

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Kota Banjarmasin

Kota Banjarmasin merupakan salah satu kota yang ada di provinsi Kalimantan selatan, Indonesia. Kota Banjarmasin juga merupakan kota yang sangat penting dan bersejarah serta juga merupakan pusat perniagaan Kalimantan Selatan. Sejak zaman dahulu hingga sekarang Banjarmasin masih menjadi kota niaga dan bandar pelabuhan terpenting di Pulau Kalimantan. Kementerian Pekerjaan Umum menempatkan Banjarmasin sebagai salah satu kota penting dan mempersiapkan Banjarmasin beserta 4 daerah atau kota yang menjadi salah satu satelitnya kawasan strategis provinsi yakni kawasan perkotaan Banjarmasin.

Secara geografis kota Banjarmasin terletak pada 3015" sampai dengan 33022' lintang selatan dan 144032" bujur Timur, ketinggian tanah asli berada pada 0,16 m dibawah permukaan laut dan hampir seluruh wilayahnya digenangi air. Kota Banjarmasin terletak di daerah Kuala sungai Martapura yang bermuara di sisi Timur Sungai Barito. Wilayah ini berada di tepi timur Sungai Barito dan terbagi oleh sungai Martapura yang berasal dari pegunungan Meratus. Pasang surut air laut Jawa memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kota Banjarmasin dan memberikan karakteristik khas pada kehidupan masyarakat sekitarnya. Pengaruh ini terutama terlihat dalam pemanfaatan sungai sebagai sarana transportasi air, pariwisata, perikanan,

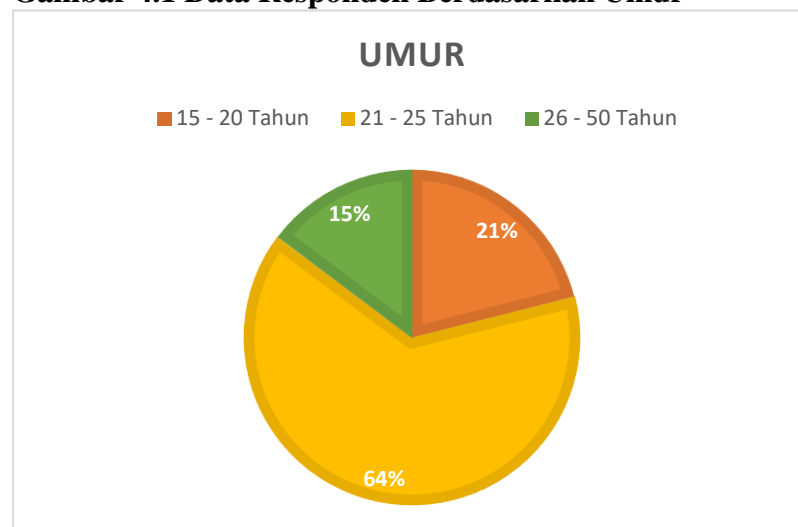
dan perdagangan..

2. Hasil Penelitian

a. Karakteristik Data Responden

1) Karakteristik Data Responden Berdasarkan Umur

Gambar 4.1 Data Responden Berdasarkan Umur

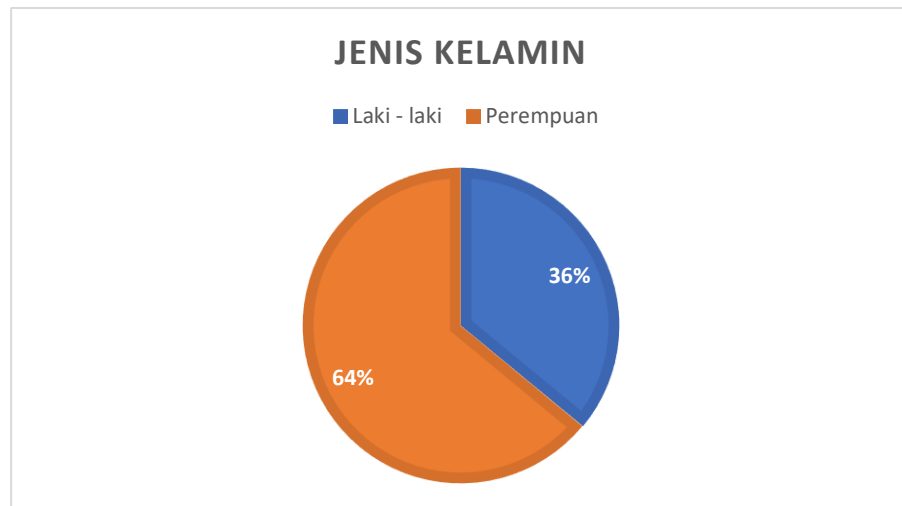


(Sumber: Data *Primer* diolah tahun 2023)

Berdasarkan grafik yang ada di atas, dapat diketahui bahwa terdapat 21 orang responden (21%) yang berumur 15-20 tahun. Selanjutnya terdapat 64 orang responden (64%) yang berumur 21-25 tahun. Lalu terdapat sebanyak 15 orang responden (15%) yang berumur 26-50 tahun.

2) Karakteristik Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

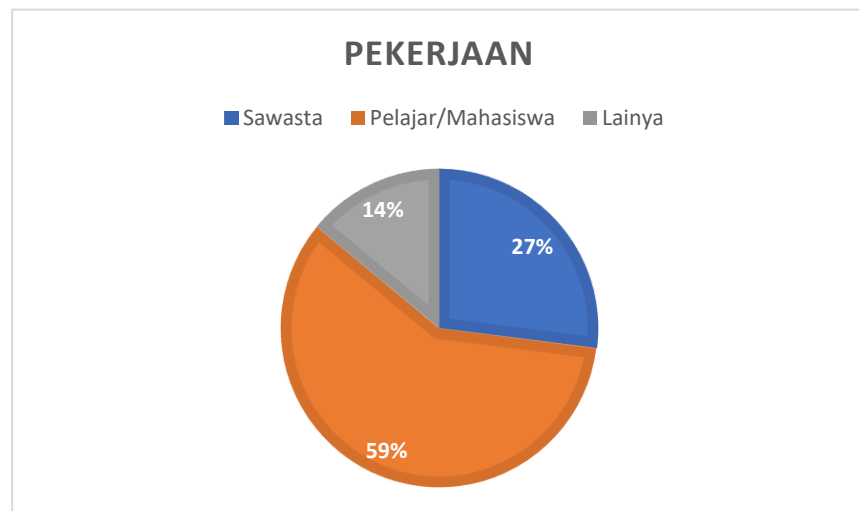
Gambar 4.2 Data Jenis Kelamin Responden



(Sumber: Data *Primer* diolah tahun 2023)

Berdasarkan grafik di atas, dapat diketahui bahwa terdapat sebanyak 36 orang responden atau 36% berjenis kelamin laki-laki dan sebanyak 64 orang responden atau 64% sisanya berjenis kelamin perempuan.

