

BAB IV

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Hasil Uji Coba Validitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah kuesioner yang akan digunakan untuk penelitian sah atau tidak, valid atau tidak valid. Dapat dikatakan valid jika kuesioner atau pertanyaan dapat mengungkapkan sesuatu yang bisa diukur oleh kuesioner tersebut. Pada uji validitas kuesioner ini menggunakan 30 responden. Kriteria pada Uji validitas mengikuti kriteria tertentu: jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka setiap unsur pernyataan dianggap valid; namun jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka setiap item dianggap tidak valid dan harus diganti sebelum dilakukan pengujian ulang.

Tabel 4.1

Hasil Uji Validitas Faktor Sosial (X1)

Butir Pernyataan	r hitung	r tabel	kondisi	keterangan
Faktor Sosial (X1)				
1	0,872	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
2	0,843	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
3	0,891	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
4	0,716	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
5	0,774	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
6	0,847	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

(Sumber : data diolah pada tahun 2024)

Berdasarkan Tabel 4.1 yang ditampilkan, hasil dari uji validitas Kuisoner Faktor Sosial (X1) dengan menyajikan 6 pernyataan mengenai Faktor Sosial, dapat dilihat bahwa a nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0.361) dapat dilihat dari nilai r_{hitung} yang paling tinggi yaitu 0.891 dan nilai r_{hitung} yang paling rendah yaitu 0.716, maka dapat diambil kesimpulan bahwa hasil yang diperoleh yaitu semua butir pernyataan dinyatakan valid.

Tabel 4.2

Hasil uji Validitas Faktor Pribadi (X2)

Butir Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	kondisi	keterangan
Faktor Pribadi (X2)				
1	0,758	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
2	0,828	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
3	0,755	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
4	0,850	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
5	0,785	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
6	0,816	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
7	0,757	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
8	0,907	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

(Sumber : data diolah pada tahun2024)

Berdasarkan tabel 4.2 yang ditampilkan, hasil dari uji validitas kuesioner Faktor Pribadi (X2) dengan menyajikan 8 item pernyataan mengenai faktor pribadi, dapat dilihat bahwa nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0.361) dapat dilihat dari nilai r_{hitung} yang paling tinggi yaitu 0.907 dan nilai r_{hitung} yang paling rendah yaitu 0.755, maka dapat diambil kesimpulan bahwa hasil yang diperoleh yaitu semua butir pernyataan dinyatakan valid

Tabel 4.3

Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Butir Pernyataan	<i>r</i> hitung	<i>r</i> tabel	kondisi	keterangan
Keputusan Pembelian (Y)				
1	,830	0,361	rhitung > rtabel	Valid
2	,850	0,361	rhitung > rtabel	Valid
3	,867	0,361	rhitung > rtabel	Valid
4	,927	0,361	rhitung > rtabel	Valid
5	,841	0,361	rhitung > rtabel	Valid
6	,771	0,361	rhitung > rtabel	Valid
7	,677	0,361	rhitung > rtabel	Valid
8	,843	0,361	rhitung > rtabel	Valid
9	,772	0,361	rhitung > rtabel	Valid
10	,892	0,361	rhitung > rtabel	Valid
11	,888	0,361	rhitung > rtabel	Valid
12	,641	0,361	rhitung > rtabel	Valid
13	,862	0,361	rhitung > rtabel	Valid
14	,845	0,361	rhitung > rtabel	Valid

(Sumber : data diolah pada tahun 2024 menggunakan SPSS 21)

Berdasarkan Tabel 4.3 yang ditampilkan, hasil dari uji validitas kuesioner Keputusan Pembelian (Y) dengan menyajikan 14 item pernyataan mengenai keputusan Pembelian dapat dilihat bahwa nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0.361) dapat dilihat dari nilai r_{hitung} yang paling tinggi yaitu 0.927 dan nilai r_{hitung} yang paling rendah yaitu 0.641, maka dapat diambil kesimpulan bahwa hasil yang diperoleh yaitu semua unsur pernyataan dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Notoatmodjo (2005) Uji Reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana alat ukur pada penelitian ini dapat diandalkan dan untuk mengetahui konsistensi dari alat ukur yang digunakan. Metode uji yang digunakan adalah pengukuran realibilitas Alpha Cronbach (α) dengan menggunakan software SPSS. Hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.4

Hasil uji Reliabilitas

Case Processing Summary		N	%
Valid		30	100.0
Cases	Excluded ^a	0	.0
Total		30	100.0

X1 Faktor Sosial

Reliability's Statistics		R tabel	Keterangan
Cronbach's Alpha	N of Items	0,361	Reliabel
0,941	6		

