BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Gambaran Singkat Kota Banjarmasin

Kota Banjarmasin adalah salah satu kota di provinsi Kalimantan Selatan, Indonesia. Kota Banjarmasin yang dijuluki Kota Seribu Sungai ini memiliki wilayah seluas 98,46 km² yang wilayahnya merupakan delta atau kepulauan yang terdiri dari sekitar 25 buah pulau kecil (delta) yang dipisahkan oleh sungai-sungai di antaranya Pulau Tatas, Pulau Kelayan, Pulau Rantauan Keliling, Pulau Insan dan lain-lain. Berdasarkan data BPS Kota Banjarmasin tahun 2018, Kota Banjarmasin memiliki penduduk sebanyak 692.793 jiwa dengan kepadatan 7.036,28 jiwa per km². Wilayah metropolitan Banjarmasin yaitu Banjar Bakula memiliki penduduk sekitar 1,9 juta jiwa.

Kota Banjarmasin terletak pada 3°15' sampai 3°22' Lintang Selatan dan 114°32' Bujur Timur, ketinggian tanah asli berada pada 0,16 m di bawah permukaan laut dan hampir seluruh wilayah digenangi air pada saat pasang. Kota Banjarmasin berlokasi daerah kuala sungai martapura yang bermuara pada sisi timur Sungai Barito. Letak Kota Banjarmasin nyaris di tengah-tengah Indonesia. Kota ini terletak di tepian timur Sungai Barito dan dibelah oleh Sungai Martapura yang berhulu di Pegunungan Meratus. Kota Banjarmasin dipengaruhi oleh pasang surut air laut jawa, sehingga berpengaruh kepada drainase kota dan memberikan ciri khas

tersendiri terhadap kehidupan masyarakat, terutama pemanfaatan sungai sebagai salah satu prasarana transportasi air, pariwisata, perikanan dan perdagangan.

Menurut data statistik 2001 dari seluruh luas wilayah Kota Banjarmasin yang kurang lebih 98,46 km² ini dapat dipersentasikan bahwa peruntukan tanah saat sekarang adalah lahan tanah pertanian 3.111,9 ha, perindustrian 278,6 ha, jasa 443,4 ha, permukiman adalah 3.029,3 ha dan lahan perusahaan seluas 336,8 ha. Perubahan dan perkembangan wilayah terus terjadi seiring dengan pertambahan kepadatan penduduk dan kemajuan tingkat pendidikan serta penguasaan ilmu pengetahuan teknologi. ("Kota Banjarmasin," 2018).

Kota Banjarmasin terdiri atas 5 kecamatan, yaitu:

1. Banjarmasin Barat: 13,13 km²
2. Banjarmasin Selatan: 38,27 km²
3. Banjarmasin Tengah: 6,66 km²
4. Banjarmasin Timur: 23,86 km²
5. Banjarmasin Utara: 16,54 km²

Mayoritas penduduk kota Banjarmasin berasal dari etnis Banjar (79,26%). Penduduk asli yang mendiami Banjarmasin adalah orang Banjar Kuala yang memiliki budaya sungai dengan interaksi masyarakat yang sangat kuat terhadap sungai baik dalam kegiatan sosial maupun ekonomi. Hal ini dapat diihat dari adanya Pasar Terapung yang menjadi salah satu objek wisata andalan Kota Banjarmasin. Di Banjarmasin juga banyak terdapat orang Banjar Pahuluan yang berasal dari Banua Anam serta orang Banjar dari daerah-daerah lain di Kalimantan Selatan.

Etnis minoritas terbesar yang cukup mudah ditemui di Banjarmasin yaitu etnis Jawa (10,27%), Madura (3,17%) dan keturunan Tionghoa (1,56%). Orang Jawa di Banjarmasin dapat ditemui di hampir semua kawasan dan umumnya telah membaur dengan orang Banjar, sedangkan orang Madura lebih mengelompok dengan mendiami beberapa kantong permukiman seperti di Kampung Gadang, Pekapuran, Kelayan dan Pemurus Baru. Pemukiman keturunan Tionghoa di Banjarmasin berada di Jalan Veteran (Pecinan Darat) dan Jalan Pierre Tendean (Pecinan Laut). Di Banjarmasin juga terdapat pemukinan keturunan Arab di kawasan Jalan Antasan Kecil Barat. Etnis-etnis lainnya yang terdapat di Banjarmasin yaitu etnis Dayak, Bugis, Sunda, Batak dan lain-lain. Umumnya etnis-etnis lain yang sudah lama menetap di Banjarmasin akan mengidentifikasi diri mereka sebagai orang Banjar karena sudah mengikuti adat istiadat, budaya dan bahasa Banjar, atau melakukan perkawinan dengan orang Banjar. (“Kota Banjarmasin,” 2018).

Islam adalah agama mayoritas yang dianut sekitar 95.54% masyarakat Kota Banjarmasin. Agama Islam memberi pengaruh kuat pada kebudayaan masyarakat Banjar. Perkembangan Islam di tanah Banjar dimulai seiring dengan sejarah pembentukan entitas Banjar itu sendiri. Islam memang telah berkembang jauh sebelum berdirinya Kerajaan Banjar di Kuin Banjarmasin, meskipun dalam kondisi yang relatif lambat lantaran belum menjadi kekuatan sosial-politik. Kerajaan Banjar menjadi tonggak sejarah pertama perkembangangan Islam di wilayah selatan pulau Kalimantan. Agama lain yang dianut masyarakat Banjarmasin, yaitu Kristen,

Katolik dan Buddha yang rata-rata dianut masyarakat keturunan Tionghoa dan pendatang. (“Kota Banjarmasin,” 2018).

2. Gambaran Singkat Produk Bright Gas

a. Sejarah Perusahaan

PT Pertamina (Persero) merupakan perusahaan milik Negara yang bergerak di bidang energy meliputi minyak, gas bumi di Indonesia. Sejak didirikan pada 10 Desember 1957, Pertamina menyelenggarakan usaha minyak dan gas bumi di sektor hulu hingga hilir. Bisnis sektor hulu Pertamina yang dilaksanakan di beberapa wilayah di Indonesia dan luar negeri meliputi kegiatan di bidang-bidang eksplorasi, produksi, serta transmisi minyak dan gas. Pertamina menjalankan kegiatan bisnisnya berdasarkan prinsip-prinsip tata kelola korporasi yang baik sehingga dapat berdaya saing yang tinggi di dalam era globalisasi. (“Pertamina,” 2019).

b. Produk Perusahaan

PT Pertamina berfokus pada produksi pengolahan energi bahan mentah. Setelah proses pengolahan Pertamina menghasilkan beberapa jenis produk yaitu:

1. BBM Riel (Premium, Solar, Pertalite, Dex, Pertamax, Pertamax Plus, Pertamax Turbo).
2. BBM industry dan Marine.
3. Pelumas (Fastron, Mesran, Primaxp, Enduro).
4. Gas Domestik (Elpiji, Bright Gas, Musicool).