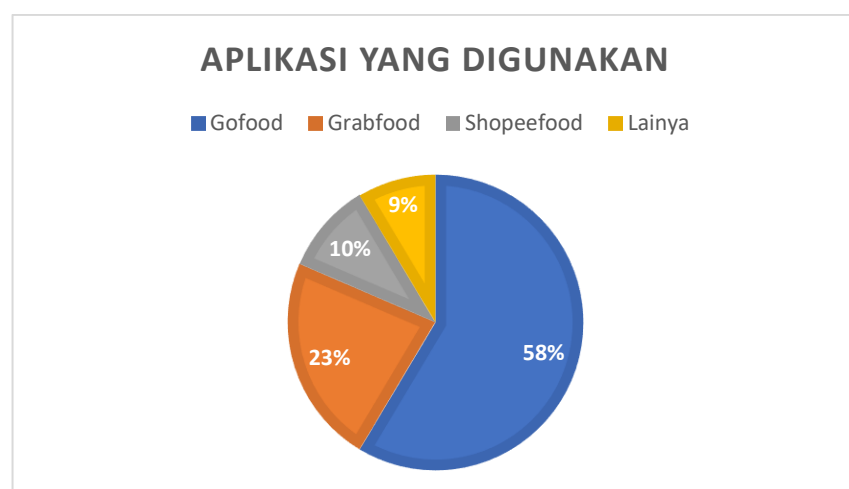
3) Karakteristik Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

Gambar 4.3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

(Sumber: Data *Primer* diolah tahun 2023)

Berdasarkan grafik ada di atas, dapat diketahui bahwa terdapat 27 orang responden (27%) responden yang bekerja sebagai swasta, sebanyak 56 orang responden (56%) sebagai pelajar/mahasiswa dan sisanya adalah pekerjaan lain sebanyak 14 orang responden (14%).

4) Karakteristik Data Berdasarkan Aplikasi yang Digunakan

Gambar 4.4 Data Berdasarkan Aplikasi yang Digunakan

(Sumber: Data *Primer* diolah tahun 2023)

Berdasarkan grafik yang tertera di atas, dapat diketahui bahwa terdapat sebanyak 58 orang responden (58%) menggunakan aplikasi Gofood, lalu sebanyak 23 orang responden (23%) yang menggunakan aplikasi Grabfood dan sebanyak 10 orang responden (10%) yang menggunakan aplikasi Shopeefood sedangkan sebanyak 9 orang responden (9%) yang menggunakan aplikasi lainnya dalam memesan makanan secara online.

b. Hasil Uji Instrumen Penelitian

1) Hasil Uji Validitas

Uji validitas instrumen dalam penelitian ini menggunakan aplikasi *SPSS for windows* versi 22. Item pernyataan pada penelitian ini dinyatakan valid jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Jumlah responden yang digunakan sebanyak 100 orang maka nilai r dapat diperoleh dengan tabel kritis r untuk $df = n-2$ pada taraf signifikansi $5\% = 0,1966$. Berikut adalah hasil dari uji validitas penelitian pengaruh persepsi konsumen dan *visual complexity* terhadap keputusan pembelian kuliner makanan di Kota Banjarmasin.

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	R-hitung	R-tabel	Keterangan
Persepsi	X 1.1	0,639	0,1966	Valid
	X 1.2	0,575	0,1966	Valid
	X 1.3	0,743	0,1966	Valid
	X 1.4	0,749	0,1966	Valid

Konsumen (X1)	X 1.5	0,761	0,1966	Valid
	X 1.6	0,687	0,1966	Valid
	X 1.7	0,703	0,1966	Valid
	X 1.8	0,664	0,1966	Valid
	X 1.9	0,776	0,1966	Valid
	X 1.10	0,654	0,1966	Valid
<i>Visual Complexity</i> (X2)	X 2.1	0,741	0,1966	Valid
	X 2.2	0,806	0,1966	Valid
	X 2.3	0,871	0,1966	Valid
	X 2.4	0,846	0,1966	Valid
	X 2.5	0,863	0,1966	Valid
	X 2.6	0,801	0,1966	Valid
	X 2.7	0,736	0,1966	Valid
	X 2.8	0,785	0,1966	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y 1	0,668	0,1966	Valid
	Y 2	0,624	0,1966	Valid
	Y 3	0,645	0,1966	Valid
	Y 4	0,707	0,1966	Valid
	Y 5	0,638	0,1966	Valid
	Y 6	0,754	0,1966	Valid
	Y 7	0,714	0,1966	Valid
	Y 8	0,580	0,1966	Valid
	Y 9	0,600	0,1966	Valid
	Y 10	0,635	0,1966	Valid

(Sumber: Data *Primer*, diolah 2023)

Berdasarkan tabel di atas, terdapat bahwa r-tabel dengan nilai 0,1966. Nilai r-tabel didapatkan dari $n=100$ dengan tingkat signifikansi 5% atau 0,05 untuk uji validitas. Semua item dari kuesiner terkait dengan variabel X yaitu Persepsi Konsumen (X1), *Visual Complexity* (X2) dan Keputusan Pembelian (Y) dapat dinyatakan valid karena memenuhi asumsi $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$.

2) Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan menggunakan aplikasi *SPSS for*

windows versi 22 dengan menggunakan menu analisis *Scale*. Item pernyataan pada instrument penelitian diuji reliabilitasnya agar mendapatkan skala pengukuran instrument yang baik. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6 data dapat dinyatakan reliabel.

Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Kriteria	Keterangan
Persepsi Konsumen (X1)	0,878	0,60	Reliabel
<i>Visual Complexity</i> (X2)	0,922	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,845	0,60	Reliabel

(Sumber: Data *Primer*, diolah 2023)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas di atas menunjukkan bahwa nilai dari *Cronbach's Alpha* pada setiap variabel lebih besar dari 0,60 maka dapat dinyatakan bahwa instrument pada penelitian ini reliabel.

c. Analisis Variabel

1) Analisis Variabel Persepsi Konsumen (X1)

Hasil analisis dari variabel persepsi konsumen sebagai berikut:

- a) Distribusi frekuensi indikator “Saya bisa mengetahui produk makanan melalui berbagai iklan yang saya lihat”. Hasil jawaban dari para responden dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4.7 Hasil Kuesioner X₁ Pernyataan 1

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
----	--------------------	-----------	----------------

1	Sangat Setuju	30	30%
2	Setuju	53	53%
3	Netral	15	15%
4	Tidak Setuju	2	2%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		100	100%

(Sumber: Data diolah dari hasil penelitian 2023)

Dari tabel 4.7 yang tercantum di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa responden memberikan jawaban yang berbeda-beda. Sebanyak 30 orang atau 30% dari responden menyatakan sangat setuju, 53 orang atau 53% menyatakan setuju, 15 orang atau 15% menyatakan netral, dan 2 orang atau 2% menyatakan tidak setuju. Tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

b) Distribusi frekuensi indikator “Saya mulai mengetahui produk makanan melalui rekomendasi teman.”. Hasil jawaban dari para responden dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4.8 Hasil Kuesioner X₁ Pernyataan 2

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1	Sangat Setuju	21	21%
2	Setuju	54	54%
3	Netral	18	18%

4	Tidak Setuju	6	6%
5	Sangat Tidak Setuju	1	1
Jumlah		100	100%

(Sumber: Data diolah dari hasil penelitian 2023)

Dari tabel 4.8 yang tercantum di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa responden memberikan jawaban yang berbeda-beda. Sebanyak 21 orang atau 21% dari responden menyatakan sangat setuju, 54 orang atau 54% menyatakan setuju, 15 orang atau 15% menyatakan netral, dan 2 orang atau 2% menyatakan tidak setuju. Namun ada 1 orang atau 1% responden yang menjawab sangat tidak setuju.

c) Distribusi frekuensi indikator “Saya mengetahui produk makanan melalui media promosi online”. Hasil jawaban dari para responden dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4.9 Hasil Kuesioner X₁ Pernyataan 3

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1	Sangat Setuju	39	39%
2	Setuju	40	40%
3	Netral	18	18%
4	Tidak Setuju	3	3%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		100	100%

(Sumber: Data diolah dari hasil penelitian 2023)

Dari tabel 4.9 yang tercantum di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa responden memberikan jawaban yang berbeda-beda. Sebanyak 39 orang atau 39% dari responden menyatakan sangat setuju, 40 orang atau 40% menyatakan setuju, 18 orang atau 18% menyatakan netral, dan 3 orang atau 3% menyatakan tidak setuju. Tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

d) Distribusi frekuensi indikator “Saya menyadari kelebihan produk makanan berdasarkan foto yang dilihat”. Hasil jawaban dari para responden dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4.10 Hasil Kuesioner X₁ Pernyataan 4

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1	Sangat Setuju	25	25%
2	Setuju	49	49%
3	Netral	21	21%
4	Tidak Setuju	5	5%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		100	100%

(Sumber: Data diolah dari hasil penelitian 2023)

Dari tabel 4.10 yang tercantum di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa responden memberikan jawaban yang berbeda-beda. Sebanyak 25 orang atau 25% dari responden menyatakan sangat setuju, 49 orang atau 49% menyatakan setuju,

21 orang atau 21% menyatakan netral, dan 5 orang atau 5% menyatakan tidak setuju. Tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

e) Distribusi frekuensi indikator “Saya percaya bahwa foto makanan dapat memberikan manfaat dalam menilai suatu produk makanan.”. Hasil jawaban dari para responden dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4.11 Hasil Kuesioner X₁ Pernyataan 5

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1	Sangat Setuju	30	30%
2	Setuju	46	46%
3	Netral	21	21%
4	Tidak Setuju	3	3%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		100	100%

(Sumber: Data diolah dari hasil penelitian 2023)

Dari tabel 4.11 yang tercantum di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa responden memberikan jawaban yang berbeda-beda. Sebanyak 30 orang atau 30% dari responden menyatakan sangat setuju, 46 orang atau 46% menyatakan setuju, 21 orang atau 21% menyatakan netral, dan 3 orang atau 3% menyatakan tidak setuju. Tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

f) Distribusi frekuensi indikator “Saya memahami bahwa makanan itu berkualitas dapat dilihat dari foto makanan yang ditampilkan”. Hasil jawaban dari para responden dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4.12 Hasil Kuesioner X₁ Pernyataan 6

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1	Sangat Setuju	24	24%
2	Setuju	46	46%
3	Netral	22	22%
4	Tidak Setuju	6	6%
5	Sangat Tidak Setuju	2	2%
Jumlah		100	100%

(Sumber: Data diolah dari hasil penelitian 2023)

Dari tabel 4.12 yang tercantum di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa responden memberikan jawaban yang berbeda-beda. Sebanyak 24 orang atau 24% dari responden menyatakan sangat setuju, 46 orang atau 46% menyatakan setuju, 22 orang atau 22% menyatakan netral, dan 6 orang atau 6% menyatakan tidak setuju. Namun ada 2 orang atau 2% responden yang menjawab sangat tidak setuju.

g) Distribusi frekuensi indikator “Saya membeli makanan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan”. Hasil jawaban dari para responden dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4.13 Hasil Kuesioner X₁ Pernyataan 7

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1	Sangat Setuju	42	42%
2	Setuju	41	41%
3	Netral	15	15%
4	Tidak Setuju	2	2%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

(Sumber: Data diolah dari hasil penelitian 2023)

Dari tabel 4.13 yang tercantum di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa responden memberikan jawaban yang berbeda-beda. Sebanyak 42 orang atau 42% dari responden menyatakan sangat setuju, 41 orang atau 41% menyatakan setuju, 15 orang atau 15% menyatakan netral, dan 2 orang atau 2% menyatakan tidak setuju. Tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

h) Distribusi frekuensi indikator “Saya tertarik membeli ulang makanan berdasarkan foto yang ditampilkan”. Hasil jawaban dari para responden dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4.14 Hasil Kuesioner X₁ Pernyataan 8

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1	Sangat Setuju	26	26%

2	Setuju	33	33%
3	Netral	28	28%
4	Tidak Setuju	11	11%
5	Sangat Tidak Setuju	2	2%
Jumlah		100	100%

(Sumber: Data diolah dari hasil penelitian 2023)

Dari tabel 4.14 yang tercantum di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa responden memberikan jawaban yang berbeda-beda. Sebanyak 26 orang atau 26% dari responden menyatakan sangat setuju, 33 orang atau 33% menyatakan setuju, 28 orang atau 28% menyatakan netral, dan 11 orang atau 11% menyatakan tidak setuju. Namun ada 2 orang atau 2% responden yang menjawab sangat tidak setuju.

