

## BAB IV

### PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

#### A. Penyajian Data

##### 1. Gambaran Umum Mariga Koffie

Mariga Koffie merupakan *coffeeshop* bernuansa *mexico* dan sebagian besar bahan baku yang digunakan adalah produk dari Indonesia. Mariga Koffie didirikan pertama kali pada 15 Desember 2021 di kota Banjarmasin oleh Said Husin Zidan F.F. Pada awalnya pelaku usaha sangat menyukai kopi, ketika melakukan aktivitas ditemani dengan kopi, sehingga kopi menjadi kebutuhan bagi kehidupannya. Lalu terpikirlah untuk menjadikan kopi sebagai sebuah usaha bisnis yang banyak digemari karena sudah menjadi kebutuhan orang apalagi kalangan anak muda zaman sekarang. Dalam perkembangannya, konsep kerjasama mengenai brand roko “Sampoerna” bahkan Mariga Koffie juga bekerja sama dengan mengadakan berbagai macam event yaitu event bersenandung seperti karaoke menggunakan aplikasi *sportify*, dimana ada pemandu dan bernyanyi bersama. Tetapi Mariga Koffie ini lebih ke *dj live* dan memberikan *gift*. Adapula band-band lokal yang ikut serta dalam *event* yang berjadwal. *Event* lainnya yaitu *Koplo Night, Reggae Night*.

Mariga Koffie dikenal sebagai *coffeeshop party*, sebuah wadah yang memberikan kesempatan bagi orang-orang yang berbakat dalam menunjukkan kreatifitas mereka. Adapula sebuah wadah berbau seni budaya seperti wayang, pameran seni lukisan, seni teater.

Mariga Koffie merupakan bisnis kopi yang menyajikan produk kopi berkhas *mexico food*. Bahkan, bahan baku yang digunakan berasal dari impor kecuali binz itu berasal dari luar. Mariga Koffie juga memiliki cabang kedua yang berada di jalan Sudimampir, bersebelahan dengan kawasan *street food* yaitu makanan *seafood*.

Tema bisnis Mariga Koffie adalah *Fun & Lifestyle*, hal ini bisa kita rasakan dari nuansa modern bercampur dengan kesenian. Hal ini sejalan dengan target pasar yang mereka bidik yaitu pelajar, mahasiswa, pekerja kantoran dan lainnya.

#### a. Produk Mariga Koffie

##### 1) Kopi

###### a) Black Kopi

*Espresso, Double espresso, Americano.*

###### b) White Kopi

*Cafe Latte, Cappuccino, Piccolo, Mochaccino, Split, Latte.*

##### 2) Minuman

###### a) Mocktail

produk *mocktail* memiliki varian macam yaitu *luca sweet, colima'del, juicy lucy, mi reina, dan de'rosa.*



###### b) Non coffee

Berbagai minuman jenis non coffee seperti *chocolate, matcha, red velvet, dan taro.*



###### c) Signature

Minuman jenis *signature* ini memiliki varian seperti *bana libre, canella, baila sweet, del' santos, dan el' libre.*



### 3) Makanan

#### a) Pizza

Varian pizza yang disediakan seperti *Mushroom*, *Hawaiian*, *pepperoni*, dan *Margaritha*.



#### b) Mexican

Makanan jenis *mexican* ini seperti *Soft Taco*, *Hard Taco*, *Elote*, dan *Nachos*.

#### c) Rice Bowl

Ricebowl ini menyediakan menu antara lain: *Chilli Salt*, *Black Paper*, dan *Sambal Matah*.

#### d) Pasta

Dengan berbagai varian menu antara lain *Carbonara*, *Alfredo*, dan *Bologna*.

#### e) Food To Share

Makanan ini bervariasi seperti *French Fries*, *Churros*, *Soba Toast*, dan *Platter*.

## b. Logo Mariga Koffie



## 2. Data Penelitian

### a. Karakteristik Responden

#### 1) Jenis Kelamin

*Tabel 4.1 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin*

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>F</b>	<b>Persentase (%)</b>
Laki-laki	39	66%
Perempuan	20	34%
Jumlah	59	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Dari tabel 4.1 diatas terdapat 39 orang responden laki-laki dengan persentasi 66% dan 20 responden perempuan dengan persentase 34%, maka total keseluruhan responden adalah 59 orang.