Namun seiring adanya perkembangan ekonomi di Indonesia dan meningkatnya permintaan membuat PT. Pertamina mulai mengembangkan produknya ke dalam dua jenis yaitu produk subsidi dan *non-subsidi*. Beberapa produk yang termasuk ke dalam produk subsidi diantaranya adalah premium, solar, dan elpiji 3kg sedangkan produk *non subsidi* yaitu pertalite, dex, pertamax, pertamax plus, pertamax turbo, dan bright gas. ("Pertamina," 2019).

c. Bright Gas

Salah satu perusahaan di Indonesia yang dalam kegiatan bisnisnya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan khalayak banyak adalah PT. Pertamina. PT. Pertamina juga mendukung program pemerintah dalam penyediaan bbm dan gas elpiji PSO (*Public Service Obligation*) dan NPSO (*Non Public Service Obligation*). Dalam memenuhi kebutuhan dan menunjang program pemerintah tersebut PT. Pertamina menyediakan produk gas elpiji non subsidi yaitu Bright Gas.

Bright Gas adalah produk NPSO (*Non Public Service Obligation*) yang dikeluarkan oleh perusahaan pada tahun 2014 dengan ukuran tabung 12 kg dan kemudian melakukan inovasi pada tahun 2016 dengan ukuran tabung yang lebih fleksibel yaitu 5,5 kg dan ukuran kaleng 220 gram. Bright Gas hadir sebagai solusi yang diberikan oleh Pertamina untuk ibu rumah tangga dan wanita karir serta masyarakat ekonomi mampu dan berkecukupan yang tidak seharusnya memakai produk PSO atau gas LPG 3 kg, maka perusahaan memberikan varian kemasan baru dari produk LPG

merek Bright Gas yang hadir dengan ukuran 5,5 kg yang lebih praktis dan mudah dibawa kemana-mana. Dengan berbagai keunggulannya, produk ini dilengkapi dengan teknologi *Double Spindle Valve System* (DSVS), fitur tabung yang lebih aman dan lebih menjamin kualitas da nisi LPG (*Liquified Petroleum Gas*) dalam tabung.

Sejak tahun 2015 Pertamina telah menyiapkan strategi pemasaran untuk meluncurkan produk baru Bright Gas ini, dengan melakukan pemasaran secara langsung di setiap pangkalan Pertamina maupun perseorangan dan melalui iklan komersial di Televisi dengan mengangkat *tagline* "*Think Pink*". Hal ini ditujukan agar produk Bright Gas mudah diingat oleh konsumen yang menjadi target pasarnya. (Rusmayanti, 2018).

B. Karakteristik Responden

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada masyarakat Kota Banjarmasin yang menjadi responden. Kuesioner yang diperoleh dari responden merupakan sesuatu yang penting untuk mengetahui karakteristik responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Karakteristik yang dimaksud ialah:

1. Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	F	%
1	Laki-Laki	9	18%
2	Perempuan	41	82%
	Jumlah	**50**	**100%**

Sumber: Hasil penelitian 2019 (data diolah)

Dari tabel 4.1 tersebut diatas data responden yang berjumlah 50 orang dapat di klasifikasikan karakteristik individu responden berdasarkan jenis kelamin dapat diketahui bahwa responden yang berjenis kelamin Laki-laki sebanyak 11 orang (22%) dan Perempuan sebanyak 39 orang (78%).

2. Usia Responden

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Tingkat Usia Responden	Jumlah Responden	%
1	≤ 25 tahun	23	46%
2	26-35 tahun	12	24%
3	36-45 tahun	8	16%
4	≥ 46	7	14%
	Jumlah	**50**	**100%**

Sumber: Hasil penelitian 2019 (data diolah)

Dari tabel 4.2 tersebut diatas data responden yang berjumlah 50 orang dapat diklasifikasikan karakteristik individu responden yang berusia ≤ 25 tahun sebanyak 23 orang (46%), usia 26-35 tahun sebanyak 12 orang (24%), usia 36-45 tahun sebanyak 8 orang (16%), dan usia ≥ 46 tahun sebanyak 7 orang (14%).

3. Status Responden

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Status

No.	Status Responden	Jumlah Responden	%
1	Menikah	21	42%
2	Belum Menikah	29	58%
	Jumlah	**50**	**100%**

Sumber: Hasil penelitian 2019 (data diolah)

Dari tabel 4.3 tersebut diatas data responden yang berjumlah 50 orang dapat diklasifikasikan karakteristik responden berdasarkan status dapat dilihat bahwa responden yang Menikah sebanyak 21 orang (42%), dan Belum Menikah sebanyak 29 orang (58%).

4. Pekerjaan Responden

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	F	%
1	Pegawai Swasta	18	36%
2	PNS	3	6%
3	Wiraswasta	7	14%
4	Mahasiswa	11	22%
5	Guru	1	2%
6	BUMN	1	2%
7	Ibu Rumah Tangga	9	18%
	Jumlah	**50**	**100%**

Sumber: Hasil penelitian 2019 (data diolah)

Dari tabel 4.4 tersebut diatas data responden yang berjumlah 50 orang dapat diklasifikasikan karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat bahwa responden yang pekerjaannya Pegawai Swasta sebanyak 18 orang (36%), PNS sebanyak 3 orang (6%), Wiraswasta sebanyak 7 orang (14%), Mahasiswa sebanyak

11 orang (22%), Guru sebanyak 1 orang (2%), BUMN sebanyak 1 orang (2%), dan Ibu Rumah Tangga sebanyak 9 orang (18%).

