumen variabel keputusan pembelian memiliki jawaban “sangat tidak setuju” dengan nilai yang terendah. Nilai maximum yang ada pada instrumen variabel keputusan pembelian yaitu 5, artinya setiap instrumen memiliki responden yang menjawab “Sangat Setuju” dengan nilai terbesar. Nilai rata-rata terbesar ada pada instrumen Y7 sebesar 3,8389, maka dapat disimpulkan rata-rata jawaban responden setuju dengan instrumen “Saya rutin berkunjung ke Kedai Kopi Nako”. Standar deviation terbesar ada pada instrumen Y6 2,47585, maka dapat dinyatakan instrumen “Saya membeli Kopi Nako disediakan tempat yang nyaman” memiliki sebaran data yang baik.

4.1.3 Hasil Uji Validitas

Pengujian diperlukan agar instrumen yang digunakan layak untuk dipakai sesuai dengan standar penyetujuan pengukuran. Jika r hitung $>$ r tabel, maka instrumen penelitian layak digunakan atau dianggap valid. Perhitungan r tabel pada penelitian ini yaitu $n = 180$, $df = n-2$ ($180-2$), sehingga didapatkan nilai r tabel sebesar 0,1463.

1. Uji Variabel Citra Merek

Tabel 4. 9
Hasil Uji Validitas Citra Merek (X1)

	r hitung	r tabel	keterangan
CM1	0,606*	0,1463	valid
CM2	0,716**	0,1463	valid
CM3	0,782**	0,1463	valid
CM4	0,645**	0,1463	valid
CM5	0,554**	0,1463	valid
CM6	0,630**	0,1463	valid
CM7	0,622**	0,1463	valid
CM8	0,601**	0,1463	valid
CM9	0,606**	0,1463	valid
CM10	0,595**	0,1463	valid

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2023

Berdasarkan Tabel 4.9, menunjukkan hasil bahwa instrumen yang digunakan pada variabel citra merek memiliki nilai r hitung $>$ 0,1463, maka semua instrumen yang digunakan pada variabel citra merek dinyatakan valid.

2. Uji Variabel Harga

Tabel 4. 10
Hasil Uji Validitas Harga (X2)

	r hitung	r tabel	keterangan
--	----------	---------	------------

H1	0,714**	0,1463	valid
H2	0,522**	0,1463	valid
H3	0,642**	0,1463	valid
H4	0,666**	0,1463	valid
H5	0,696**	0,1463	valid
H6	0,614**	0,1463	valid

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2023

Berdasarkan Tabel 4.10, menunjukkan hasil bahwa instrumen yang digunakan pada variabel harga memiliki nilai r hitung $> 0,1463$, maka semua instrumen yang digunakan pada variabel harga dinyatakan valid.

3. Uji Variabel Kualitas Produk

Tabel 4. 11
Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X3)

	r hitung	r tabel	keterangan
KP1	0,751**	0,1463	valid
KP2	0,676**	0,1463	valid
KP3	0,796**	0,1463	valid
KP4	0,679**	0,1463	valid
KP5	0,621**	0,1463	valid
KP6	0,702**	0,1463	valid
KP7	0,667**	0,1463	valid
KP8	0,687**	0,1463	valid

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2023

Berdasarkan Tabel 4.11, menunjukkan hasil bahwa instrumen yang digunakan pada variabel kualitas produk memiliki nilai r hitung $> 0,1463$, maka semua instrumen yang digunakan pada variabel kualitas produk dinyatakan valid.

4. Uji Variabel Keputusan Pembelian

Tabel 4. 12
Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

	r hitung	r table	Keterangan
Y1	0,584**	0,1463	Valid
Y2	0,616**	0,1463	Valid
Y3	0,594**	0,1463	Valid
Y4	0,637**	0,1463	Valid
Y5	0,593**	0,1463	Valid
Y6	0,432**	0,1463	Valid
Y7	0,594**	0,1463	Valid
Y8	0,650**	0,1463	Valid
Y9	0,792**	0,1463	Valid
Y10	0,792**	0,1463	Valid
Y11	0,593**	0,1463	Valid
Y12	0,539**	0,1463	Valid

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2023

Berdasarkan Tabel 4.12, menunjukkan hasil bahwa instrumen yang digunakan pada variabel keputusan pembelian memiliki nilai r hitung $> 0,1463$, maka semua instrumen yang digunakan pada variabel keputusan pembelian dinyatakan valid.