- i) Distribusi frekuensi indikator “Foto makanan yang ditampilkan sangat memberikan manfaat bagi konsumen”. Hasil jawaban dari para responden dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4.15 Hasil Kuesioner X₁ Pernyataan 9

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1	Sangat Setuju	34	34%
2	Setuju	41	41%
3	Netral	24	24%

4	Tidak Setuju	1	1%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

(Sumber: Data diolah dari hasil penelitian 2023)

Dari tabel 4.15 yang tercantum di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa responden memberikan jawaban yang berbeda-beda. Sebanyak 34 orang atau 34% dari responden menyatakan sangat setuju, 41 orang atau 41% menyatakan setuju, 24 orang atau 24% menyatakan netral, dan 1 orang atau 1% menyatakan tidak setuju. Tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

j) Distribusi frekuensi indikator “Foto makanan yang menarik dan sesuai dengan yang dihidangkan membuat konsumen ingin membeli ulang”. Hasil jawaban dari para responden dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4.16 Hasil Kuesioner X₁ Pernyataan 10

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1	Sangat Setuju	37	37%
2	Setuju	46	46%
3	Netral	14	14%
4	Tidak Setuju	3	3%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%

Jumlah	100	100%
---------------	------------	-------------

(Sumber: Data diolah dari hasil penelitian 2023)

Dari tabel 4.16 yang tercantum di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa responden memberikan jawaban yang berbeda-beda. Sebanyak 37 orang atau 37% dari responden menyatakan sangat setuju, 46 orang atau 46% menyatakan setuju, 14 orang atau 14% menyatakan netral, dan 3 orang atau 3% menyatakan tidak setuju. Tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

2) Analisis Variabel *Visual Complexity* (X2)

Hasil analisis dari variabel *visual complexity* sebagai berikut:

- a) Distribusi frekuensi indikator “Foto yang baik adalah foto memperlihatkan banyak komponen dalam makanan utama”. Hasil jawaban dari para responden dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4.17 Hasil Kuesioner X2 Pernyataan 1

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1	Sangat Setuju	39	39%
2	Setuju	36	36%
3	Netral	24	24%
4	Tidak Setuju	1	1%

5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

(Sumber: Data diolah dari hasil penelitian 2023)

Dari tabel 4.17 yang tercantum di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa responden memberikan jawaban yang berbeda-beda. Sebanyak 39 orang atau 39% dari responden menyatakan sangat setuju, 36 orang atau 36% menyatakan setuju, 24 orang atau 24% menyatakan netral, dan 1 orang atau 1% menyatakan tidak setuju. Tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

b) Distribusi frekuensi indikator “Foto yang ditampilkan selain makanan utama, atau menampilkan objek lain dapat menambah daya tarik”. Hasil jawaban dari para responden dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4.18 Hasil Kuesioner X₂ Pernyataan 2

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1	Sangat Setuju	37	37%
2	Setuju	47	47%
3	Netral	14	14%
4	Tidak Setuju	2	2%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

(Sumber: Data diolah dari hasil penelitian 2023)

Dari tabel 4.18 yang tercantum di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa responden memberikan jawaban yang berbeda-beda. Sebanyak 37 orang atau 37% dari responden menyatakan sangat setuju, 47 orang atau 47% menyatakan setuju, 14 orang atau 14% menyatakan netral, dan 2 orang atau 2% menyatakan tidak setuju. Tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

c) Distribusi frekuensi indikator “Foto makanan yang menampilkan lebih dari satu makanan dengan bentuk yang bervariasi akan menambah ketertarikan”. Hasil jawaban dari para responden dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4.19 Hasil Kuesioner X₂ Pernyataan 3

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1	Sangat Setuju	33	33%
2	Setuju	51	51%
3	Netral	16	16%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

(Sumber: Data diolah dari hasil penelitian 2023)

Dari tabel 4.19 yang tercantum di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa responden memberikan jawaban yang berbeda-beda. Sebanyak 33 orang atau 33% dari responden

menyatakan sangat setuju, 51 orang atau 51% menyatakan setuju, 16 orang atau 16% menyatakan netral, dan Tidak ada responden menyatakan tidak setuju. Dan sangat tidak setuju.

d) Distribusi frekuensi indikator “Foto makanan memiliki warna yang berbeda-beda/ beragam lebih menambah daya tarik”. Hasil jawaban dari para responden dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4.20 Hasil Kuesioner X₂ Pernyataan 4

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1	Sangat Setuju	39	39%
2	Setuju	45	45%
3	Netral	15	15%
4	Tidak Setuju	1	1%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

(Sumber: Data diolah dari hasil penelitian 2023)

Dari tabel 4.20 yang tercantum di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa responden memberikan jawaban yang berbeda-beda. Sebanyak 39 orang atau 39% dari responden menyatakan sangat setuju, 45 orang atau 45% menyatakan setuju, 15 orang atau 15% menyatakan netral, dan 1 orang atau 1% menyatakan tidak setuju. Tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

e) Distribusi frekuensi indikator “Selain foto makanan utama, foto yang menampilkan makanan lain yang berbeda akan lebih terlihat menggiurkan”. Hasil jawaban dari para responden dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4.21 Hasil Kuesioner X₂ Pernyataan 5

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1	Sangat Setuju	32	32%
2	Setuju	50	50%
3	Netral	18	18%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

(Sumber: Data diolah dari hasil penelitian 2023)