5. Tingkat Pendapatan Responden

Tabel 4.5

Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan

No.	Tingkat Pendapatan	F	%
1	< Rp. 2.000.000	19	38%
2	Rp. 2.000.000 – 5.000.000	23	46%
3	> Rp. 5.000.000	8	16%
	Jumlah	**50**	**100%**

Sumber: Hasil penelitian 2019 (data diolah)

Dari tabel 4.5 tersebut diatas data responden yang berjumlah 50 orang dapat diklasifikasikan karakteristik responden berdasarkan pendapatan dapat dilihat bahwa responden yang memiliki penghasilan < Rp. 2.000.000 sebanyak 19 orang (38%), Rp. 2.000.000 – 5.000.000 sebanyak 23 orang (46%), dan > Rp. 5.000.000 sebanyak 8 orang (16%).

C. Analisis Deskripsi Variabel

Dari data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden, maka gambaran mengenai pengaruh harga bright gas dan ukuran tabung terhadap keputusan pembelian oleh masyarakat Kota Banjarmasin, dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Penjelasan Responden Terhadap Variabel Harga (X1)
   a. Indikator Harga karena Manfaat Produk

Tabel 4.6 Harga Bright Gas Sesuai Dengan Manfaat yang Dirasakan

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	10	20%
2	Setuju	30	60%
3	Netral	9	18%
4	Tidak Setuju	1	2%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Jumlah	**50**	**100%**

Sumber: Hasil penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel pada harga karena manfaat produk yang harga Bright Gas sesuai dengan manfaat yang dirasakan sebanyak 10 orang (20%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 30 orang (60%) menyatakan setuju, sebanyak 9 orang (18%) menyatakan netral, dan sebanyak 1 orang (2%) menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen Bright Gas setuju bahwa harga Bright Gas sesuai dengan manfaat yang dirasakan.

Tabel 4.7 Harga Bright Gas Sesuai Dengan Hasil Yang Diinginkan

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	9	18%
2	Setuju	27	54%
3	Netral	8	16%
4	Tidak Setuju	6	12%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Jumlah	**50**	**100%**

Sumber: Hasil penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel pada harga karena manfaat produk yang harga Bright Gas sesuai dengan hasil yang diinginkan sebanyak 9 orang (18%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 27 orang (54%) menyatakan setuju, sebanyak 8 orang (16%) menyatakan netral, dan sebanyak 6 orang (12%) menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukkan

bahwa konsumen Bright Gas setuju bahwa harga Bright Gas sesuai dengan hasil yang diinginkan.

b. Indikator Tingkat Harga

Tabel 4.8 Harga Bright Gas Dapat Berubah

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	9	18%
2	Setuju	23	46%
3	Netral	11	22%
4	Tidak Setuju	7	14%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Jumlah	**50**	**100%**

Sumber: Hasil penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel pada tingkat harga yang harga Bright Gas dapat berubah sebanyak 9 orang (18%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 23 orang (46%) menyatakan setuju, sebanyak 11 orang (22%) menyatakan netral, dan sebanyak 7 orang (14%) menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen Bright Gas setuju bahwa harga Bright Gas dapat berubah.

Tabel 4.9 Variasi Harga Bright Gas Beragam

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	7	14%
2	Setuju	30	60%
3	Netral	10	20%
4	Tidak Setuju	3	6%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Jumlah	**50**	**100%**

Sumber: Hasil penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel pada tingkat harga yang variasi harga Bright Gas beragam sebanyak 7 orang (14%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 30 orang (60%)

menyatakan setuju, sebanyak 10 orang (20%) menyatakan netral, dan sebanyak 3 orang (6%) menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen Bright Gas setuju bahwa variasi harga Bright Gas beragam.

c. Indikator Daya Saing Harga

Tabel 4.10 Harga Bright Gas Bersaing di Pasaran

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	6	12%
2	Setuju	33	66%
3	Netral	6	12%
4	Tidak Setuju	3	6%
5	Sangat Tidak Setuju	2	4%
	Jumlah	**50**	**100%**

Sumber: Hasil penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel pada daya saing harga yang harga Bright Gas bersaing di pasaran sebanyak 6 orang (12%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 33 orang (66%) menyatakan setuju, sebanyak 6 orang (12%) menyatakan netral, sebanyak 3 orang (6%) menyatakan tidak setuju, dan sebanyak 2 orang (4%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen Bright Gas setuju bahwa harga Bright Gas bersaing di pasaran.

d. Indikator Kesesuaian Harga dengan Kualitas

Tabel 4.11 Harga Sesuai Dengan Kualitas Produk Bright Gas

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	6	12%
2	Setuju	36	72%
3	Netral	6	12%
4	Tidak Setuju	1	2%
5	Sangat Tidak Setuju	1	2%
	Jumlah	**50**	**100%**

Sumber: Hasil penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel pada kesesuaian harga dengan kualitas yang harga sesuai dengan kualitas produk Bright Gas sebanyak 6 orang (12%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 36 orang (72%) menyatakan setuju, sebanyak 6 orang (12%) menyatakan netral, sebanyak 1 orang (2%) menyatakan tidak setuju, dan sebanyak 1 orang (2%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen Bright Gas setuju bahwa harga sesuai dengan kualitas produk Bright Gas.

Tabel 4.12 Harga Sesuai Dengan Keunggulan Bright Gas Dua Kali Lebih Aman dari Tabung Elpiji Biasa

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	7	14%
2	Setuju	26	52%
3	Netral	13	26%
4	Tidak Setuju	4	8%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Jumlah	**50**	**100%**

Sumber: Hasil penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel pada kesesuaian harga dengan kualitas yang harga sesuai dengan keunggulan Bright Gas dua kali lebih aman dari tabung elpiji biasa. sebanyak 7 orang (14%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 26 orang (52%) menyatakan setuju, sebanyak 13 orang (26%) menyatakan netral, dan sebanyak 4 orang (8%) menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen Bright Gas setuju bahwa harga sesuai dengan keunggulan Bright Gas dua kali lebih aman dari tabung elpiji biasa.

e. Indikator Keterjangkauan Harga

Tabel 4.13 Harga Bright Gas Sesuai Dengan Daya Beli

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	5	10%
2	Setuju	32	64%
3	Netral	11	22%
4	Tidak Setuju	2	4%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Jumlah	**50**	**100%**

Sumber: Hasil penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel pada keterjangkauan harga yang harga Bright Gas sesuai dengan daya beli sebanyak 5 orang (10%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 32 orang (64%) menyatakan setuju, sebanyak 11 orang (22%) menyatakan netral, dan sebanyak 2 orang (4%) menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen Bright Gas setuju bahwa harga Bright Gas sesuai dengan daya beli.