## 2) Usia Responden

*Tabel 4.2 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia*

<b>Umur</b>	<b>F</b>	<b>Persentase (%)</b>
17-22 Tahun	16	27%
23-27 Tahun	25	42%
28-32 Tahun	10	17%
>33 Tahun	8	14%
Jumlah	59	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Dari tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa responden berumur 17-22 tahun sebanyak 16 orang , responden 23-27 tahun sebanyak 25 orang , responden 28-32 tahun sebanyak 10 orang, dan responden  $\geq 33$  tahun sebanyak 8 orang . Berdasarkan data yang diolah peneliti kebanyakan responden berumur 23-27 tahun.

## 3) Pekerjaan

*Tabel 4.3: Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan*

<b>Pekerjaan</b>	<b>F</b>	<b>Persentase (%)</b>
Pelajar	10	17%
Mahasiswa	20	34%
Wirausaha	4	7%
PNS	2	3%
Buruh	16	27%
Lain-lain	7	12%
Jumlah	59	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa pekerjaan responden sebagai pelajar

sebanyak 10 orang , mahasiswa sebanyak 20 orang , wirausaha sebanyak 4 orang , PNS sebanyak 2 orang , buruh sebanyak 16 orang , dan lain- lain sebanyak 7 orang.

#### 4) Penghasilan Responden

*Tabel 4.4: Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan*

<b>Penghasilan</b>	<b>F</b>	<b>Persentase (%)</b>
Rp. < 1.000.000	7	12%
Rp. 1.000.000 – < 1.500.000	36	61%
Rp. 1.500.000 - < 2.000.000	12	20%
Rp. 2.000.000 - < 2.500.000	3	5%
Rp. < 2.500.000	1	2%
Jumlah	59	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa penghasilan responden Rp. < 1.000.000 sebanyak 7 orang , Rp. 1.000.000 – < 1.500.000 sebanyak 36 orang , Rp. 1.500.000 - < 2.000.000 sebanyak 12 orang , Rp. 2.000.000 - < 2.500.000 sebanyak 3 orang , dan Rp. < 2.500.000 sebanyak 1 orang.

#### b. Deskripsi Variabel Penelitian

##### 1) Deskriptif Variabel Suasana Toko

*Tabel 4.5: Jawaban Responden tentang Variabel Suasana Toko*

<b>No pernyataan</b>	<b>SS</b>		<b>S</b>		<b>N</b>		<b>TS</b>		<b>STS</b>		<b>Jumlah</b>	
	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
1	26	44,0	30	50,8	3	5,0	0	0	0	0	59	100
2	20	33,8	29	49,1	8	13,5	2	3,3	0	0	59	100
3	24	40,6	27	45,7	6	10,1	2	3,3	0	0	59	100
4	23	38,9	33	55,9	3	5,0	0	0	0	0	59	100

5	20	33,8	28	47,4	10	16,9	1	1,6	0	0	59	100
6	24	40,6	26	44,0	8	13,5	1	1,6	0	0	59	100
7	24	40,6	27	45,7	7	11,8	1	1,6	0	0	59	100
8	30	50,8	23	38,9	6	10,1	0	0	0	0	59	100

Sumber: SPSS ver.23, data yang di olah

Dari tabel di atas dapat diuraikan sebagai berikut:

- a) Pernyataan 1, menunjukkan bahwa jawaban tentang desain toko dari Mariga Koffie karena unik dan menarik, responden memberikan jawaban sangat setuju 26 orang (44,0%), setuju 30 orang (50,8%), dan netral 3 orang (5,0%).
- b) Pernyataan 2, menunjukkan bahwa jawaban tentang logo atau papan nama di Mariga Koffie terlihat jelas di depan toko, responden memberikan jawaban sangat setuju 20 orang (33,8%), setuju 29 orang (49,1%), netral 8 orang (13,5%), dan tidak setuju 2 orang (3,3%).
- c) Pernyataan 3, menunjukkan bahwa jawaban tentang akses masuk ke dalam toko Mariga Koffie mudah, responden memberikan jawaban sangat setuju 24 orang (40,6%), setuju 27 orang (45,7%), netral 6 orang (10,1%), dan 2 orang (3,3%).
- d) Pernyataan 4, menunjukkan bahwa pencahayaan di Mariga Koffie tidak terlalu terang dan tidak terlalu gelap, responden memberikan jawaban sangat setuju 23 orang (38,9%), setuju 33 orang (55,9%), dan netral 3 orang (5,0%).
- e) Pernyataan 5, menunjukkan bahwa penyusunan barang-barang di Mariga Koffie rapi, responden memberikan jawaban sangat setuju 20 orang (33,8%), setuju 28 orang (47,4%), netral 10 orang (16,9%), dan 1 orang (1,6%).
- f) Pernyataan 6, menunjukkan bahwa suhu udara didalam ruangan Mariga Koffie tidak terlalu panas dan tidak terlalu dingin, responden memberikan jawaban sangat setuju 24 orang (40,6%), setuju 26 orang (44,0%), netral 8 orang (13,5%) dan tidak setuju 1