X2 Faktor Pribadi

Reliability's Statistics		R tabel	Keterangan
Cronbach's Alpha	N of Items	0,361	Reliabel
0,947	8		

Y Keputusan Pembelian

Reliability's Statistics		R tabel	Keterangan
Cronbach's Alpha	N of Items	0,361	Reliabel
0,970	14		

(Sumber : diolah pada tahun 2024)

Dari Tabel 4.4 hasil dari pengujian realibilitas dengan menggunakan software SPSS nilai Cronbach's Alpha dari 28 unsur pernyataan dan dari 30 sampel responden didapatkan hasil sebesar 0.941 pada variabel Faktor Sosial, 0.947 untuk variable Faktor Pribadi, dan 0.970 untuk vriabel Keputusan Pembelian. Dimana hasil Cronbach's Alpha > 0.61 Sehingga dapat disimpulkan bahwa alat ukur kuesioner yang digunakan sudah reliabel dan dapat dengan konsisten dalam memberikan hasil penelitan sehingga penelitian ini dapat dilanjutkan.

c. Deskripsi Data Responden

Berdasarkan deskripsi data pada penelitian ini menyajikan informasi yang dimana masing-masing responden terbagi kedalam beberapa karakteristik meliputi Jenis Kelamin, Usia, dan pekerjaan. Sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 100 responden.

1) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden penelitian berdasarkan karakteristik jenis kelamin terbagi menjadi kriteria responden yaitu laki-laki dan perempuan.

Tabel 4.5

Karakteristik Responden Berdasarkan Responden Jenis Kelamin

Kategori	Jumlah Responden	Presentase
Laki-laki	42	42%
Perempuan	58	58%
Total	100	100%

Sumber: diolah pada tahun 2024

Berdasarkan tabel 4.5, dapat diketahui bahwa berdasarkan 100 responden dibagi menjadi 2 yaitu laki-laki dan perempuan, dari data diatas dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan dengan persentase sebesar 58%.

2) Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Responden penelitian berdasarkan karakteristik Usia dapat dilihat pada tabel 4.6

Tabel 4.6

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Prasentase
18-24	49	49%
25-34	31	31%
35-44	15	15%
45-54	5	5%
Jumlah	100	100%

(Sumber: Data diolah pada tahun 2024)

Pada tabel 4.6 hasil penelitian dapat diketahui bahwa jumlah Usia. Responden dari usia 18-24 sebanyak 49 responden dengan persentase 49%, usia 25-34 sebanyak 31 dengan persentase 31%, responden dari usia 35-44 sebanyak 15 dengan persentase 15% dan usia 45-54 sebanyak 5 dengan persentase 5%.

d. Deskripsi Variabel Penelitian

Dibawah ini adalah jawaban dari responden mengenai Faktor Sosial, faktor pribadi dan keputusan Pembelian dengan 28 parameter atau pernyataan.

Tabel 4.7

Tanggapan Responden variabel Faktor Sosial (X1)

No	Pernyataan	1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS
Kelompok Acuan						
1	Anda akan membeli sepatu Vans jika melihatnya sering digunakan oleh teman-teman anda di lingkungan sekitar	0	0	6	46	48
2	Anda merasa lebih yakin memilih sepatu Vans setelah melihat rekomendasi dari orang-orang yang anda anggap sebagai panutan.		8	6	58	28
Keluarga						
3	Anda memutuskan membeli sepatu Vans pada toko Sneakers Lampung karena melihat Anggota Keluarga anda membeli juga pada toko tersebut	0	7	22	55	16
4	Anda sering berdiskusi dengan anggota keluarga tentang merek dan model sepatu sebelum membelinya	0	3	21	52	24

Peran Dan Status						
5	Anda cenderung memilih sepatu Vans yang mencerminkan gaya hidup dan minat saya sebagai seorang seniman	0	0	16	24	60
6	Anda membeli sepatu Vans agar menarik perhatian orang disekeliling Anda	0	0	8	68	24

(data diolah pada tahun 2024)

Pada tabel 4.7 diatas dapat dijelaskan mengenai pernyataan dari variabel Faktor Sosial bahwa terdapat jawaban yang sangat tinggi yaitu pada pernyataan ke-6 yaitu Anda membeli sepatu Vans agar menarik perhatian orang disekeliling Anda responden yang menjawab sebanyak 68 orang.