Tabel 4.14 Harga Bright Gas Terjangkau

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	4	8%
2	Setuju	24	48%
3	Netral	15	30%
4	Tidak Setuju	6	12%
5	Sangat Tidak Setuju	1	2%
	Jumlah	**50**	**100%**

Sumber: Hasil penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel pada keterjangkauan harga yang harga Bright Gas terjangkau sebanyak 4 orang (8%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 24 orang (48%) menyatakan setuju, sebanyak 15 orang (30%) menyatakan netral, sebanyak 6 orang (12%) menyatakan tidak setuju, dan sebanyak 1 orang (2%) menyatakan sangat

tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen Bright Gas setuju bahwa harga Bright Gas terjangkau.

2. Penjelasan Responden Terhadap Variabel Ukuran Tabung (X2)

a. Indikator Ukuran Tabung karena Kenyamanan

Tabel 4.15 Ukuran Tabung yang Dipilih Mudah Dibawa

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	6	12%
2	Setuju	34	68%
3	Netral	9	18%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	1	2%
	Jumlah	**50**	**100%**

Sumber: Hasil penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel pada ukuran tabung karena kenyamanan yang ukuran tabung yang dipilih mudah dibawa sebanyak 6 orang (12%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 34 orang (68%) menyatakan setuju, sebanyak 9 orang (18%) menyatakan netral, dan sebanyak 1 orang (2%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen Bright Gas setuju bahwa ukuran tabung yang dipilih mudah dibawa.

b. Indikator Ukuran Tabung karena Kebutuhan

Tabel 4.16 Ukuran Tabung yang Dipilih Sesuai Dengan Kebutuhan

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	7	14%
2	Setuju	34	68%
3	Netral	9	18%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Jumlah	**50**	**100%**

Sumber: Hasil penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel pada ukuran tabung karena kebutuhan yang ukuran tabung yang dipilih sesuai dengan kebutuhan sebanyak 7 orang (14%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 34 orang (68%) menyatakan setuju, dan sebanyak 9 orang (18%) menyatakan netral. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen Bright Gas setuju bahwa ukuran tabung yang dipilih sesuai dengan kebutuhan.

c. Indikator Ukuran Tabung karena Variasi warna

Tabel 4.17 Ukuran Tabung Memiliki Variasi Warna Tabung yang Beragam

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	7	14%
2	Setuju	37	74%
3	Netral	5	10%
4	Tidak Setuju	1	2%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Jumlah	**50**	**100%**

Sumber: Hasil penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel pada ukuran tabung karena variasi warna yang ukuran tabung memiliki variasi warna tabung yang beragam sebanyak 7 orang (14%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 37 orang (74%) menyatakan setuju, sebanyak 5 orang (10%) menyatakan netral, dan sebanyak 1 orang (2%) menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen Bright Gas setuju bahwa ukuran tabung memiliki variasi warna tabung yang beragam.

3. Penjelasan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)

a. Indikator Keputusan Pembelian karena Harga Produk

Tabel 4.18 Saya Memutuskan Membeli Bright Gas Karena Harganya Murah

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	4	8%
2	Setuju	26	52%
3	Netral	14	28%
4	Tidak Setuju	5	10%
5	Sangat Tidak Setuju	1	2%
	Jumlah	**50**	**100%**

Sumber: Hasil penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel pada keputusan pembelian karena harga produk yang saya memutuskan membeli Bright Gas karena harganya murah sebanyak 4 orang (8%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 26 orang (52%) menyatakan setuju, sebanyak 14 orang (28%) menyatakan netral, sebanyak 5 orang (10%) menyatakan tidak setuju, dan sebanyak 1 orang (2%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen Bright Gas setuju bahwa harga saya memutuskan membeli Bright Gas karena harganya murah.

b. Indikator Keputusan Pembelian karena Kualitas Produk

Tabel 4.19 Saya Memutuskan Membeli Bright Gas Karena Produknya Berkualitas

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	10	20%
2	Setuju	22	44%
3	Netral	18	36%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Jumlah	**50**	**100%**

Sumber: Hasil penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel pada keputusan pembelian karena kualitas produk yangsaya memutuskan membeli Bright Gas karena produknya berkualitas sebanyak 10 orang

(20%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 22 orang (44%) menyatakan setuju, dan sebanyak 18 orang (36%) menyatakan netral. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen Bright Gas setuju bahwa saya memutuskan membeli Bright Gas karena produknya berkualitas..

c. Indikator Pencarian Informasi

Tabel 4.20 Saya Mencari Informasi Tentang Bright Gas Sebelum Memutuskan untuk Membeli

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	8	16%
2	Setuju	33	66%
3	Netral	8	16%
4	Tidak Setuju	1	2%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Jumlah	**50**	**100%**

Sumber: Hasil penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel pada pencarian infromasi yang saya mencari informasi tentang Bright Gas sebelum memutuskan untuk membeli sebanyak 8 orang (16%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 33 orang (66%) menyatakan setuju, sebanyak 8 orang (16%) menyatakan netral, dan sebanyak 1 orang (2%) menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen Bright Gas setuju bahwa mencari informasi tentang Bright Gas sebelum memutuskan untuk membeli.

Tabel 4.21 Saya Memperoleh Informasi Mengenai Bright Gas dari Keluarga, Teman atau Orang Lain

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	8	16%
2	Setuju	30	60%
3	Netral	9	18%
4	Tidak Setuju	3	6%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Jumlah	**50**	**100%**

Sumber: Hasil penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel pada pencarian infromasi yang saya memperoleh informasi mengenai Bright Gas dari keluarga, teman atau orang lain sebanyak 8 orang (16%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 30 orang (60%) menyatakan setuju, sebanyak 9 orang (18%) menyatakan netral, dan sebanyak 3 orang (6%) menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen Bright Gas setuju bahwa memperoleh informasi mengenai Bright Gas dari keluarga, teman atau orang lain**.**

Tabel 4.22 Saya Mendapatkan Informasi Mengenai Bright Gas dari Koran, Radio atau Televisi

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	6	12%
2	Setuju	27	54%
3	Netral	11	22%
4	Tidak Setuju	6	12%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Jumlah	**50**	**100%**