Dari tabel 4.21 yang tercantum di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa responden memberikan jawaban yang berbeda-beda. Sebanyak 32 orang atau 32% dari responden menyatakan sangat setuju, 50 orang atau 50% menyatakan setuju, 18 orang atau 18% menyatakan netral, dan Tidak ada responden menyatakan tidak setuju. Dan sangat tidak setuju.

f) Distribusi frekuensi indikator “Foto makanan yang memperlihatkan tekstur makanan secara detail dapat memberikan informasi yang sangat bermanfaat”. Hasil jawaban dari para responden dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4.22 Hasil Kuesioner X₂ Pernyataan 6

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1	Sangat Setuju	38	38%
2	Setuju	44	44%
3	Netral	18	18%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

(Sumber: Data diolah dari hasil penelitian 2023)

Dari tabel 4.22 yang tercantum di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa responden memberikan jawaban yang berbeda-beda. Sebanyak 38 orang atau 38% dari responden menyatakan sangat setuju, 44 orang atau 44% menyatakan setuju, 18 orang atau 18% menyatakan netral, dan Tidak ada responden menyatakan tidak setuju. Dan sangat tidak setuju.

g) Distribusi frekuensi indikator “Makanan dan peralatan dalam foto makanan yang tertata secara seimbang/selaras dapat menambah ketertarikan”. Hasil jawaban dari para responden dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4.23 Hasil Kuesioner X₂ Pernyataan 7

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1	Sangat Setuju	34	34%

2	Setuju	52	52%
3	Netral	14	14%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

(Sumber: Data diolah dari hasil penelitian 2023)

Dari tabel 4.19 yang tercantum di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa responden memberikan jawaban yang berbeda-beda. Sebanyak 34 orang atau 34% dari responden menyatakan sangat setuju, 52 orang atau 52% menyatakan setuju, 14 orang atau 14% menyatakan netral, dan Tidak ada responden menyatakan tidak setuju. Dan sangat tidak setuju.

h) Distribusi frekuensi indikator “Makanan dan peralatan dalam foto tertata dengan teratur dapat menambah keinginan dalam membelinya”. Hasil jawaban dari para responden dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4.24 Hasil Kuesioner X₂ Pernyataan 8

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1	Sangat Setuju	33	33%
2	Setuju	52	52%
3	Netral	15	15%

4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

(Sumber: Data diolah dari hasil penelitian 2023)

Dari tabel 4.24 yang terlampir di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa responden memberikan beragam respon. Terdapat 33 orang atau 33% responden yang menyatakan sangat setuju, 52 orang atau 52% responden yang menyatakan setuju, 15 orang atau 15% responden yang menyatakan netral, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju. Selain itu, tidak ada juga responden yang menjawab sangat tidak setuju.

3) Analisis Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Hasil analisis dari variabel visual complexity sebagai berikut:

- a) Distribusi frekuensi indikator “Saya mengetahui makanan yang dijual di tempat makan setelah melihat foto makanannya”. Hasil jawaban dari para responden dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4.25 Hasil Kuesioner Y Pernyataan 1

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1	Sangat Setuju	33	33%
2	Setuju	45	45%
3	Netral	21	21%

4	Tidak Setuju	1	1%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

(Sumber: Data diolah dari hasil penelitian 2023)

Dari tabel 4.25 yang tercantum di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa responden memberikan jawaban yang berbeda-beda. Sebanyak 33 orang atau 33% dari responden menyatakan sangat setuju, 45 orang atau 45% menyatakan setuju, 21 orang atau 21% menyatakan netral, dan 1 orang atau 1% menyatakan tidak setuju. Tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

b) Distribusi frekuensi indikator “Saya membutuhkan informasi seperti foto untuk membantu saya mengetahui makanan yang dipesan”. Hasil jawaban dari para responden dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4.26 Hasil Kuesioner Y Pernyataan 2

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1	Sangat Setuju	38	38%
2	Setuju	50	50%
3	Netral	11	11%
4	Tidak Setuju	1	1%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%

Jumlah	100	100%
---------------	------------	-------------

(Sumber: Data diolah dari hasil penelitian 2023)

Dari tabel 4.26 yang tercantum di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa responden memberikan jawaban yang berbeda-beda. Sebanyak 38 orang atau 38% dari responden menyatakan sangat setuju, 50 orang atau 50% menyatakan setuju, 11 orang atau 11% menyatakan netral, dan 1 orang atau 1% menyatakan tidak setuju. Tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

c) Distribusi frekuensi indikator “Saya selalu melihat foto-foto makanan yang ada dibuku menu / Catalog menu sebelum memesannya”. Hasil jawaban dari para responden dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4.27 Hasil Kuesioner Y Pernyataan 3

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1	Sangat Setuju	41	41%
2	Setuju	46	46%
3	Netral	13	13%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

(Sumber: Data diolah dari hasil penelitian 2023)

Dari tabel 4.27 yang terlampir di atas, dapat ditarik

kesimpulan bahwa responden memberikan beragam respon. Terdapat 41 orang atau 41% responden yang menyatakan sangat setuju, 46 orang atau 46% responden yang menyatakan setuju, 13 orang atau 13% responden yang menyatakan netral, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju. Selain itu, tidak ada juga responden yang menjawab sangat tidak setuju.

d) Distribusi frekuensi indikator “Foto makanan memberikan banyak informasi sebelum memesan sebuah makanan”. Hasil jawaban dari para responden dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4.28 Hasil Kuesioner Y Pernyataan 4

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1	Sangat Setuju	37	37%
2	Setuju	51	51%
3	Netral	12	12%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

(Sumber: Data diolah dari hasil penelitian 2023)

Dari tabel 4.28 yang terlampir di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa responden memberikan beragam respon. Terdapat 37 orang atau 37% responden yang menyatakan sangat setuju, 51 orang atau 51% responden yang menyatakan setuju, 12 orang atau 12% responden yang menyatakan netral, dan tidak ada

responden yang menyatakan tidak setuju. Selain itu, tidak ada juga responden yang menjawab sangat tidak setuju.

e) Distribusi frekuensi indikator “Foto makanan yang saya pesan lebih menarik daripada foto makanan yang lain”. Hasil jawaban dari para responden dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4.29 Hasil Kuesioner Y Pernyataan 5