4.1.4 Hasil Uji Reliabilitas

Instrumen di uji seberapa reliabel atau haldal jika jawaban responden terhadap pernyataan memiliki konsistensi dan stabil dari waktu ke waktu. Jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,600$ variabel tersebut dapat dinyatakan reliabel. Berikut hasil uji reabilitas variabel penelitian.

Tabel 4. 13
Hasil Uji Reabilitas Variabel

Variabel	Cronbach's Alpha	Nof Item	Keterangan
Citra Merek	0,839	10	Reliabel

Harga	0,734	6	Reliabel
Kualitas Produk	0,850	8	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,828	12	Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel 4.13, menunjukkan variabel citra merek mendapatkan nilai Cronbach's Alpha sebesar $0,839 > 0,60$, maka instrumen yang digunakan dinilai reliabel. variabel harga mendapatkan nilai Cronbach's Alpha sebesar $0,739 > 0,60$, maka instrumen yang digunakan dinilai reliabel. variabel kualitas produk mendapatkan nilai Cronbach's Alpha sebesar $0,850 > 0,60$, maka instrumen yang digunakan dinilai reliabel. variabel keputusan pembelian mendapatkan nilai Alpha sebesar $0,828 > 0,60$, maka instrumen yang digunakan dinilai reliabel.

4.1.5 Uji Asumsi Klasik

- Tujuan pengujian asumsi klasik ini adalah untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten.

1. Uji Normalitas

Uji ini dilakukan dengan metode uji Kolmogorov-Smirnov dengan tujuan mengetahui apakah nilai terhadap residuan berdistribusi normal atau tidak. Berikut hasil uji normalitas:

Tabel 4. 14 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
Unstandardized Residual		
N		180
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	8.20258900
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.035

Negative	-.063
Test Statistic	.063
Asymp. Sig. (2-tailed)	.080 ^c
a. Test distribution is Normal.	
b. Calculated from data.	
c. Lilliefors Significance Correction.	

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2023

Berdasarkan Tabel 4.14, menunjukkan uji Kolmogorov-Smirnov dengan nilai signifikan sebesar $0,080 > 0,05$, maka dapat dinyatakan bahwa residual berdistribusi dengan normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Salah satu cara dalam melakukan uji heteroskedastisitas adalah dengan cara melakukan uji glejser untuk mengetahui ada atau tidaknya kesamaan dari nilai residual pada suatu model regresi.

Tabel 4. 15 Hasil Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
Model		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	14.301	2.379		6.010	.000
	Citra Merek	.016	.061	.020	.269	.788
	Harga	-.163	.095	-.131	-1.710	.089
	Kualitas Produk	.083	.054	.009	.126	.437

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2023

Berdasarkan Tabel 4.15, menunjukkan uji glejser dengan nilai sig variabel citra merek sebesar $0,788 > 0,05$, maka dapat dinyatakan bahwa variabel citra merek tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Variabel harga mendapatkan nilai

sig sebesar $0,089 > 0,05$, maka dapat dinyatakan bahwa variabel harga tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Variabel kualitas produk mendapatkan nilai sig sebesar $0,437 > 0,05$, maka dapat dinyatakan bahwa variabel kualitas produk tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui atau menguji suatu regresi apakah didalamnya ada korelasi yang terjadi antara variabel. Berikut hasil pengujian Multikolinearitas.

Tabel 4. 16 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	8.231	4.255			1.934	.055		
Citra Merek	.325	.109	.195		2.989	.003	.930	1.075
Harga	.823	.170	.328		4.844	.000	.869	1.150
Kualitas Produk	.362	.097	.247		3.732	.000	.911	1.098

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2023

Berdasarkan Tabel 4.16, menunjukkan setiap variabel dengan nilai tolerance > 0.10 , maka dapat diartikan setiap variabel tidak terjadi multikolinearitas. Nilai VIF setiap variabel dalam penelitian memiliki nilai < 10.0 , maka dapat diartikan setiap variabel tidak terjadi multikolinearitas.

4.1.6 Uji Analisis Linear Berganda

1. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien Korelasi digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut adalah hasil pengolahan data korelasi:

Tabel 4. 17 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.547 ^a	.300	.288	8.272

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Citra Merek, Harga
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2023

● Berdasarkan Tabel 4.17, menunjukkan uji Koefisien Determinasi (R^2) dengan nilai Adjusted R square sebesar 0,288 atau 28,8%, maka variabel citra merek (X1), harga (X2), dan kualitas produk (X3) secara bersama-sama memberikan kontribusi sebesar 28,8% dan sisanya 71,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari model penelitian ini.

