

BAB IV

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Pembahasan

1. Gambaran Perusahaan Nuju *Coffee*

Nuju *Coffee* merupakan salah satu *coffee shop* yang berkembang di Kota Bandar Lampung dan didirikan pada 23 Agustus 2019. Nuju sendiri berasal dari bahasa Sunda yang artinya memimpin. Nuju *Coffee* di pimpin oleh tujuh owner salah satunya yaitu Bapak Ridho Kukuh dan memiliki 7 cabang di wilayah Kota Bandar Lampung. Cabang Nuju *Coffee* berada dilokasi strategis Kota Bandar Lampung, yang diharapkan dapat memberi kemudahan bagi konsumen untuk menikmati kopi dari Nuju *Coffee*.

B. Hasil Analisis Deskriptif

1. Jenis Kelamin Responden

Pada penelitian ini, deskriptif dan karakteristik responden berdasarkan apa yang tertera di dalam kuesioner terbagi menjadi beberapa frekuensi :

Tabel 4.1

Responden berdasarkan Pekerjaan

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Perempuan	51	39,2
Laki-laki	79	60,8
Total	130	100

Sumber: Oleh data penulis, 2024

Berdasarkan data tersebut, diketahui bahwa dari 130 orang responden, 51 orang (39,2%) diantaranya adalah responden perempuan, sedangkan 79 orang (60,8%) lainnya adalah responden laki-laki. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa komposisi responden pada penelitian ini sebagian besar didominasi oleh responden Laki-laki yang melakukan pembelian di Nuju *Coffee* Kedaton Bandar Lampung.

2. Pekerjaan Responden

Tabel 4.2

Responden berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Presentase
Pelajar/Mahasiswa	70	53,8%
Karyawan	29	22,3%
Wiraswasta	2	1,5%
IRT	4	3,0%
Lainnya	25	19,2%
Total	130	100%

Sumber: Diolah oleh penulis, 2024

Berdasarkan data pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa responden Nuju *Coffee* banyak dari berbagai kalangan, pelajar/mahasiswa (53,8%), karyawan (22,3%), wiraswasta (1,5%) IRT (3,0%), dan Lainnya (19,2%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas pekerjaan pada

penelitian ini didominasi oleh mahasiswa sebagai konsumen dari Nuju *Coffee* Kedaton Bandar Lampung.

3. Pendidikan Responden

Tabel 4. 3

Responden berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Presentase
SD	0	0%
SMP	0	0%
SMA	54	41,5%
Perguruan Tinggi	76	58,4%
Total	130	100%

Sumber: Diolah oleh penulis, 2024

Berdasarkan data diatas dalam penelitian ini konsumen ada pada Nuju *Coffee* Kedaton Bandar Lampung didominasi oleh konsumen yang memiliki pendidikan perguruan tinggi dengan sebanyak (58,4%), dan untuk pendidikan SMA sebanyak (41,5%), sedangkan Pendidikan SD dan SMP sebanyak 0%. Dengan demikian pendidikan perguruan tinggi mendominasi konsumen yang melakukan pembelian di Nuju *Coffee* Kedaton Bandar Lampung.

C. Hasil Analisis Data

1. Uji Validitas

Hasil uji validitas dilakukan kepada 30 orang responden dan dengan menggunakan program SPSS 21. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel dengan ketentuan degree of freedom (df) = N-2, dimana N adalah jumlah sampel sebesar 30-2=28

responden dengan taraf signifikan 5% atau Alpha 0,05 maka menunjukkan $r_{\text{tabel}} = 0,361$. Berikut hasil uji validitas yang telah dilakukan:

Tabel 4. 1
Hasil Uji Validitas Promosi Penjualan (X)

Item Soal	r hitung	r tabel	Kondisi	Keterangan
1	0,649	0,361	$r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$	Valid
2	0,560	0,361	$r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$	Valid
3	0,785	0,361	$r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$	Valid
4	0,626	0,361	$r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$	Valid
5	0,683	0,361	$r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$	Valid
6	0,803	0,361	$r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$	Valid

Berdasarkan dari hasil **Tabel 4.1** hasil uji validitas promosi penjualan (x) dengan jumlah 6 butir pernyataan didapatkan hasil dari $r_{hitung} > r_{tabel}$ yang dimana hasil nilai r_{hitung} dengan nilai paling tinggi 0,803 dan paling rendah 0,560, sehingga dapat disimpulkan bahwa 6 item soal dari promosi penjualan (x) dinyatakan valid.

Tabel 4. 2
Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Item Soal	r hitung	r tabel	Kondisi	Keterangan
1	0,866	0,361	$r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$	Valid
2	0,866	0,361	$r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$	Valid
3	0,687	0,361	$r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$	Valid
4	0,749	0,361	$r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$	Valid
5	0,852	0,361	$r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$	Valid
6	0,840	0,361	$r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$	Valid
7	0,414	0,361	$r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$	Valid
8	0,683	0,361	$r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$	Valid
9	0,878	0,361	$r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$	Valid
10	0,385	0,361	$r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$	Valid

Berdasarkan dari hasil **tabel 4.2** hasil uji validitas keputusan pembelian (Y) dengan jumlah 10 butir pernyataan didapatkan hasil dari $r_{hitung} > r_{tabel}$ yang dimana hasil nilai r_{hitung} dengan nilai paling tinggi 0,878 dan paling rendah 0,385 , sehingga dapat disimpulkan bahwa 10 item soal dari keputusan pembelian (Y) dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Setelah melakukan uji validitas, selanjutnya dilakukan uji reliabilitas untuk mengambil sebuah keputusan terhadap masing-masing variabel dengan menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*. Hasil pengolahan data 100 responden dengan menggunakan SPSS 21 dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 3
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Koefisien r	Hasil	Keterangan
Promosi Penjualan (X)	0,831	0,60	$r > 0,60$	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,875	0,60	$r > 0,60$	Reliabel