Tabel 4.8

Skor Instrumen Variabel Faktor Sosial (X1)			
No	Pernyataan	Skor	Rata-Rata
1	Anda akan membeli sepatu Vans jika melihatnya sering digunakan oleh teman-teman anda di lingkungan sekitar.	442	4,42
2	Anda merasa lebih yakin memilih sepatu Vans setelah melihat rekomendasi dari orang-orang yang anda anggap sebagai panutan.	406	4,06
3	Anda memutuskan membeli sepatu Vans pada toko Sneakers Lampung karena melihat Anggota Keluarga anda membeli juga pada toko tersebut	380	3,80
4	Anda sering berdiskusi dengan anggota keluarga tentang merek dan model sepatu sebelum membelinya	397	3,97

5	Anda cenderung memilih sepatu Vans yang mencerminkan gaya hidup dan minat saya sebagai seorang seniman	444	4,44
6	Anda membeli sepatu Vans agar menarik perhatian orang disekeliling Anda	416	4,16

Sumber: Data diolah pada tahun 2024

Pada tabel 4. 8 Terdapat hasil dari tanggapan 100 responden yang sudah menjawab pernyataan dari variabel Faktor Sosial, dan dapat dilihat dari nilai rata – rata tertinggi pada pernyataan ke -5 dengan nilai rata – rata 4,44, kemudian untuk nilai terendah terdapat pada pernyataan ke-3 dengan nilai rata – rata 3,80.

Tabel 4.9

Tanggapan Responden variabel Faktor Pribadi (X2)

No	Pernyataan	1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS
Umur dan Tahap Siklus Hidup						
1	Dalam tahap hidup anda saat ini, anda lebih cenderung memilih sepatu Vans yang nyaman dan cocok untuk aktivitas sehari-hari	0	6	41	31	22
2	Usia dan siklus kehidupan mempengaruhi keinginan ada dalam membeli sepatu Vans pada Toko Sneakers Lampung	0	0	3	58	39
Pekerjaan						
3	Anda memilih sepatu Vans yang cocok untuk lingkungan kerja anda dan memenuhi standar keamanan yang diperlukan.	0	1	33	30	34
4	Pekerjaan anda memengaruhi jenis sepatu yang anda pilih. Sebagai contoh, anda sebagai mahasiswa maupun karyawan yang aktif, anda cenderung memilih sepatu Vans yang stylish tetapi juga nyaman untuk dipakai sepanjang hari.	1	1	44	16	38

Keadaan Ekonomi						
5	Anda mempertimbangkan harga sepatu Vans dalam kaitannya dengan anggaran pengeluaran anda sebelum membuat keputusan pembelian	0	0	48	9	43
6	Keadaan ekonomi anda memengaruhi ketersediaan dan jenis sepatu Vans yang anda pilih.	0	0	65	12	23
Kepribadian dan Konsep Diri						
7	Membeli sepatu Vans pada toko Sneakers Lampung merupakan keputusan yang berasal dari dalam diri anda sendiri,	0	1	67	17	15
8	Anda cenderung memilih sepatu Vans yang mencerminkan kepribadian anda dan membuat anda merasa percaya diri.	0	0	15	44	41

Sumber: Data diolah pada tahun 2024

Pada tabel 4.9 diatas dapat dijelaskan mengenai pernyataan dari variabel Faktor Pribadi bahwa terdapat jawaban yang sangat tinggi yaitu pada pernyataan ke-7 Membeli sepatu Vans pada toko Sneakers Lampung merupakan keputusan yang berasal dari dalam diri anda sendiri sebanyak 67 orang.

Tabel 4.10

Skor Instrumen Variabel Faktor Pribadi (X2)

No	Pernyataan	Skor	Rata-Rata
1	Dalam tahap hidup anda saat ini, anda lebih cenderung memilih sepatu Vans yang nyaman dan cocok untuk aktivitas sehari-hari	369	3,69
2	Usia dan siklus kehidupan mempengaruhi keinginan ada dalam membeli sepatu Vans pada Toko Sneakers Lampung	436	4,36

3	Anda memilih sepatu Vans yang cocok untuk lingkungan kerja anda dan memenuhi standar keamanan yang diperlukan	390	3,90
4	Pekerjaan anda memengaruhi jenis sepatu yang anda pilih. Sebagai contoh, anda sebagai mahasiswa maupun karyawan yang aktif, anda cenderung memilih sepatu Vans yang stylish tetapi juga nyaman untuk dipakai sepanjang hari	356	3,56
5	Anda mempertimbangkan harga sepatu Vans dalam kaitannya dengan anggaran pengeluaran anda sebelum membuat keputusan pembelian	377	3,77
6	Keadaan ekonomi anda memengaruhi ketersediaan dan jenis sepatu Vans yang anda pilih.	358	3,58
7	Membeli sepatu Vans pada toko Sneakers Lampug merupakan keputusan yang berasal dari dalam diri anda sendiri,	345	3,45
8	Anda cenderung memilih sepatu Vans yang mencerminkan kepribadian anda dan membuat anda merasa percaya diri.	426	4,26

Sumber: Data diolah pada tahun 2024

Pada tabel 4. 10 terdapat hasil dari tanggapan 100 responden yang sudah menjawab pernyataan dari variabel faktor pribadi, dan didapatkan nilai rata-rata tertinggi pada pernyataan ke-436 dengan nilai rata-rata 4,36 kemudian didapatkan nilai rata-rata terendah terdapat pada pernyataan ke-7 dengan nilai rata-rata 3,45.