Sumber: Hasil penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel pada pencarian informasi yang saya mendapatkan informasi mengenai Bright Gas dari koran, radio atau televisi sebanyak 6 orang (12%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 27 orang (54%) menyatakan setuju, sebanyak 11 orang (22%) menyatakan netral, dan sebanyak 6 orang (12%) menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen Bright Gas setuju bahwa mendapatkan informasi mengenai Bright Gas dari koran, radio atau televisi.

d. Indikator Pengenalan Kebutuhan

Tabel 4.23 Saya Memutuskan Membeli Bright Gas Karena Sesuai Dengan Kebutuhan

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	8	16%
2	Setuju	31	62%
3	Netral	11	22%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Jumlah	**50**	**100%**

Sumber: Hasil penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel pada pengenalan kebutuhan yang saya memutuskan membeli Bright Gas karena sesuai dengan kebutuhan sebanyak 8 orang (16%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 31 orang (62%) menyatakan setuju, dan sebanyak 11 orang (22%) menyatakan netral. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen Bright Gas setuju bahwa memutuskan membeli Bright Gas karena sesuai dengan kebutuhan.

Tabel 4.24 Apabila Membutuhkan Gas Lagi Saya Akan Membeli Bright Gas

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	6	12%
2	Setuju	29	58%
3	Netral	15	30%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Jumlah	**50**	**100%**

Sumber: Hasil penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel pada pengenalan kebutuhan yang apabila membutuhkan gas lagi saya akan membeli Bright Gas sebanyak 6 orang (12%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 29 orang (58%) menyatakan setuju, dan sebanyak 15 orang (30%)

menyatakan netral. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen Bright Gas setuju bahwa apabila membutuhkan gas lagi maka akan membeli Bright Gas.

Tabel 4.25 Saya Merasa Puas Memilih Bright Gas Sebagai Kebutuhan di Dapur

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	7	14%
2	Setuju	33	66%
3	Netral	9	18%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	1	2%
	Jumlah	**50**	**100%**

Sumber: Hasil penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel pada pengenalan kebutuhan yang saya merasa puas memilih Bright Gas sebagai kebutuhan di dapur sebanyak 7 orang (14%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 33 orang (66%) menyatakan setuju, sebanyak 9 orang (18%) menyatakan netral, dan sebanyak 1 orang (2%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen Bright Gas setuju bahwa merasa puas memilih Bright Gas sebagai kebutuhan di dapur.

e. Indikator Keputusan Pembelian karena Keyakinan dalam Memilih Produk

Tabel 4.26 Saya Yakin Dengan Keputusan Saya Membeli Bright Gas Karena Produknya Berkualitas

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	9	18%
2	Setuju	30	60%
3	Netral	11	22%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Jumlah	**50**	**100%**

Sumber: Hasil penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel pada keputusan pembelian karena keyakinan dalam memilih produk yang saya yakin dengan keputusan saya membeli Bright Gas karena produknya berkualitas sebanyak 9 orang (18%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 30 orang (60%) menyatakan setuju, dan sebanyak 11 orang (22%) menyatakan netral. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen Bright Gas setuju bahwa yakin dengan keputusan membeli Bright Gas karena produknya berkualitas.

Tabel 4.27 Saya Akan Melakukan Pembelian Bright Gas Terus Menerus atau Berulang-Ulang

No.	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Setuju	8	16%
2	Setuju	20	40%
3	Netral	20	40%
4	Tidak Setuju	2	4%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Jumlah	**50**	**100%**

Sumber: Hasil penelitian 2019 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap variabel pada keputusan pembelian karena keyakinan dalam memilih produk yang saya akan melakukan pembelian Bright Gas terus menerus atau berulang-ulang sebanyak 8 orang (16%) menyatakan sangat setuju, sebanyak 20 orang (40%) menyatakan setuju, sebanyak 20 orang (40%) menyatakan netral, dan sebanyak 2 orang (4%) menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen Bright Gas setuju bahwa akan melakukan pembelian Bright Gas terus menerus atau berulang-ulang.

D. Hasil Analisis Instrumen Data

1. Uji Validitas

Di dalam suatu penelitian, data mempunyai kedudukan yang sangat penting, hal ini dikarenakan data merupakan penggambaran variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai alat pembuktian hipotesis. Oleh karena itu, benar atay tidaknya suatu data, sangat menentukan bermutu atau tidaknya data tersebut. Hal ini tergantung pada baik buruknya pengumpul data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu valid dan reliabilitas.

Valid tidaknya butir-butir item pertanyaan variabel dapat dilihat dengan mengkonsultasikan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dari tabel r untuk df = n-2, atau dalam penelitian ini df = 50-2 = 48 dengan nilai signifikannya sebesar 5% diperoleh angka 0,284. Apabila r_{hitung} bernilai positif, serta r_{hitung} bernilai > r_{tabel}, maka item tersebut dapat dikatakan valid. Sebaliknya jika r_{hitung} bernilai < r_{tabel}, maka butir item tersebut tidak valid. Pengujian terhadap validitas data ini dilakukan dengan menggunakan *software* IBM SPSS 22.

Tabel. 4.28 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
X_1	$X_1.1$	0,554	0,284	Valid
	$X_1.2$	0,728	0,284	Valid
	$X_1.3$	0,584	0,284	Valid
	$X_1.4$	0,765	0,284	Valid
	$X_1.5$	0,513	0,284	Valid
	$X_1.6$	0,802	0,284	Valid
	$X_1.7$	0,569	0,284	Valid
	$X_1.8$	0,613	0,284	Valid
	$X_1.9$	0,656	0,284	Valid
X_2	$X_2.1$	0,735	0,284	Valid
	$X_2.2$	0,756	0,284	Valid
	$X_2.3$	0,756	0,284	Valid
Y	$Y_1.1$	0,609	0,284	Valid
	$Y_1.2$	0,648	0,284	Valid
	$Y_1.3$	0,590	0,284	Valid
	$Y_1.4$	0,593	0,284	Valid
	$Y_1.5$	0,631	0,284	Valid
	$Y_1.6$	0,690	0,284	Valid
	$Y_1.7$	0,650	0,284	Valid
	$Y_1.8$	0,720	0,284	Valid
	$Y_1.9$	0,721	0,284	Valid
	$Y_1.10$	0,609	0,284	Valid