2. Uji F (Anova)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Uji statistik F dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi atau tingkat kepercayaan sebesar 0,05. Jika di dalam penelitian terdapat tingkat signifikansi kurang dari 0,05 atau F hitung dinyatakan lebih besar daripada F tabel maka semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Berikut hasil uji F (Anova):

Tabel 4. 18 Uji F

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

1	Regression	5154.100	3	1718.033	25.107	.000 ^b
	Residual	12043.561	176	68.429		
	Total	17197.661	179			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

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

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2023

Berdasarkan Tabel 4.18, menunjukkan uji F hitung sebesar $25,107 > 3,05$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel citra merek (X1), harga (X2), kualitas produk (X3) secara bersama sama pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

4.1.7 Uji Hipotesis

● Dalam penelitian ini menggunakan analisis linear berganda untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara citra merek, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Berikut hasil pengujian:

1. Uji t

Pada uji-t ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan melihat nilai-nilai t masing-masing variabel. Berikut hasil uji t:

Tabel 4. 19 Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.231	4.255		1.934	.055
Citra Merek	.325	.109	.195	2.989	.003
Harga	.823	.170	.328	4.844	.000
Kualitas Produk	.362	.097	.247	3.732	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel 4.20, menunjukkan uji t, sebagai berikut:

- a) Variabel citra merek (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) diperoleh nilai t hitung sebesar $2,989 > 1,65356$ dan nilai signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$, maka dapat disimpulkan variabel citra merek berpengaruh positif dan terhadap keputusan pembelian.
- b) Variabel harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) diperoleh nilai t hitung sebesar $4,844 > 1,65356$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
- c) Variabel kualitas produk (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) diperoleh nilai t hitung sebesar $3,732 > 1,65356$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

4.1.8 Pembahasan

Penelitian yang berjudul “Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi Nako, Kebon Jati Bogor” dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh antar variabel independen dengan variabel dependen. Berdasarkan hasil analisis uji variabel yang dilakukan menggunakan SPSS versi 25, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji hipotesis variabel citra merek diperoleh nilai t hitung $2,989 > t$ tabel $1,65356$ dan nilai signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$ maka dapat disimpulkan citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya Hipotesis 1 diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fatmaningrum *et al* (2020), Arianty dan Andira (2021), Darmansa dan Yosepha (2020) yang menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Citra merek merupakan bentuk identitas merek terhadap suatu produk yang ditawarkan kepada pelanggan yang dapat membedakan suatu produk dengan produk pesaing. Dari hasil statistik deskripsi responden nilai citra merek yang didapatkan cukup baik, hal ini menandakan citra merek yang dimiliki kedai Kopi Nako baik dimata para konsumen sehingga mereka memutuskan untuk berkunjung dan membeli di Kedai Kopi Nako. Semakin baik citra merek yang dimiliki Kedai Kopi Nako maka semakin tinggi keinginan konsumen untuk memutuskan pembelian.

2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji hipotesis variabel harga diperoleh nilai t hitung $4,844 > t$ tabel $1,65356$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya Hipotesis 2 diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Prihartono (2021), Gunarsi *et al* (2021), dan Triadi *et al* (2021) menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembeli.

Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Berdasarkan hasil statistik deskripsi responden variabel harga rata-rata jawaban setuju dengan harga yang diberikan, hal ini menandakan harga yang diberikan kedai Kopi Nako sesuai dengan harapan para responden sehingga memutuskan pembelian.

3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji hipotesis variabel kualitas produk diperoleh nilai t hitung $3,732 > t$ tabel $1,65356$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya Hipotesis 3 diterima. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Suari *et al* (2019), Fatmaningrum *et al* (2021), dan Anwar (2021) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembeli.

Kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen yang dinyatakan atau diimplikasikan. Dari hasil statistik deskripsi responden variabel kualitas produk rata-rata jawaban setuju dan merasa puas dengan kualitas yang diberikan, hal ini menandakan bahwa kualitas produk kedai Kopi Nako memenuhi harapan dan memuaskan mereka sehingga meningkatkan keinginan membeli.