Tabel 4.11

Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	1 STS	2 TS	3 N	4 S	5 SS
Jenis Produk						
1	Pilihan anda terhadap sepatu Vans lebih didasarkan pada kualitas dan desainnya dibandingkan merek sepatu lain.	1	8	6	68	17
2	Anda cenderung memilih sepatu Vans karena variasi model dan gaya yang mereka tawarkan.	0	2	29	13	59
Merek						
3	Anda cenderung memilih sepatu Vans karena reputasi merek yang telah terbukti dan diakui secara luas.	1	0	15	17	67
4	Anda memiliki kepercayaan pada merek Vans dan yakin bahwa produk-produk mereka memiliki kualitas yang baik.	1	0	15	60	25
Tentang Toko						
5	Anda lebih memilih membeli sepatu Vans pada toko Sneakers Lampung karena kenyamanan dan kemudahan proses pembelian.	0	0	69	7	24
6	Anda sering membeli sepatu Vans dari toko fisik karena ingin mencoba langsung sebelum membeli	2	1	25	63	9
Keputusan Tentang Kuantitas						
7	Anda cenderung membeli lebih dari satu pasang sepatu Vans jika ada penawaran khusus atau diskon yang menarik	0	1	39	47	13
8	Anda biasanya membeli satu pasang sepatu Vans pada satu waktu, kecuali jika anda benar-benar membutuhkan lebih dari satu pasang dalam waktu yang sama	0	0	13	48	39
Keputusan Tentang Waktu Pembelian						
9	Anda memilih untuk membeli sepatu Vans ketika anda merasa perlu mengganti sepatu lama atau jika ada model terbaru yang menarik perhatian anda	0	1	35	43	21

10	Anda cenderung membeli sepatu Vans saat ada musim diskon atau penjualan besar-besaran untuk mendapatkan harga yang lebih baik.	0	0	48	41	11
Keputusan Tentang Metode Pembayaran						
11	Anda cenderung menggunakan pembayaran tunai atau kartu debit saat membeli sepatu Vans di toko fisik	0	0	25	25	50
12	Anda lebih memilih menggunakan kartu kredit atau pembayaran digital saat membeli sepatu Vans online karena keamanan dan kenyamanannya.	1	1	21	40	36
Keputusan Tentang Cara Penggunaan						
13	Anda menggunakan sepatu Vans sehari-hari untuk kegiatan sehari-hari seperti berjalan-jalan atau berolahraga ringan	0	0	6	58	36
14	Anda menganggap sepatu Vans sebagai bagian dari gaya hidup anda dan sering memakainya untuk acara sosial atau santai dengan teman-teman	0	1	8	61	30

Pada tabel 4.11 diatas dapat dijelaskan mengenai pernyataan dari variabel keputusan pembelian bahwa terdapat jawaban yang sangat tinggi yaitu pada pernyataan ke-1 Pilihan anda terhadap sepatu Vans lebih didasarkan pada kualitas dan desainnya dibandingkan merek sepatu lain sebanyak 68 orang.

Tabel 4.12

Skor Instrumen Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	Skor	Rata-Rata
1	Pilihan anda terhadap sepatu Vans lebih didasarkan pada kualitas dan desainnya dibandingkan merek sepatu lain.	392	3,92
2	Anda cenderung memilih sepatu Vans karena variasi model dan gaya yang mereka tawarkan	412	4,12