Sumber: Hasil uji IBM SPSS 22 *for windows*

Suatu instrumen dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ atau suatu instrumen dikatakan valid jika nilai r_{hitung} lebih dari 0,284. Ini berarti semua item tersebut dapat dinyatakan valid, dan benar-benar bisa digunakan sebagai alat ukur keputusan pembelian oleh masyarakat Kota Banjarmasin dalam membeli Bright Gas.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik *Cronbach's Alpha* yang bertujuan untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan reliabel (handal). Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus *alpha*. Uji signifikan dilakukan pada taraf $\alpha = 0,05$. Instrumen dapat dikatakan reliabel jika nilai *alpha* lebih besar dari r_{tabel} (0,248). Namun ada juga teori lain yang menyatakan jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 baru dapat dipastikan

bahwa intrumen tersebut reliabel. Pengujian terhadap reliabilitas data ini dilakukan dengan menggunakan *software* IBM SPSS 22.

Tabel. 4.29 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	r-tabel	Keterangan
Harga (X_1)	0,821	0,248	Reliabel
Ukuran Tabung (X_2)	0,634	0,248	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,850	0,248	Reliabel

Sumber: Hasil uji IBM SPSS 22 *for windows*

Dari hasil output di atas diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel harga (X1) sebesar 0,821. Variabel ukuran tabung (X2) sebesar 0,634 dan variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 0,850. Nilai ini kemudian dibandingkan dengan nilai r tabel, r tabel di cari pada signifikan 0,05. Instrumen dapat dikatakan reliabel jika nilai *alpha* lebih besar dari r tabel (0,248). Pada variabel X1 nilai $\alpha = 0{,}821 >$ r tabel = 0,248. Variabel X2 nilai $\alpha = 0{,}634 >$ r tabel = 0,248. Variabel Y nilai $\alpha = 0{,}821 >$ r tabel = 0,248. Maka dapat disimpulkan bahwa item-item pada variabel X1, X2 dan Y tersebut reliabel.

Tabel 4.30 Harga (X_1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,821	9

Sumber: Hasil uji IBM SPSS 22 *for windows*

Tabel 4.31 Ukuran Tabung (X_2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,634	3

Sumber: Hasil uji IBM SPSS 22 *for windows*

Tabel 4.32 Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,850	10

Sumber: Hasil uji IBM SPSS 22 *for windows*

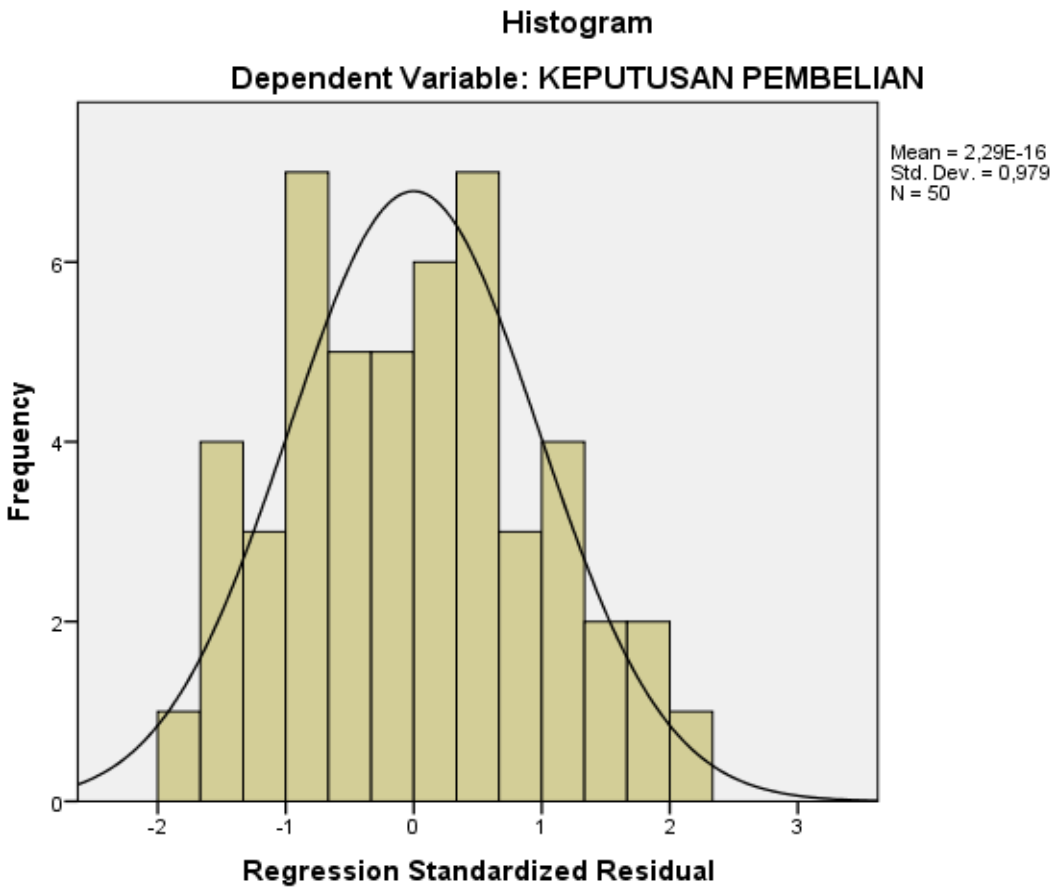
Berdasarkan hasil yang diperoleh dari pengujian reliabilitas instrument penelitian, karena diperoleh nilai koefisien reliabilitas > 0,60 atau nilai Cronbach's Alpha > 0,6. Maka dapat disimpulkan bahwa instrument penelitian dinyatakan reliabel.

E. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Dalam penelitian ini, untuk mengetahui normal tidaknya suatu data, bisa dilihat pada grafik histogram dibawah ini:

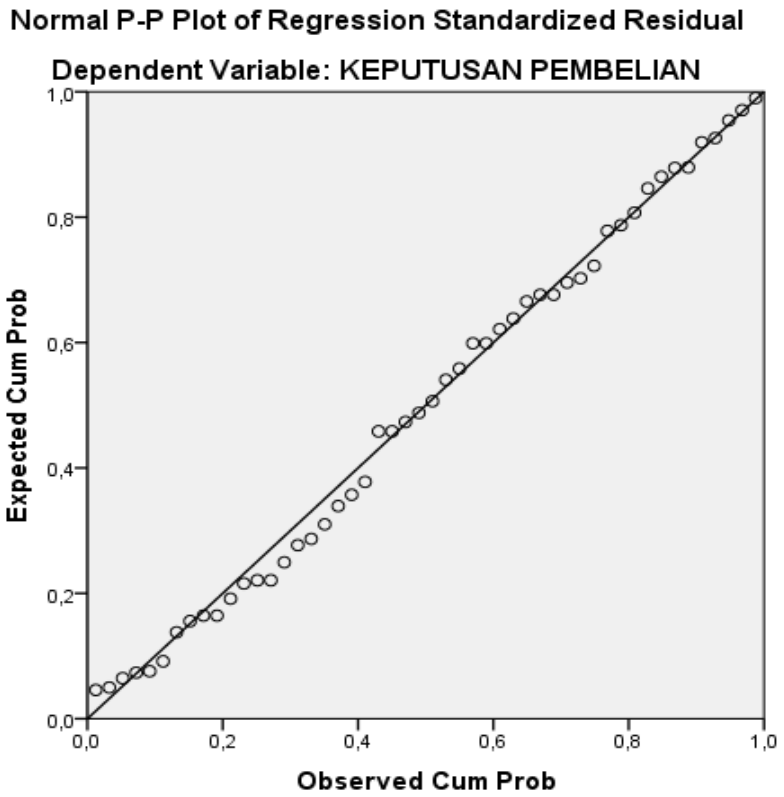
Gambar 4.1 Histogram



Sumber: Hasil uji IBM SPSS 22 *for windows*

Berdasarkan tampilan grafik histogram pada gambar di atas, dapat disimpulkan bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi yang normal. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 4.2 Normal P-P lot



Sumber: Hasil uji IBM SPSS 22 *for windows*

Dari gambar terlihat sebaran data yang berkumpul disekitar garis diagonal. Oleh karena itu model regresi berdistribusi normal. Dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas berarti terjadi korelasi yang kuat (hampir sempurna) antar variabel bebas. Model uji regresi yang baik selayaknya tidak terjadi multikolinearitas. Multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai VIF > 1,0 dan nilai Tolerance < 0,10 maka terdapat masalah multikolinearitas.

Berikut hasil uji multikolinearitas dengan menggunakan IBM SPSS 22 pada tabel berikut:

Tabel 4.33 Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	7,890	4,690		1,682	,099		
HARGA	,368	,146	,355	2,518	,015	,552	1,811
UKURAN TABUNG	1,497	,518	,407	2,892	,006	,552	1,811

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Hasil uji IBM SPSS 22 *for windows*

Dari uji multikolinearitas di atas dapat diketahui bahwa VIF harga dan ukuran tabung yaitu masing-masing X_1 dan X_2 sama-sama sebesar 1,811 yang berarti nilainya < 10 atau lebih > 0. Dengan demikian dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Heterokedastisitas

Pada penelitian ini digunakan uji *Glejser* dengan menggunakan uji ini gejala heterokedastisitas akan ditunjukkan oleh koefisien regresi dari masing-masing variabel independen terhadap nilai absolute residunya (e), jika nilai probabilitasnya > nilai alphanya (0,05), maka dapat dipastikan model tidak mengandung unsur heterokedastisitas atau t hitung ≤ t tabel pada alpha 0,05.

Berikut tabel dari hasil uji heterokedastisitas melalui SPSS 22 *for windows*:

Tabel 4.34 Hasil Uji Heterokedastisitas Glejser

Coefficients[a]

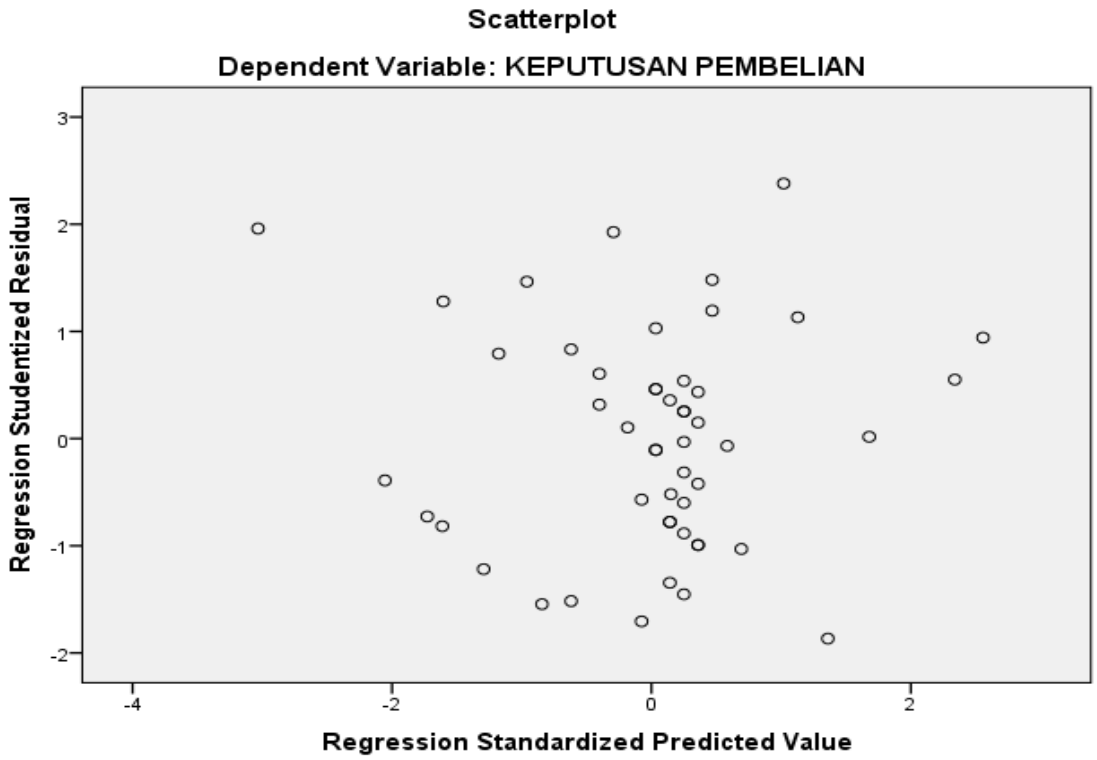
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,756	2,591		1,835	,073
	HARGA	-,095	,081	-,226	-1,173	,247
	UKURAN TABUNG	,111	,286	,075	,387	,700

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber: Hasil uji IBM SPSS 22 *for windows*

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa pada model ini tidak terjadi gejala heterokedastisitas karena nilai Sig. > 0,05 (alpha).