Sumber: Data diolah penulis 2023

Berdasarkan dari hasil tabel 4.4 hasil uji reliabilitas dari ketiga variabel, Promosi Penjualan (X) dan Keputusan Pembelian (Y) yang memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$, maka reliabilitas dianggap tinggi dan dapat dikatakan pernyataan sangat reliabel.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk membuktikan bahwa data yang didapatkan dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak. Dalam

penelitian ini menggunakan alat *uji Kolmogorov-Smirnov* dengan taraf signifikan 0,05. Berikut hasil uji normalitas yang sudah dilakukan:

Tabel 4. 4

Hasil Uji Normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.32433272
	Absolute	.105
Most Extreme Differences	Positive	.073
	Negative	-.105
Kolmogorov-Smirnov Z		1.049
Valid Asymp. Sig. (2-tailed)		.221

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber diolah melalui SPSS 21 (2024)

Berdasarkan **Tabel 4.4** besarnya nilai *Kolmogorov-Smirnov Z* sebesar 1.049 dan signifikan 0,221 ($1.049 > 0,05$) yang berarti data berdistribusi normal dan layak digunakan. Dengan demikian hasil uji normalitas dengan menggunakan grafik dan uji *Kolmogorov-Smirnov Z* menunjukkan bahwa data yang telah di uji berdistribusi normal.

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke

pengamatan lain dan dalam uji heteroskedastisitas model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya masalah heteroskedastisitas maka dalam penelitian ini menggunakan uji Glejser. Berikut hasil uji Glejser dibawah ini :

Tabel 4. 5

Uji Glejser (Heterokedastisitas)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.760	2.101		2.741	.007
1 promosipenjualan	-.174	.089	-.194	-1.962	.053

a. Dependent Variable: spss_Res1

Berdasarkan **Tabel 4.5**, dijelaskan bahwa variable independen yaitu promosi penjualan 0,053. Sehingga nilai sig variabel independen diatas 0,05 yang berarti bahwa tidak ada masalah heteroskedastisitas dalam model regresi tersebut.

5. Analisis Linear Sederhana

Uji hipotesis menggunakan Analisis Regresi Sederhana. Uji Regresi sederhana bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari tiap variable yaitu pengaruh promosi penjualan (Variabel X) terhadap keputusan pembelian (VariabelY) dengan menggunakan persamaan regresi. Untuk menguji besarnya pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan

penjualan digunakan analisis regresi sederhana dengan menggunakan teknik analisis statistik yang terdapat dalam, program SPSS 21.

Gambar 4. 1

Hasil Uji Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.076	3.058		3.622	.000
	promosipenjualan	1.208	.129	.686	9.338	.000

a. Dependent Variable: keputusantembelian

Sumber: *Data diolah penulis melalui SPSS21 (2024)*

Berdasarkan tabel hasil analisis tersebut maka dapat diartikan pada persamaan regresi yaitu $Y = a + bX$ sebagai

$$Y = a + bX$$

$$Y = 11,076 + 1,209X$$

Konstanta sebesar 11,076 menyatakan bahwa jika tidak ada persepsi, maka keputusan konsumen 11,076, dan konstanta juga signifikan dan dapat diartikan sifat konsumen tidak memiliki variabel.

6. Uji T

Uji T yang digunakan untuk menguji signifikan pada hipotesis, uji t pada penelitian ini mengenai promosi penjualan (X) terhadap Keputusan Pembelian (Y), dasar pengambilan pada uji t yaitu, apabila nilai signifikan < 0,05 atau nilai t hitung > nilai t tabel dengan nilai t tabel ($df = N - k - 1 = 100 -$

2-1= 97) sebesar 1,660, maka terdapat berpengaruh pada variabel X terhadap Y.

Tabel 4. 6
Uji Parsial (Uji T)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	11.076	3.058		3.622	.008
¹ Promosipenjualan	1.208	.129	.686	9.338	.008

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

Sumber: data diolah penulis melalui SPSS21 (2024)

Berdasarkan **Tabel 4.6**, diperoleh T hitung sebesar 3,622 dan diketahui nilai T sebesar 1,660 yang artinya $T \text{ hitung} > T \text{ tabel}$ ($3,622 > 1,660$). Kemudian diperoleh nilai signifikan sebesar $0,008 < 0,05$, maka secara parsial promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Nuju *Coffee* Kedaton Bandar Lampung.

7. Uji Determinasi R²

Nilai koefisien determinasi digunakan untuk melihat bagaimana variasi nilai variabel dependen berpengaruh oleh nilai variabel independent. Berikut hasil uji koefisien determinasi pada tabel di bawah ini:

Tabel 4. 7
Uji Determinasi R²

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.686 ^a	.471	.465	2.33616

a. Predictors: (Constant), promosipenjualan

Sumber: diolah penulis melalui SPSS21 (2024)

Berdasarkan hasil **tabel 4.7** diketahui koefisien determinasi sebesar 0,471. Nilai tersebut berasal dari pengkuadratan nilai R, yaitu $0,686 \times 0,686 = 0,471$ atau sama dengan 47,1%. Hasil tersebut berarti bahwa variabel independent yaitu promosi penjualan secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian sebesar 47,1%. Sedangkan yang sisanya 52,9% ($100\% - 47,1\% = 52,9\%$), maka sisanya di pengaruhi oleh variabel lain diluar ruang lingkup penelitian ini.