3	Anda cenderung memilih sepatu Vans karena reputasi merek yang telah terbukti dan diakui secara luas.	449	4,49
4	Anda memiliki kepercayaan pada merek Vans dan yakin bahwa produk-produk mereka memiliki kualitas yang baik.	411	4,11
5	Anda lebih memilih membeli sepatu Vans pada toko Sneakers Lampung karena kenyamanan dan kemudahan proses pembelian	355	3,55
6	Anda sering membeli sepatu Vans dari toko fisik karena ingin mencoba langsung sebelum membeli	249	2,49
7	Anda cenderung membeli lebih dari satu pasang sepatu Vans jika ada penawaran khusus atau diskon yang menarik	372	3,72
8	Anda biasanya membeli satu pasang sepatu Vans pada satu waktu, kecuali jika anda benar-benar membutuhkan lebih dari satu pasang dalam waktu yang sama	426	4,26
9	Anda memilih untuk membeli sepatu Vans ketika anda merasa perlu mengganti sepatu lama atau jika ada model terbaru yang menarik perhatian anda	383	3,83
10	Anda cenderung membeli sepatu Vans saat ada musim diskon atau penjualan besar-besaran untuk mendapatkan harga yang lebih baik	363	3,63
11	Anda cenderung menggunakan pembayaran tunai atau kartu debit saat membeli sepatu Vans di toko fisik	425	4,25
12	Anda lebih memilih menggunakan kartu kredit atau pembayaran digital saat membeli sepatu Vans online karena keamanan dan kenyamanannya.	405	4,05
13	Anda menggunakan sepatu Vans sehari-hari untuk kegiatan sehari-hari seperti berjalan-jalan atau berolahraga ringan	430	4,30

14	Anda menganggap sepatu Vans sebagai bagian dari gaya hidup anda dan sering memakainya untuk acara sosial atau santai dengan teman-teman	420	4,20
----	---	-----	------

Sumber: diolah pada Tahun 2024

Pada tabel 4. 13 terdapat hasil dari tanggapan 100 responden yang sudah menjawab pernyataan dari variabel keputusan pembelian, dan didapatkan nilai rata-rata tertinggi pada pernyataan ke-449 dengan nilai rata-rata 4,49 kemudian didapatkan nilai rata-rata terendah terdapat pada pernyataan ke-6 dengan nilai rata-rata 2,49.

2. Uji Asumsi Klasik

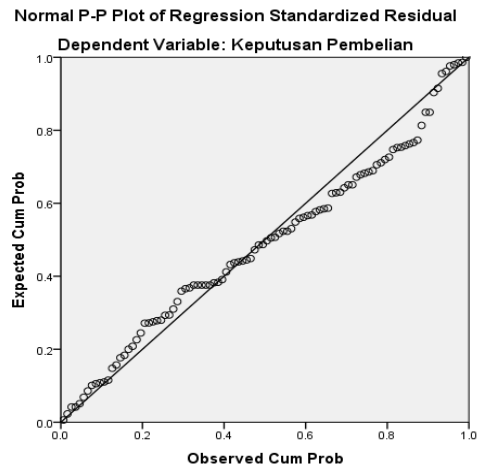
a. Uji Normalitas

Pada pengujian ini, uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel memiliki nilai yang berdistribusi normal atau memiliki nilai yang berdistribusi tidak normal. Dilakukannya uji normalitas jika hasil dari pengujian data berdistribusi normal dapat diartikan bahwa data yang diambil dan diolah secara acak dari suatu populasi normal. Pada pengujian uji normalitas terdapat beberapa uji yang dapat dilakukan antara lain uji normal P Plot, uji Chi Square, uji *Shapiro wilk*, metode *Explore* atau uji *Kolmogorov Smirnov* KS. Pada pengujian ini menggunakan uji *Probability Plot*. kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika adanya data-data yang menyebar dan mengikuti arah garis diagonal, maka bisa disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.
- 2) Jika adanya data-data yang menyebar namun menjauh dari arah garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal maka bisa disimpulkan data tersebut berdistribusi tidak normal

Gambar 4.1

Hasil Uji Probability Plot



Sumber: diolah pada tahun 2024

Pada gambar 4.4, pada uji Normalitas dengan metode probability plot dapat dilihat bahwa titik-titik data menyebar mengikuti garis diagonal dari titik 0 dan tidak melebar terlalu jauh dari garis diagonal. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa data yang digunakan dalam penelitian terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas pada pengujian ini digunakan guna melihat apakah terdapat korelasi atau adanya sebuah hubungan kuat antara variabel bebas (independent). Didalam pengujian ini model regresi dikatakan baik apabila tidak terjadinya korelasi diantara variabel bebas (independent). Pada pengujian uji multikolineraritas ini menggunakan model regresi. Dasar pengambilan keputusan jika Nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 maka tidak terjadi multikolinearitas dan sebaliknya, dan jika nilai VIF lebih kecil dari 10,00 maka tidak terjadi multikolinearitas dan sebaliknya.