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1	Sangat Setuju	25	25%
2	Setuju	52	52%
3	Netral	22	22%
4	Tidak Setuju	1	1%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

(Sumber: Data diolah dari hasil penelitian 2023)

Dari tabel 4.29 yang tercantum di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa responden memberikan jawaban yang berbeda-beda. Sebanyak 25 orang atau 25% dari responden menyatakan sangat setuju, 52 orang atau 52% menyatakan setuju, 22 orang atau 22% menyatakan netral, dan 1 orang atau 1% menyatakan tidak setuju. Tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

f) Distribusi frekuensi indikator “Foto makanan memberikan

saya banyak referensi dalam memesan sebuah makanan”. Hasil jawaban dari para responden dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4.30 Hasil Kuesioner Y Pernyataan 6

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1	Sangat Setuju	54	54%
2	Setuju	36	36%
3	Netral	10	10%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

(Sumber: Data diolah dari hasil penelitian 2023)

Dari tabel 4.30 yang terlampir di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa responden memberikan beragam respon. Terdapat 54 orang atau 54% responden yang menyatakan sangat setuju, 36 orang atau 36% responden yang menyatakan setuju, 10 orang atau 10% responden yang menyatakan netral, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju. Selain itu, tidak ada juga responden yang menjawab sangat tidak setuju.

g) Distribusi frekuensi indikator “Saya membeli makanan berdasarkan foto makanan yang ditampilkan”. Hasil jawaban dari para responden dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4.31 Hasil Kuesioner Y Pernyataan 7

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1	Sangat Setuju	47	47%
2	Setuju	24	24%
3	Netral	22	22%
4	Tidak Setuju	7	7%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

(Sumber: Data diolah dari hasil penelitian 2023)

Dari tabel 4.31 yang tercantum di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa responden memberikan jawaban yang berbeda-beda. Sebanyak 47 orang atau 47% dari responden menyatakan sangat setuju, 24 orang atau 24% menyatakan setuju, 22 orang atau 22% menyatakan netral, dan 7 orang atau 7% menyatakan tidak setuju. Tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

h) Distribusi frekuensi indikator “Saya memesan makanan dikarenakan foto makanannya menggiurkan”. Hasil jawaban dari para responden dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4.32 Hasil Kuesioner Y Pernyataan 8

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1	Sangat Setuju	50	50%

2	Setuju	35	35%
3	Netral	13	13%
4	Tidak Setuju	2	2%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

(Sumber: Data diolah dari hasil penelitian 2023)

Dari tabel 4.32 yang tercantum di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa responden memberikan jawaban yang berbeda-beda. Sebanyak 50 orang atau 50% dari responden menyatakan sangat setuju, 35 orang atau 35% menyatakan setuju, 13 orang atau 13% menyatakan netral, dan 2 orang atau 2% menyatakan tidak setuju. Tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

i) Distribusi frekuensi indikator “Saya puas dengan kecocokan gambar dengan makanan yang dihidangkan”. Hasil jawaban dari para responden dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4.33 Hasil Kuesioner Y Pernyataan 9

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1	Sangat Setuju	53	53%
2	Setuju	31	31%
3	Netral	13	13%

4	Tidak Setuju	3	3%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

(Sumber: Data diolah dari hasil penelitian 2023)

Dari tabel 4.33 yang tercantum di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa responden memberikan jawaban yang berbeda-beda. Sebanyak 51 orang atau 51% dari responden menyatakan sangat setuju, 31 orang atau 31% menyatakan setuju, 13 orang atau 13% menyatakan netral, dan 3 orang atau 3% menyatakan tidak setuju. Tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.

j) Distribusi frekuensi indikator “Saya akan memsakan makanan berdasarkan foto makanannya lagi”. Hasil jawaban dari para responden dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 4.34 Hasil Kuesioner Y Pernyataan 10

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1	Sangat Setuju	37	37%
2	Setuju	30	30%
3	Netral	23	23%
4	Tidak Setuju	8	8%
5	Sangat Tidak Setuju	1	1%
Jumlah		100	100%

(Sumber: Data diolah dari hasil penelitian 2023)

Dari tabel 4.34 yang tercantum di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa responden memberikan jawaban yang berbeda-beda. Sebanyak 37 orang atau 37% dari responden menyatakan sangat setuju, 30 orang atau 30% menyatakan setuju, 23 orang atau 23% menyatakan netral, dan 8 orang atau 8% menyatakan tidak setuju. Namun ada 1 orang atau 1% responden yang menjawab sangat tidak setuju.

d. Hasil Uji Asumsi Klasik

1) Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini digunakan untuk menentukan apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov – Smirnov* dengan tingkat kepercayaan 5% atau 0,05 yang mana apabila nilai probabilitas (*asym.sig*) > 0,05 maka distribusi dapat dikatakan normal, sedangkan apabila nilai probabilitas (*asym.sig*) < 0,05, maka distribusi tidak dapat dikatakan normal.

Tabel 4.35 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000

	Std. Deviation	3,83153096
Most Extreme Differences	Absolute	0,080
	Positive	0,069
	Negative	-0,080
Test Statistic		0,080
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,111 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

(Sumber: Data *Primer*, diolah 2023)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig.* lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa residual menyebar normal. Dari hasil diatas dapat diketahui hasil metode Kolmogrov Smirnov sebesar $\text{Sig} > 0,05$ ($0,111 > 0,05$) artinya data terdistribusi normal.

2) Hasil Uji Multikolenearitas

Uji multikolenearitas digunakan untuk untuk mengetahui ada atau tidaknya suatu korelasi yang tinggi antar variabel bebas di dalam satu model regresi linear berganda. Uji multikolenearitas dapat diketahui dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 dan nilai *tolerance* $> 0,10$.

Tabel 4.36 Hasil Uji Multikolenearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		

	PERSEPSI _KONSU MEN	0,987	1,013
	VISUAL_ COMPLE XITY	0,987	1,013

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

(Sumber: Data *Primer*, diolah 2023)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa variabel persepsi konsumen memiliki nilai VIF 1.013 dan nilai tolerance 0.987 dan variabel *visual complexity* memiliki nilai VIF 1.013 dan nilai tolerance 0.987. Dari variabel persepsi konsumen dan visual complexity memiliki nilai tolerance > 0.10 dan nilai VIF < 10 maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut bebas dari gejala multikolinieritas.