orang (1,6%).

- g) Pernyataan 7, menunjukkan bahwa area di dalam Mariga Koffie bersih, responden memberikan jawaban sangat setuju 24 orang (40,6%), setuju 27 orang (45,7%), netral 7 orang (11,8%), dan tidak setuju 1 orang (1,6%).
- h) Pernyataan 8, menunjukkan bahwa lokasi pembayaran atau kasir di Mariga Koffie karena strategis dan mudah dijangkau, responden memberikan jawaban sangat setuju 30 orang (50,8%), setuju 23 orang (38,9%), netral 6 orang (10,1%).

## 2) Deskriptif Variabel Harga

*Tabel 4.6: Jawaban Responden tentang Variabel Harga*

No Pernyataan	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	12	20,3	23	38,9	23	38,9	1	1,6	0	0	59	100
2	14	23,7	33	55,9	10	16,9	2	3,3	0	0	59	100
3	17	28,8	31	52,5	5	8,4	6	10,1	0	0	59	100
4	19	32,2	27	45,7	11	18,6	2	3,3	0	0	59	100
5	19	32,2	27	45,7	13	22,0	0	0	0	0	59	100
6	18	30,5	18	30,5	21	35,5	2	3,3	0	0	59	100

Sumber: SPSS ver.23 data di olah

Dari tabel di atas dapat diuraikan sebagai berikut:

- a) Pernyataan 1, menunjukkan bahwa jawaban tentang harga produk di Mariga Koffie mampu dijangkau, responden memberikan jawaban sangat setuju 12 orang (20,3%), setuju 23 orang (38,9%), netral 23 orang (38,9%) dan tidak setuju 1 orang (1,6%).
- b) Pernyataan menunjukkan bahwa jawaban tentang harga produk di Mariga Koffie sesuai dengan kualitas yang didapat, responden memberikan jawaban sangat setuju 14 orang (23,7%), setuju 33 orang (55,9%), netral 10 orang (16,9%), dan tidak setuju 2



- orang (3,3)
- c) Pernyataan menunjukkan bahwa jawaban tentang harga produk di Mariga Koffie sesuai dengan rasa produk yang ditawarkan, responden memberikan jawaban sangat setuju 17 orang (28,8%), setuju 31 orang (52,5%), netral 5 orang (8,4%), dan tidak setuju 6 orang (10,1%).
- d) Pernyataan menunjukkan bahwa jawaban tentang harga produk di Mariga Koffie sebanding dengan kenyamanan yang diperoleh, responden memberikan jawaban sangat setuju 19 orang (32,2%), setuju 27 orang (45,7%), netral 11 orang (18,6%), dan tidak setuju 2 orang (3,3%).
- e) Pernyataan menunjukkan bahwa jawaban tentang harga produk di Mariga Koffie sesuai dengan harga pada umumnya, responden memberikan jawaban sangat setuju 19 orang (32,2%), setuju 27 orang (45,7%), dan netral 13 orang (22,0%).
- f) Pernyataan menunjukkan bahwa jawaban tentang harga produk di Mariga Koffie sesuai dengan harapan konsumen, responden memberikan jawaban sangat setuju 18 orang (30,5%), setuju 18 orang (30,5%), netral 21 orang (35,5%), dan tidak setuju 2 orang (3,3%)

### 3) Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian

*Tabel 4.7: Jawaban Responden tentang Variabel Keputusan Pembelian*

No Pernyataan	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	13	22,0	25	42,3	20	33,8	1	1,6	0	0	59	100
2	16	27,1	36	61,0	6	10,1	1	1,6	0	0	59	100
3	17	28,8	22	37,2	16	27,1	4	6,7	0	0	59	100
4	21	35,5	22	37,2	16	27,1	0	0	0	0	59	100