Tabel 4.13
Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	4.489	2.095		2.143	.035		
1 Faktor sosial	.623	.120	.269	5.177	.000	.640	1.563
Faktor Pribadi	1.163	.083	.726	13.987	.000	.640	1.563

Sumber : diolah pada tahun 2024

Pada tabel 4.5 hasil dari uji multikolinearitas ini adalah bahwa model regresi yang digunakan baik karena tidak terjadinya multikolinearitas. Dapat dilihat dari nilai tolerance 0,640 lebih besar dari 0,10 dan pada nilai VIF sebesar 1,563 yang kurang dari 10,00. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terjadinya multikolinearitas yang berarti tidak ada korelasi yang sangat kuat antara setiap variabel bebas (independent).

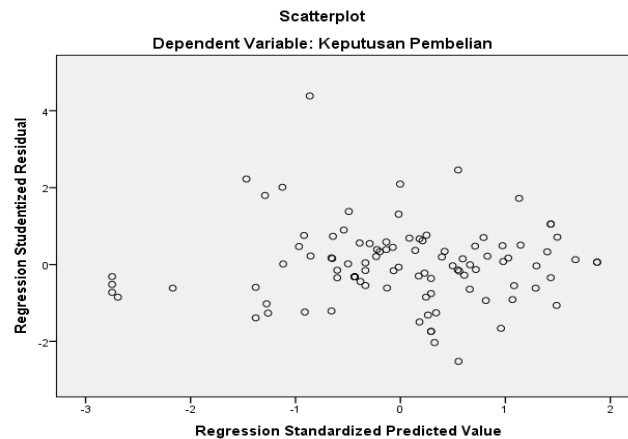
c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk melihat dan menguji apakah didalam suatu model regresi terjadi suatu ketidaksamaan variance dari residual dari suatu satu pengamatan ke dalam pengamatan lainnya. Dalam pengujian uji heteroskedastisitas ini model regresi yang baik adalah yang tidak terjadinya heteroskedastisitas atau terjadinya homoskedastisitas. Pengambilan kesimpulan pada pengujian heteroskedastisitas ini adalah:

- 1) Jika ada pola titik-titik yang membentuk pada pola yang teratur dapat melebar, menyempit, dan bergelombang artinya terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak adanya pola yang jelas, dan juga adanya titik-titik yang menyebar baik di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, dapat disimpulkan terjadinya homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 4.2

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : diuji pada tahun 2024

Pada Gambar 4.5 hasil dari Uji heteroskedastisitas, dapat dilihat bahwa titik-titik atau plot pada gambar diatas tidak menyebar merata dan membentuk pola-pola yang teratur. Titik-titik pada gambar menyebar pada angka 0 dari atas dan bawah. Dapat disimpulkan pada pengujian heteroskedastisitas tidak terjadinya heteroskedastisitas dan terjadinya homoskedastisitas dan karenanya model regresi yang digunakan sudah baik.

3. Metode Analisis Data

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Model regresi linier berganda yang digunakan adalah kinerja keputusan pembelian sebagai variabel dependen, faktor sosial dan faktor pribadi sebagai variabel independen. Dimana analisis berganda berguna untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel dependen terhadap variabel independen.

Tabel 4.14

Hasil uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.489	2.095		2.143	.035
1 faktor sosial	.623	.120	.269	5.177	.000
faktor pribadi	1.163	.083	.726	13.987	.000

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

(Sumber : diuji pada tahun 2024)

Pada tabel 4.6 diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b1.X1 + b2.X2$$

$$Y = 4.489 + 0,623X1 + 1.163X2$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas maka dapat di analisis sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta (a) yang diperoleh dengan nilai positif 4.489 maka dapat diartikan jika variabel faktor sosial ($X1$) dan faktor pribadi ($X2$) hal ini meningkatkan variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 4.489.
- 2) Nilai Koefisien regresi $X1$ sebesar 0,623, menunjukkan variabel faktor sosial mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian, yang berarti bahwa setiap kenaikan satu setelah variabel faktor sosial maka akan mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 0,623 dengan asumsi variabel lain dianggap konstanta
- 3) Nilai koefisien regresi $X2$ sebesar 1.163, menunjukkan bahwa variabel faktor pribadi mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian yang berarti bahwa setiap kenaikan satu setelah variabel faktor pribadi maka akan mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 1.163 dengan asumsi variabel bebas lainnya dianggap konstanta.

4. Uji Hipotesis

a. Uji persial (Uji-t)

Pada pengujian uji parsial ini akan dilihat antara variabel bebas faktor sosial dan faktor pribadi terhadap keputusan pembelian, dari variabel bebas tersebut mana yang nilainya lebih berpengaruh terhadap variabel terikat keputusan pembelian (Y).