3) Hasil Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antar variabel pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya).

Tabel 4.37 Hasil Uji Autokorelasi dengan Durbin Watson

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,663 ^a	0,439	0,428	3,871	2,288
a. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1					
b. Dependent Variable: Total_Y					

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa diperoleh

DWhitung sebesar 2,288. Untuk mengetahui terdapat autokorelasi atau tidak maka dilakukan perhitungan sebagai berikut:

Tabel 4.38 Perhitungan Durbin Watson

DWhitung	DL	DU	4-DU
2,288	1,634	1,715	4-1,715
			2,285

Jadi didapatkan hasil $2,285 < 2,288 < 2,366$ ($(4-dU) < d < (4-dL)$)
 Nilai Durbin Watson (d) terletak di antara (4-dU) dan (4-dL), dapat disimpulkan bahwa pengujian tidak meyakinkan sehingga diperlukan pengujian lain yakni uji Runs Test.

Tabel 4.39 Hasil Uji Autokorelasi dengan Runs Test

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	-0,04641
Cases < Test Value	50
Cases >= Test Value	50
Total Cases	100
Number of Runs	50
Z	-0,201
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,841

a. Median

Berdasarkan hasil pengujian di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansinya adalah $\text{Sig} > 0,05 = 0,841 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala autokorelasi.

4) Hasil Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk menganalisis apakah model regresi yang digunakan terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mengetahui ada atau tidaknya masalah heterokedastisitas pada model regresi dengan nilai Sig. lebih besar dari 0,05.

Tabel 4.40 Hasil Uji Heterokedastisitas

Model		Standardized Coefficients	t	Sig.
		Beta		
1	(Constant)		3,306	0,001
	PERSEPS I_KONSUMEN	-0,126	-1,264	0,209
	VISUAL_COMPLEXITY	-0,156	-1,557	0,123

a. Dependent Variable: Abs_RES

(Sumber: Data *Primer*, diolah 2023)

Berdasarkan tabel di atas nilai signifikansi persepsi konsumen adalah 0,209, dan nilai signifikansi *visual complexity* adalah 0,123. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak adanya gejala heteroskedastisitas karena nilai signifikansi pada setiap variabel dalam penelitian lebih besar dari 0,05.

e. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda dilakukan untuk mengetahui arah hubungan besarnya antara variabel persepsi konsumen dan *visual*

complexity dengan variabel keputusan pembelian. Model persamaan analisis regresi berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + e$$

Berdasarkan hasil uji regresi berganda dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.41 Hasil Uji Regresi Berganda

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	11,007	3,717
	PERSEPS I_KONSU MEN	0,246	0,068
	VISUAL_ COMPLE XITY	0,632	0,085

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

(Sumber: Data *Primer*, diolah 2023)

Berdasarkan tabel di atas hasil regresi linier berganda pada penelitian ini menggunakan *Standardized Coefficients*. Maka dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi linier berganda yang didapat adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + e$$

$$Y = 11,007 + 0,246X_1 + 0,632X_2 + e$$

Persamaan regresi linier berganda di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta pada hasil perhitungan sebesar 11,007 yang berarti apabila persepsi konsumen (X_1), dan *visual complexity*

(X2) tidak ada atau 0 maka keputusan pembelian kuliner makanan di Kota Banjarmasin akan tetap sebesar 11,007 dengan asumsi bahwa variabel lainnya tetap atau konstan.

2) Nilai koefisien regresi variabel persepsi konsumen (X1) besarnya adalah 0,246 artinya berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian kuliner makanan atau setiap terjadinya peningkatan variabel persepsi konsumen (X1) sebesar satu maka keputusan pembelian kuliner makanan di Kota Banjarmasin akan naik sebesar 0,246, dengan asumsi variabel lainnya adalah tetap.

3) Nilai koefisien regresi variabel *visual complexity* (X2) besarnya adalah 0,632 artinya variabel *visual complexity* (X2) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian kuliner makanan atau setiap terjadinya peningkatan variabel *visual complexity* (X2) sebesar satu maka keputusan pembelian kuliner makanan di Kota Banjarmasin akan naik sebesar 0,632, dengan asumsi variabel lainnya adalah tetap.

f. Hasil Uji Hipotesis

1) Hasil Uji Koefisien (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui besaran persentase pengaruh variabel persepsi konsumen (X1) dan *visual complexity* (X2) secara bersama-sama terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Hasil uji koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat

sebagai berikut:

Tabel 4.42 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,663 ^a	0,439	0,428	3,871
a. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1				
b. Dependent Variable: Total_Y				

(Sumber: Data *Primer*, diolah 2023)

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa hasil uji koefisien determinasi bahwa nilai $R = 0,663$ atau R^2 (R Square) = $0,439$ atau sama dengan 43.9% . Angka tersebut mengandung makna bahwasannya variabel persepsi konsumen (X_1) dan *visual complexity* (X_2) secara simultan berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y) dengan persentase sebesar 43.9% . Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar daripada variabel yang diteliti.

2) Hasil Uji T (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel independen yaitu persepsi konsumen dan *visual complexity* terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

Adapun kriteria dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

- ❖ Jika nilai sig. $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak
- ❖ Jika nilai sig. $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Berdasarkan nilai T_{hitung} dan T_{tabel} :

- ❖ Jika nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka secara parsial variabel bebas

berpengaruh terhadap variabel terikat, maka H_a diterima dan H_0 ditolak.