5	16	27,1	24	40,6	18	30,5	1	1,6	0	0	59	100
6	19	32,2	30	50,8	10	16,9	0	0	0	0	59	100

Sumber: SPSS ver.23 data di olah

Dari tabel di atas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Pernyataan 1, menunjukkan bahwa jawaban tentang melakukan pembelian di Mariga Koffie untuk menemukan kopi yang terbaik, responden memberikan jawaban sangat setuju 13 orang (22,0%), setuju 25 orang (42,3%), netral 20 orang (33,8%), dan tidak setuju 1 orang (1,6%).
2. Pernyataan 2, menunjukkan bahwa jawaban tentang memutuskan membeli kopi di Mariga Koffie karena memberikan hasil yang memuaskan, responden memberikan jawaban sangat setuju 16 orang (27,1%), setuju 36 orang (61,0%), netral 6 orang (10,1%), dan tidak setuju 1 orang (1,6%).
3. Pernyataan 3, menunjukkan bahwa jawaban tentang melakukan pembelian di Mariga Koffie setelah membandingkan dengan kedai kopi yang lain, responden memberikan jawaban sangat setuju 17 orang (28,8%), setuju 22 orang (37,2%), netral 16 orang (27,1%), dan tidak setuju 4 orang (6,7%).
4. Pernyataan 4, menunjukkan bahwa jawaban tentang banyaknya yang datang ke Mariga Koffie karena merek Mariga Koffie sangat menarik perhatian terutama untuk anak muda, responden memberikan jawaban sangat setuju 21 orang (35,5%), setuju 22 orang (37,2%), dan netral 16 orang (27,1%).
5. Pernyataan 5, menunjukkan bahwa jawaban tentang pada saat awal bulan Mariga Koffie banyak memberikan promo-promo menarik bagi konsumen yang datang ke Mariga Koffie, responden memberikan jawaban sangat setuju 16 orang (27,1%), setuju 24 orang (40,6%), netral 18 orang (30,5%), dan tidak setuju 1 orang (1,6%).
6. Pernyataan 6, menunjukkan bahwa jawaban tentang karyawan Mariga Koffie sangat

teliti dan sigap dalam proses pembayaran, responden memberikan jawaban sangat setuju 19 orang (32,2%), setuju 30 orang (50,8%), dan netral 10 orang (16,9%).

## B. Teknik Analisis Data

### 1. Uji Validitas dan Realitas

#### a. Uji Validitas

Uji validitas di hitung dengan membandingkan rhitung (correlated item-total correated) dengan nilai r tabel. Jika rhitung > rtabel bernilai positif maka butir atau pernyataan tersebut dinyatakan valid. Dan sebaliknya apabila rhitung < rtabel maka setiap pernyataan dinyatakan tidak valid. Setelah itu, apabila terdapat item-item tersebut akan dikeluarkan dari kuesioner. Nilai r tabel yang digunakan untuk sampel (N) sebanyak 30 dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05 maka diperoleh r tabel 0,2521 hasil uji validitas untuk setiap masing-masing variabel penelitian dapat dilihat dibawah ini.

**Tabel 4.8**

**Uji Validitas Variabel X dan Y**

Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Ket
Suasana Toko (X1)	General interior	3	0,615 0,530 0,511	0,2521	Valid
	Store Exterior	2	0,520 0,644	0,2521	
	Ketahanan	1	0,463	0,2521	
	Desain	2	0,620 0,414	0,2521	
Harga (X2)	Keterjangkauan harga	1	0,445	0,2521	Valid
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	1	0,451	0,2521	
	Kesesuaian harga dengan manfaat	2	0,436 0,644	0,2521	
	Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan	1	0,449	0,2521	

Keputusan Pembelian (Y)	Pengenalan Kebutuhan	1	0,472	0,2521	Valid
	Pencarian informasi	1	0,603	0,2521	
	Evaluasi alternative	1	0,590	0,2521	
	Keputusan pembelian	2	0,641 0,613	0,2521	
	Perilaku pasca pembelian	1	0,317	0,2521	

Sumber: Hasil Data Penelitian,2023 (diolah)

Berdasarkan keterangan tabel 4.8 diatas, dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki r hitung > r tabel (0,2521) dengan demikian setiap item dari pertanyaan pada variabel Suasana Toko (X1) Harga (X2) dapat dikatakan valid.