Untuk pengujian ini dilihat dari, jika t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Adapun dasar pengambilan Keputusan pada uji T ini adalah :

- 1) Jika nilai sig. < 0.05 atau $t_{hitung} > t_{tabel}(1,984)$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak, maka terdapat pengaruh signifikan variabel X terhadap variabel Y.
- 2) Jika nilai sig. > 0.05 atau $t_{hitung} < t_{tabel}(1,984)$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak maka tidak terdapat pengaruh signifikan variabel X terhadap variabel Y.

untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen bisa lakukan perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel} .

Tabel 4.15

Hasil uji persial (Uji-t)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	18.753	3.130		5.991	.000
Faktor sosial	1.636	.164	.709	9.960	.000

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

sumber diolah pada tahun 2024

Pada tabel 4.7 menunjukkan bahwa diperoleh hasil perhitungan dari variabel faktor sosial (X1) diperoleh 9.960 untuk nilai hitung t_{hitung} . Kemudian untuk nilai t_{tabel} dapat dilihat dari:

$$T \text{ tabel} = t (a/2 : n-k-1)$$

$$a = 5\% = t (0,05/2 : 100-2-1)$$

$$= 0,025: 97$$

$$= 1,984$$

Varibael faktor sosial (x1) terhdap Keputusan pembelian (Y)

Nilai signif, $0,000 < 0,05$

T hitung $>$ t tabel ($9.960 > 1,984$)

Interpretasinya, sesuai dengan tabel diatas yaitu hasil uji t (persial) menunjukkan nilai signifikansi pengaruh faktor sosial (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $9.960 >$ nilai t tabel 1,984 maka:

HO1 ditolak dan H01 diterima, Artinya terdapat pengaruh faktor sosial (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) secara signifikan.

Tabel 4.16

Hasil uji-t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.670	2.179		3.979	.000
Faktor pribadi	1.420	.075	.887	19.038	.000

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

Pada tabel 4.8 menunjukkan bahwa diperoleh hasil perhitungan dari variabel faktor pribadi (X₂) diperoleh 19.038 untuk nilai hitung t_{hitung} . Kemudian untuk nilai t_{tabel} dapat dilihat dari:

$$T_{tabel} = t(a/2 : n-k-1)$$

$$a = 5\% = t(0,05/2 : 100-2-1)$$

$$= 0,025 : 97$$

$$= 1,984$$

Variabel faktor pribadi (x₂) terhadap Keputusan pembelian (Y)

Nilai signif, $0,000 < 0,05$

$T_{hitung} > t_{tabel}$

$$19.038 > 1,984$$

Interpretasinya, sesuai dengan tabel diatas yaitu hasil uji t (persial) menunjukkan nilai signifikansi pengaruh faktor pribadi(X₂) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $19.038 >$ nilai t tabel 1,984 maka:

H₀₁ ditolak dan H₀₁ diterima, artinya terdapat pengaruh faktor pribadi (X₂) terhadap Keputusan Pembelian (Y) secara signifikan.

b. Uji Simultan (Uji-f)

Pada pengujian ini akan dilihat seberapa besar variabel faktor sosial (X₁) sebagai variabel bebas (independent) dan variabel faktor pribadi (X₂) sebagai variabel bebas (independent) secara bersama-sama mempengaruhi variabel kinerja keputusan pembelian (Y) sebagai variabel terikat (dependent). Pengujian ini dapat dilihat dari jika nilai dari $F_{hitung} >$ dari F_{tabel} maka dapat disimpulkan bahwa H₀ ditolak dan H_a diterima.

Tabel 4.17

**Hasil uji Simultan (uji-f)
ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12650.653	2	6325.327	243.368	.000 ^b
	Residual	2521.107	97	25.991		
	Total	15171.760	99			

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

b. Predictors: (Constant), Faktor pribadi, Faktor sosial

Sumber : diolah pada tahun 2024

Dari tabel 4.9 di dapatkan hasil dari:

Interpretasinya dapat diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh faktor pribadi (X1) dan Faktor Sosial (X2) terhadap Keputusan pembelian (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan $f_{hitung} 243.368 > f_{tabel} 3.09$.

Hal tersebut membuktikan bahwa:

H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh faktor pribadi (X1) dan Faktor Sosial (X2) terhadap Keputusan pembelian (Y) secara signifikan.

c. Koefisien Determinasi (R-square)

Koefisien determinasi ini berfungsi untuk mengetahui persentase besarnya pengaruh variabel independen dan variabel dependen yaitu dengan mengkuadratkan koefisien yang ditemukan. Dalam penggunaannya, koefisien determinasi ini dinyatakan dalam persentase (%). Untuk mengetahui sejauh mana kontribusi atau persentase komunikasi dan lingkungan kerja terhadap kinerja karyawan maka dapat diketahui melalui koefisien determinasi dengan melihat nilai R-Square pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.18 Model Summary
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.913 ^a	.834	.830	5.098

a. Predictors: (Constant), Faktor pribadi, Faktor sosial

(Sumber : data diolah pada tahun 2024)