Gambar 4.3 Scatterplot



Sumber: Hasil uji IBM SPSS 22 *for windows*

Ciri-ciri tidak terjadi gejala heterokedastisitas:

1. Titik-titik data penyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0.
2. Titik-titik tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.
3. Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
4. Penyebaran titik-titik data tidak berpola.

Dilihat dari gambar di atas nampak bahwa hasil pengujian heterokedastisitas menunjukkan bahwa titik-titik pada gambar menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu, sehingga disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas dalam model regresi ini.

F. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda bertujuan untuk menguji pengaruh lebih dari satu *independent variabel* (variabel bebas) terhadap *dependent variabel* (variabel terikat). Untuk mengetahui pengaruh variabel harga (X_1), ukuran tabung (X_2), terhadap keputusan pembelian (Y) digunakan analisis regresi linear berganda dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian maka dapat dilakukan perhitungan dengan menggunakan regresi linear berganda dengan menggunakan IMB SPSS 22 *for windows*. Berikut hasil perhitungan regresi linear berganda pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.35 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	7,890	4,690		1,682	,099
HARGA	,368	,146	,355	2,518	,015
UKURAN TABUNG	1,497	,518	,407	2,892	,006

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Hasil uji IBM SPSS 22 *for windows*

Berdasarkan tabel di atas dapat disusun persamaan regresi linear berganda antara variabel bebas (*independent*) dengan variabel terikat (*dependent*) dengan memasukkan koefisien regresi linear berganda ke dalam bentuk persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$Y = 7{,}890 + 0{,}368\ X_1 + 1{,}497\ X_2 + e$

1. a (nilai konstanta) sebesar 7,890 menyatakan bahwa jika tidak ada perubahan nilai dari variabel harga (X_1), ukuran tabung (X_2), maka nilai keputusan pembelian konsumen (Y) adalah 7,890.
2. b1 = 0,368 menyatakan bahwa setiap penambahan 1x variabel harga (X_1), maka keputusan pembelian (Y) akan naik sebesar 0,368 dengan semua asumsi variabel lain yang diteliti bernilai konstan.
3. b2 = 1,497 menyatakan bahwa setiap pertambahan 1x variabel ukuran tabung (X_2), maka keputusan nasabah (Y) akan naik sebesar 1,497 dengan asumsi variabel lain yang diteliti bernilai konstan.

G. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel tergantung. Koefisien determinasi menunjukkan seberapa besar persentase variasi variabel bebas yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel tergantung.

Tabel 4.36 Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,696[a]	,485	,463	3,56117

a. Predictors: (Constant), UKURAN TABUNG, HARGA

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Hasil uji IBM SPSS 22 *for windows*

Dari tabel di atas dapat dilihat nilai R sebesar 0,696 menunjukkan korelasi ganda (harga dan ukuran tabung) dengan keputusan pembelian masyarakat.

Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,463 menunjukkan besarnya peran atau kontribusi variabel harga dan ukuran tabung mampu menjelaskan variabel keputusan pembelian masyarakat sebesar 46,3%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel bebas (harga dan ukuran tabung) terhadap variabel tergantung (keputusan pembelian) sebesar 46,3%. Atau variasi variabel bebas yang digunakan dalam model mampu menjelaskan sebesar 46,3% variasi variabel tergantung. Sedangkan sisanya 53,7% dipengaruhi atau dijelaskan oleh varaibel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

H. Hasil Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini hipotesis dilakukan untuk membuktikan apakah data yang diperoleh dalam penelitian mendukung tidaknya dengan hipotesis yang telah diujikan. Dalam penelitian ini hipotesis yang diajukan ada dua dan diuji menggunakan regresi linear berganda dan berikut ini adalah hasil pengujian hipotesis yang dilakukan:

1. Pengujian regresi secara parsial (uji t)
   a. Jika nilai sig < 0,05 atau t hitung > t tabel maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.
   b. Jika nilai sig > 0,05 atau t hitung < t tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

t tabel = t (α/2 ; n-k-1) = (0,05/2 ; 50-2-1) = (0,025 ; 47) = 2,01174

Tabel 4.37 Hasil Uji t

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	7,890	4,690		1,682	,099
HARGA	,368	,146	,355	2,518	,015
UKURAN TABUNG	1,497	,518	,407	2,892	,006

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Hasil uji IBM SPSS 22 *for windows*

- Pengujian Hipotesis Pertama (H1)

  Diketahui nilai Sig untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar 0,015 < 0,05 dan nilai t hitung 2,518 > 2,011. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh X1 terhadap Y.

- Pengujian Hipotesis Kedua (H2)

  Diketahui nilai Sig untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar 0,006 < 0,05 dan nilai t hitung 2,892 > 2,011. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang berarti terdapat pengaruh X2 terhadap Y.

2. Pengujian regresi secara simultan (Uji F)
   a. Jika nilai sig < 0,05 atau F hitung > F tabel maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.
   b. Jika nilai sig > 0,05 atau F hitung < F tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

F tabel = F (k ; n-k) = F (2 ; 50-2) = F(2 ; 48) = 3,19

Tabel 4.38 Hasil Uji F

ANOVA[a]

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	561,571	2	280,785	22,141	,000[b]
Residual	596,049	47	12,682		
Total	1157,620	49			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), UKURAN TABUNG, HARGA

Sumber: Hasil uji IBM SPSS 22 *for windows*

- Pengujian Hipotesis Ketiga (H3)

  Berdasarkan output di atas diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y adalah sebesar 0,000 < 0,05 dan nilai F hitung 22,141 > 3,19. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H3

diterima yang berarti terdapat pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y.

- Perumusan Hipotesis

1. H1 = Terdapat pengaruh Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).
2. H2 = Terdapat pengaruh Ukuran Tabung (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).
3. H3 = Terdapat pengaruh Harga (X1) dan Ukuran Tabung (X2) secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y).
4. Tingkat kepercayaan 95%, $\alpha = 0{,}05$.