### b. Uji Reliabilitas

Tabel 4.9 : Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y

Variabel	Cronbach Alpha	Ket
Suasana Toko (X1)	0,740	Reliabel
Harga (X2)	0,677	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,653	Reliabel

Sumber : Output SPSS Versi 23 (2023)

Dari hasil nilai *Cronbach Alpha* diatas dapat disimpulkan bahwa semua variabel > 0,60 artinya setiap pernyataan dalam kuesioner tersebut dinyatakan reliabel.

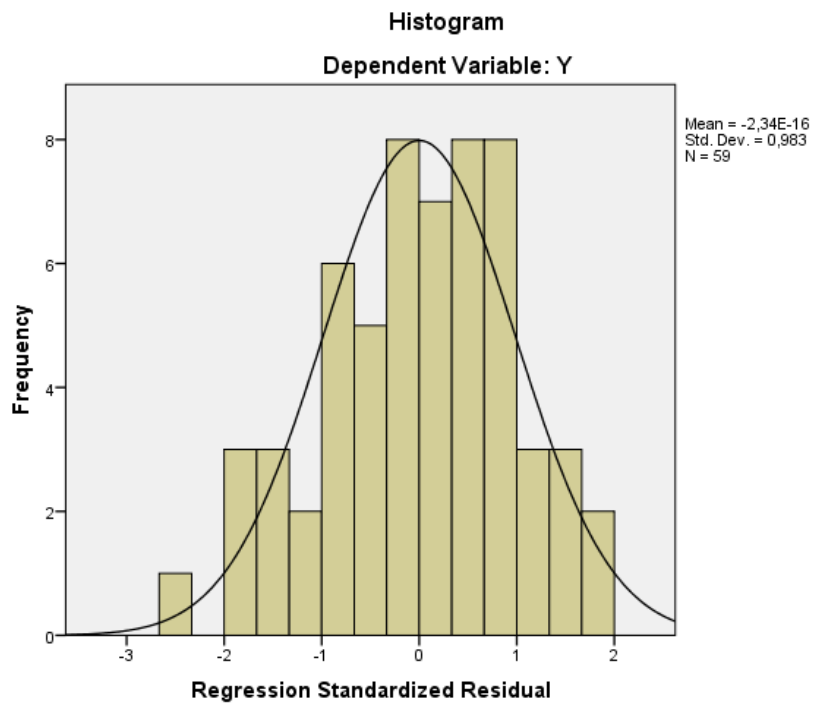
## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas dapat dilihat dari grafik histogram dengan ketentuan apabila memiliki kemiringan yang imbang dari sisi manapun atau berbentuk lonceng. Pada P-Plot dilihat pada titik-titik yang mengikuti garis diagonal dan metode Kolmogorov Smirnov yang dilihat dari nilai Asymp. Sig. harus lebih besar dari 0,05, maka dapat

dikatakan bahwa residual menyebar normal.

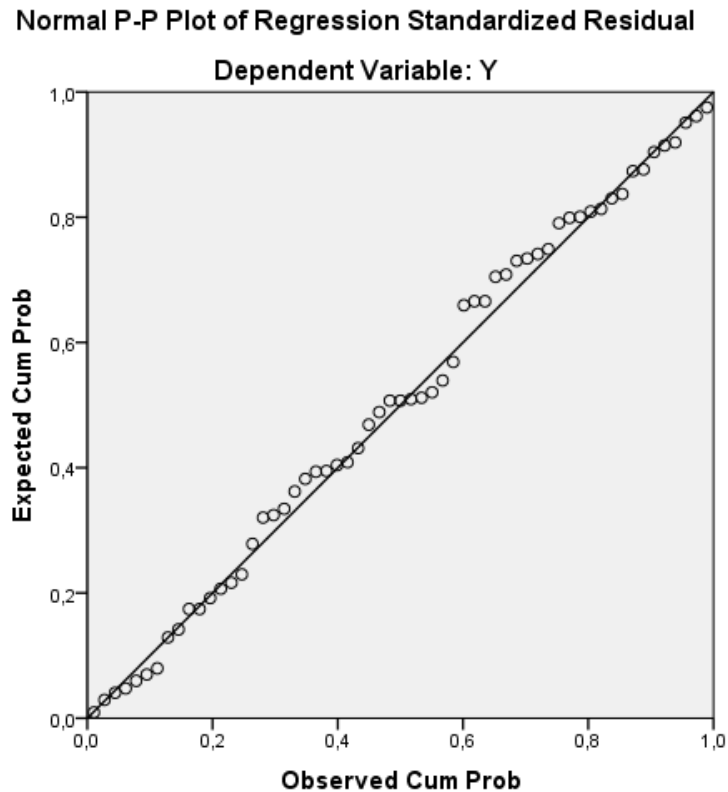
*Gambar 4.1 : Hasil Uji Normalitas menggunakan Histogram*



Sumber : SPSS ver.23, data yang diolah

Dari gambar diatas dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal karena membentuk lonceng sempurna.