- ❖ Jika nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka secara parsial variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 4.43 Hasil Uji T

Model		T	Sig.
1	(Constant)	2,961	0,004
	PERSEPSI_K ONSUMEN	3,630	0,000
	VISUAL_CO MPLEXITY	7,461	0,000

(Sumber: Data *Primer*, diolah 2023)

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa hasil bahwa nilai T_{tabel} sebesar 1,984. Berdasarkan hasil uji t tersebut maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

a) Uji t Variabel Persepsi Konsumen

Nilai sig. X1 $0,000 < 0,05$, artinya signifikan, sedangkan nilai T_{hitung} Variabel X1 bernilai $3,630 > 1,984 T_{tabel}$, maka dapat dikatakan bahwa hipotesis H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh antara variabel X1 dengan Y secara parsial. Dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi konsumen berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian makanan. Hal tersebut membuktikan bahwa variabel persepsi

konsumen merupakan salah satu faktor yang dapat memengaruhi keputusan pembelian kuliner makanan.

b) Uji t Variabel *Visual Complexity*

Nilai sig. X2 $0,000 < 0,05$, artinya signifikan, sedangkan nilai T_{hitung} X2 sebesar $7,461 > 1,984 T_{tabel}$, maka hiotesis H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya X2 mempunyai pengaruh terhadap Y secara parsial. Dapat diambil kesimpulan bahwa variabel *visual complexity* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian makanan. Hal tersebut membuktikan bahwa variabel *visual complexity* merupakan salah satu faktor yang dapat memengaruhi keputusan pembelian kuliner makanan.

3) Hasil Uji F (Simultan)

Uji f digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel independen yaitu persepsi konsumen dan *visual complexity* secara bersama-sama terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

Adapun kriteria pengujian sebagai berikut:

- a) Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak
- b) Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Berdasarkan nilai F_{hitung} dan F_{tabel} :

- a) Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka secara simultan variabel bebas

berpengaruh terhadap variabel terikat, maka H_a diterima dan H_0 ditolak.

- b) Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka secara simultan variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Hasil uji f dalam dalam penelitian ini dapat diketahui sebagai berikut:

Tabel 4.44 Hasil Uji F

Model		F	Sig.
1	Regression	38,027	0,000 ^b
	Residual		
	Total		
a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian			
b. Predictors: (Constant), Visual_Complexity, Persepsi_Konsumen			

(Sumber: Data *Primer*, diolah 2023)

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa sebagai berikut:

- a) Nilai F_{hitung} bernilai 38,027 dan F_{tabel} 3,089, jadi $F_{hitung} > F_{tabel}$, artinya variabel (X1) dan (X2) secara bersama-sama mempunyai pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian kuliner makanan di Kota Banjarmasin.
- b) Nilai sig. bernilai 0,000 < 0,05, artinya variabel (X1) dan (X2) secara sig. memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pada pembelian kuliner makanan di Kota Banjarmasin.

B. Hasil Analisis Data

Hasil analisis kuantitatif menunjukkan bahwa terjadinya pengaruh yang signifikan dari variabel persepsi konsumen dan *visual complexity* terhadap keputusan pembelian kuliner makanan. Adapun hasil analisis data dari hasil penelitian pengaruh persepsi konsumen dan *visual complexity* pada food photography terhadap keputusan pembelian kuliner makanan di kota Banjarmasin adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Makanan di Kota Banjarmasin

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel persepsi konsumen mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kuliner makanan di Kota Banjarmasin hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi variabel persepsi konsumen adalah 0,000 yang mana nilai tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0,05. Dengan demikian dapat dilihat juga bahwa T_{hitung} dari variabel persepsi konsumen adalah sebesar 3,630 yang mana nilainya lebih besar dari T_{tabel} dalam penelitian ini yaitu 1,984. Dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak, berarti bahwa secara parsial variabel persepsi konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kuliner makanan di Kota Banjarmasin. Hal ini mengidentifikasi bahwa persepsi konsumen telah memberikan pengaruh dalam keputusan pembelian kuliner makanan di kota Banjarmasin.

Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dewi Nusraningrum, Tri Mayang Mekar, dan Sekar Wulan Prasetyaningtyas (2021) yang menyatakan bahwa persepsi dari para konsumen mampu mendorong dalam melakukan suatu pembelian. Pemilik usaha juga harus mampu dalam membangun persepsi positif dari para konsumen melalui penyediaan produk yang *trend* ataupun rasa yang disajikan enak.

2. Pengaruh *Visual Complexity* pada *Food Photography* terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Makanan di Kota Banjarmasin

Hasil penelitian menunjukkan bahwa diketahui variabel *visual complexity* berpengaruh secara positif atau signifikan terhadap keputusan pembelian kuliner makanan, hal ini dapat dilihat dari signifikansi variabel *visual complexity* adalah 0,000 yang berarti bahwa nilai tersebut kurang dari tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0,05. Dengan demikian dapat dilihat juga bahwa T_{hitung} dari variabel *visual complexity* adalah sebesar 7,461 yang mana nilai tersebut lebih besar dari T_{tabel} dalam penelitian ini yaitu 1,984. Dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak, berarti bahwa secara parsial variabel *visual complexity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kuliner makanan di Kota Banjarmasin. Hal ini mengidentifikasi bahwa *visual complexity* telah memberikan pengaruh dalam keputusan pembelian kuliner makanan di kota Banjarmasin.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nadia

Puspahati, Janti Gunawan dan Mushonnifun Faiz Sugihartanto (2021) yang mana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pada variabel *visual complexity*, hasil dari uji yang telah dilakukan menunjukkan bahwa *visual complexity* berpengaruh terhadap niat pembelian dan sesuai dengan hasil penelitian terdahulu. Maka dari itu, terbukti bahwa foto-foto yang dihasilkan dari kegiatan *food photography* yang memperhatikan *visual complexity* lebih berpengaruh terhadap niat pembelian. *Visual complexity* merupakan hal yang krusial, namun terkadang belum terlalu diperhatikan oleh *online food shop*. Salah satu cara yang dapat dilakukan online food shop adalah dengan menggunakan jasa *food photographer* supaya foto makanan yang ada pada katalog produk memperhatikan *visual complexity*.

3. Pengaruh Persepsi Konsumen dan *Visual Complexity* pada *Food Photography* terhadap Keputusan Pembelian Kuliner Makanan di Kota Banjarmasin

Hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa variabel persepsi konsumen dan *visual complexity* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian kuliner makanan, hal ini berarti H_0 diterima. Hasil ini dapat dilihat dari hasil uji f yang mana hasil nilai signifikansi adalah 0,000 yang mana nilai tersebut kurang dari 0,05 dan nilai F hitung sebesar 38,027 dan lebih besar dari F tabel sebesar 3,089. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel persepsi konsumen dan *visual complexity* secara simultan berpengaruh serta signifikan terhadap keputusan pembelian kuliner makanan di Kota Banjarmasin.