Dilihat pada tabel 4.10 dapat dilihat pada R, R², Adjusted R² dan juga Standar Error. Pada nilai R (Korelasi) sebesar 0,913 atau 91,3%, nilai tersebut menunjukkan tingkat hubungan antara variabel. Sedangkan pada nilai koefisien determinasi R square (R²) sebesar 0,834 yang menunjukkan bahwa 83,4% keputusan pembelian dipengaruhi adanya variabel faktor sosial dan faktor pribadi, dan sisanya 83,4% (0,834x100%= 0,834). Kemudian *standard of the estimated* artinya mengukur variabel dari nilai diprediksi. *Standard error of the estimated* disebut juga standar deviasi. *Standard error of the estimated* dalam penelitian ini adalah sebesar 5.098 dimana semakin kecil standar deviasi berarti model semakin baik dalam memprediksi keputusan pembelian sepatu vans pada sneakers Lampung.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Faktor Sosial terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Vans Pada Toko Sneakers Lampung

Berdasarkan hasil penelitian diatas pengaruh faktor sosial terhadap keputusan pembelian sepatu vans pada toko Sneakers Lampung dapat dilihat dapat dilihat dari hasil perhitungan dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($9.960 > 1,984$) dan mempunyai angka signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ maka H₀ ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh faktor sosial (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) secara signifikan. Dari hasil penelitian sebelumnya “Analisis Pengaruh Faktor Pribadi dan Faktor

Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Pada Aplikasi ShoopeFood” oleh Lukmanul Hakim 2022, menyatakan bahwa koefisien regresi pada variabel faktor sosial signifikan”. berdasarkan hasil penelitian saya faktor sosial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sepatu vans pada toko sneakers Lampung.

2. Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Vans Pada Toko Sneakers Lampung

Berdasarkan hasil penelitian diatas antara Pengaruh Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Vans Pada Toko Sneakers Lampung dapat dilihat dari hasil perhitungan dimana $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($19.038 > 1,984$) dan mempunyai angka signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh faktor pribadi (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) secara signifikan. Memahami hubungan pengaruh faktor pribadi terhadap keputusan pembelian sangat penting bagi para pemasar. Dengan pemahaman ini, pemasar dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk menargetkan konsumen yang tepat dengan pesan yang sesuai dengan kebutuhan, keinginan, dan preferensi mereka. Dari hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya dan sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nandini Aisyah Isnani (2020) dengan judul “Analisis Pengaruh Faktor Pribadi dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Pada Aplikasi ShoopeFood” berdasarkan hasil penelitian tersebut diperoleh hasil uji t variabel faktor pribadi (X_1) terhadap proses keputusan pembelian (Y) menunjukkan nilai signifikan $0.820 > 0,05$. Karena $sig > \alpha$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya koefisien regresi pada variabel faktor pribadi signifikan. Artinya faktor pribadi secara parsial berpengaruh terhadap proses keputusan pembelian. Jadi hasil analisis di atas

menunjukkan bahwa variabel faktor pribadi tidak berpengaruh terhadap proses keputusan pembelian konsumen di aplikasi ShopeeFood.

3. Faktor Sosial dan Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Vans Pada Toko Sneakers Lampung

Adanya hubungan yang kuat antara variabel faktor sosial dan faktor pribadi secara bersama-sama atau simultan terhadap keputusan pembelian sepatu Vans pada Toko Sneakers Lampung, hal tersebut dapat dilihat hasil perhitungan yang telah diuji bahwa didapatkan angka $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($234.368 > 3.09$), dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan simultan antara variabel faktor sosial dan faktor pribadi terhadap keputusan Pembelian Sepatu Vans pada Toko Sneakers Lampung.

Pada nilai koefisien korelasi (R) yang menyatakan adanya hubungan antar variabel dan nilai koefisien determinasi R^2 atau R square adalah sebesar 0,834, nilai tersebut diartikan sebagai nilai R square nilai tersebut mempunyai arti bahwa pengaruh dari variabel faktor sosial dan faktor pribadi terhadap keputusan pembelian sepatu vans pada toko sneakers Lampung, 83,4% keputusan pembelian di pengaruhi oleh variabel faktor sosial dan faktor pribadi dan sisanya sebesar 83,4%

Hasil ini didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Lukmanul Hakim (2022) “Analisis Pengaruh Faktor Pribadi dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Pada Aplikasi ShoopeFood”, dalam peelitiannya yang menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh faktor sosial dan faktor pribadi terhadap keputusan pembelian.