*Gambar 4.2 : Hasil Uji Normalitas Menggunakan P-Plot*



Sumber : SPSS ver.23, data yang di olah

Dari P-Plot diatas dapat dilihat bahwa titik-titik yang ada menyebar mengikuti garis lurus, artinya data berdistribusi normal.

*Tabel 4.10: Hasil Uji Normalitas Menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	<i>Unstandardized Residual</i>
N	59
Asymp. Sig (2-tailed)	.200 <sup>c,d</sup>

Sumber: Hasil Penelitian 2023, data yang di olah

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan nilai Asymp. Sig. lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa residual menyebar normal. Dari hasil diatas dapat diketahui hasil metode Kolmogorov Smirnov sebesar 0,200.

### b. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas diketahui dengan melihat nilai *variance inflation factor* (VIF) < 10 dan nilai *tolerance* > 0,10.

Tabel 4.11 : Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Tolerance	VIF
Suasana Toko	,972	1,029
Harga	,972	1,029

Sumber: Hasil Penelitian 2023, data yang di olah

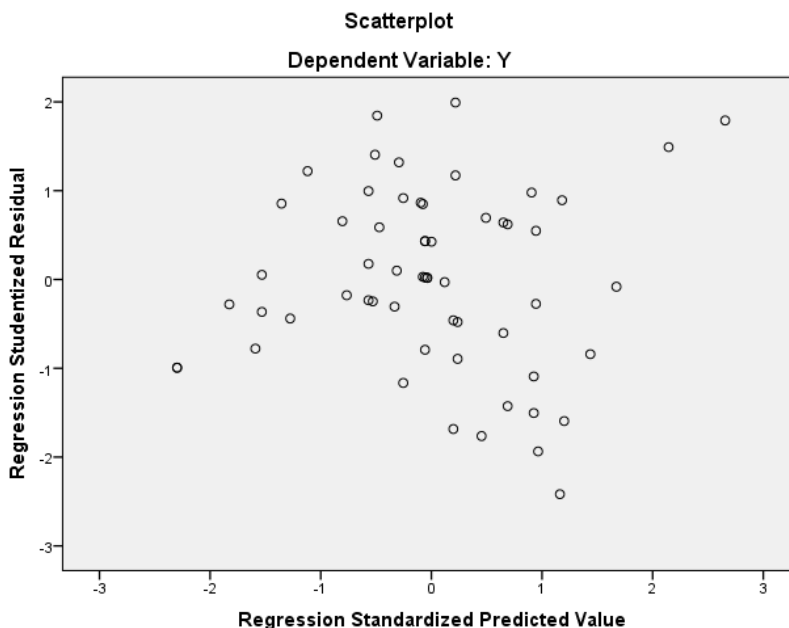
Dapat dilihat dari tabel diatas bahwa variabel suasana toko memiliki nilai 1,029 dan nilai tolerance 0,972. Sedangkan variabel harga memiliki nilai 1,029 dan nilai tolerance 0,972. Dari kedua variabel memiliki nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10 maka data tersebut bebas dari masalah multikolinieritas.

### c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas menguji terjadinya perbedaan variance redisual suatu periode pengamatan yang lain. Cara memprediksi ada atau tidaknya heterokedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar *Scatterplot*, regresi yang tidak terjadi heterokedastisitas jika titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau sekitar angka 0, titik-titik data tersebut tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja, penyebaran titik tidak boleh membentuk pola bergelombang, melebar, menyempit, dan melebar kembali, penyebaran titik-titik dan tidak berpola. Dapat disimpulkan sebaran titik acak tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

Gambar 4.3: Hasil Uji Heterokedastisitas menggunakan scatterplot





Sumber : Output SPSS Versi 23 (2023)

## 1. Uji Hipotesis

### a. Uji T (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh masing-masing variabel bebas (suasana toko dan harga) terhadap variabel terikatnya (keputusan pembelian).

Adapun kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai sig. > 0,05, maka H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>a</sub> ditolak.
- 2) Jika nilai sig. < 0,05, maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima.

Berdasarkan nilai  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$  :

- 1) Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka secara parsial variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Maka H<sub>a</sub> diterima dan H<sub>0</sub> ditolak.
- 2) Jika nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka secara parsial variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat. Maka H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>a</sub> ditolak.

**Tabel 4.12**

### Uji T

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	13,547	4,712		2,875	,006		
Suasana Toko	,185	,111	,217	1,676	,180	,972	1,029
Harga	,171	,145	,153	1,184	,354	,972	1,029

a. Dependent Variabel: Keputusan Pembelian

Sumber Output SPSS Versi 23 (2023)

Berdasarkan hasil uji t yang tertera pada tabel diatas, maka dapat dilihat bahwa:

- 1) Suasana Toko ( $X_1$ ) didapatkan nilai sig. = 0,180 (Nilai Sig. > 0,05 artinya secara parsial berpengaruh signifikan, sedangkan nilai  $t_{hitung}$  yaitu  $1,676 > 1.67203 t_{tabel}$ , maka dapat dikatakan bahwa hipotesis  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, artinya terdapat pengaruh antara Suasana Toko ( $X_1$ ) dengan Keputusan Pembelian (Y) secara parsial.
- 2) Harga ( $X_2$ ) didapatkan nilai sig. = 0,354 (Nilai Sig. > 0,05 artinya secara parsial tidak berpengaruh signifikan, sedangkan nilai  $t_{hitung}$  yaitu  $1,184 < 1.67203 t_{tabel}$ , maka dapat dikatakan bahwa hipotesis  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima, artinya tidak terdapat pengaruh antara Harga ( $X_2$ ) dengan Keputusan Pembelian (Y) secara parsial.

#### b. Uji F (Uji Simultan)

Hasil uji F dapat dilihat dari *Output ANOVA* dari hasil analisis regresi linier berganda. Dalam penelitian ini digunakan tingkat signifikansi 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ).

Dengan menggunakan tingkat keyakinan 95%,  $\alpha = 5\%$ , df 1 (jumlah variabel-1) atau  $3-1 = 2$ , dan df 2 (n-k) atau  $59-2 = 57$  (n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel bebas), maka bisa didapat nilai untuk F tabel adalah.

**Tabel 4.13**

#### Uji F

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	30,426	2	15,213	22,357	,000 <sup>b</sup>
	Residual	342,557	56	6,117		
	Total	372,983	58			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Harga, Suasana Toko

Sumber : *Output* SPSS Versi. 23 (2023)

Berdasarkan tabel 4.13 diatas dapat dilihat bahwa nilai F hitung (22,357) > F tabel (3,16), dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 maka Ho ditolak. Kesimpulannya karena Ho ditolak, artinya kedua variabel bebas dalam penelitian ini terdiri dari Suasana Toko dan Harga secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Mariga Koffie Zafri zam-zam.

### c. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*)

Hasil analisis determinasi dapat dilihat pada *Output Model Summary* dari hasil analisis regresi linier berganda diatas. Regresi dengan lebih dari dua variabel bebas digunakan *Adjusted R<sup>2</sup>* sebagai koefisien determinasi. *Adjusted R Square* adalah nilai R Square yang telah disesuaikan.

**Tabel 4.14**

### Uji Koefisien Determinasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,286 <sup>a</sup>	,078	,049	2,473	1,681

a. Predictors: (Constant), Harga, Suasana Toko

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : *Output* SPSS Versi 23 (2023)

Berdasarkan tabel 4.14 diatas, nilai  $R^2$  dalam penelitian ini adalah sebesar 0,078. Hal ini menunjukkan bahwa besar pengaruh variabel independent yaitu Suasana Toko dan Harga

terhadap variabel dependent Keputusan Pembelian yang dapat diterangkan oleh model persamaan ini sebesar 78% sedangkan sisanya 22% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

#### d. Analisis Regresi Linear Berganda

Perhitungan regresi linier berganda dilakukan dengan menggunakan program *SPSS 23 for Windows*. Analisis ini bertujuan untuk memprediksi nilai dari variabel tergantung apabila nilai variabel bebas mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan. Berikut adalah rumus regresi linier berganda: (dengan tiga variabel bebas).

**Tabel 4. 15**

#### **Analisis Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	13,547	4,712		2,875	,006		
	Suasana Toko	,185	,111	,217	1,676	,180	,972	1,029
	Harga	,171	,145	,153	1,184	,354	,972	1,029

a. Dependent Variabel: Keputusan Pembelian

Sumber : *Output SPSS Versi 23 (2023)*

Rumus :  $Y = 0,548 + 0,264 + e$

Persamaan regresi diatas dijelaskan sebagai berikut:

1. Suasana Toko (X2) : Tanda positif nilai koefisien sebesar 0,185 artinya apabila terjadi peningkatan Suasana Toko (X1) sebesar 1% maka akan terjadi peningkatan pula terhadap Keputusan Pembelian sebesar adalah 18,5% dengan asumsi variabel yang lain tetap.

2. Harga (X2) : Tanda positif pada nilai koefisien regresi 0,171 artinya apabila terjadi peningkatan Harga (X2) sebesar 1% maka akan terjadi peningkatan pula terhadap Keputusan Pembelian sebesar 17,1% dengan asumsi variabel yang lain tetap.

### C. Analisis Data

#### 1. Pengaruh Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian di Mariga Koffie Zafri Zam-zam.

Hipotesis pertama dalam penelitian ini menyatakan bahwa nilai  $t_{hitung}$  yaitu  $1,676 > 1,67203 t_{tabel}$ , dengan nilai signifikan  $0,180 > 0,05$  maka dapat dikatakan bahwa hipotesis  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, artinya terdapat pengaruh secara parsial antara Suasana Toko terhadap Keputusan Pembelian di Mariga Koffie Zafri Zam-zam. Empat elemen dari Suasana Toko ini yaitu *store exterior*, *general interior*, *store layout*, dan *interior display* sangat berkaitan erat jika dilihat dari penelitian Benedictus Irvan Widyawan (2021) dan hasil penelitian ini memiliki kesamaan yang memang benar bahwa suasana toko memang berpengaruh terhadap besar kecilnya jumlah variabel keputusan pembelian (Y). Semakin menarik dan baik tingkat suasana toko maka keputusan pembelian akan semakin banyak, yang mana artinya kebutuhan konsumen dapat terpenuhi. Kemudian pernyataan yang dikemukakan oleh Alma dalam Dalihade (2017:3) menyatakan bahwa suasana toko adalah suasana toko yang meliputi *exterior*, *interior*, tata letak, dan tampilan *interior* yang dapat menimbulkan daya tarik bagi *customer* dan membangkitkan minat untuk membeli suatu produk. Begitu pula hubungan antara suasana toko dan harga, hanya diawal saja bahkan tidak berpengaruh karena daya tarik konsumen terfokus pada keindahan pada suasana toko tersebut. Jadi, Mariga koffie menampilkan interior toko yang berhasil menyita perhatian konsumen. Sehingga, menjadi pertimbangan bagi semua konsumen jika

ingin kembali berkunjung ke Mariga Koffie.

## **2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian di Mariga Koffie Zafri Zam-zam.**

Hipotesis kedua dalam penelitian ini menyatakan bahwa nilai Harga ( $X_2$ ) didapatkan nilai  $t_{hitung}$  yaitu  $1,184 < 1.67203 t_{tabel}$  dengan nilai signifikansi  $0,354 > 0,05$ . Maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, yang artinya variabel Harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian.

Variabel harga dengan beberapa indikator tidak bisa dijangkau oleh konsumen sehingga tidak berpengaruh pada keputusan pembelian. Dari hasil analisis, banyaknya konsumen yang tidak setuju dengan harga yang ditetapkan sehingga ekspektasi yang mereka harapkan tidak dapat menjangkau seluruh kalangan. Bagi konsumen, harga adalah unsur indikator yang harus diperhatikan dalam keputusan pembelian di Mariga Koffie untuk mendapatkan suatu manfaat lebih besar atau sama dengan biaya yang telah dikeluarkan untuk mendapatkan produk tersebut.

Harga produk di Mariga Koffie tidak sesuai dengan harga pada umumnya serta kualitas yang kurang memadai dan tidak mendapat manfaat yang dihasilkan sehingga membuat konsumen merasa berat untuk membeli produk tersebut dan memberikan efek jera untuk kembali membeli produk di Mariga Koffie.