

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Deskripsi data yang merupakan gambaran yang akan digunakan untuk proses selanjutnya yaitu menguji hipotesis. Hal ini dilakukan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan kondisi responden yang menjadi objek dalam penelitian inidilihat dari karakteristik responden antara lain jenis kelamin usia.

4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini untuk membuktikan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, telah dilakukan penelitian terhadap masyarakat yang datang datang ke PT. Best One Natural, dan membeli produk berjumlah 100 orang.

4.1.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	17	17
Perempuan	83	83
Total	100	100%

Sumber : Data diolah pada tahun 2022

Dari tabel 4.1 karakter responden berdasarkan jenis kelamin di ketahui bahwa jumlah tertinggi yaitu perempuan, artinya masyarakat yang datang ke PT. Best One Natural yang menjadi responden di dominasi oleh karyawan perempuan, yaitu sebanyak 83 atau 83 %.

4.1.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

	Jumlah	Persentase
SMA	37	37
Diploma	20	20
Strata I	25	25
Strata II	18	18
Total	100	100%

Sumber : Data diolah pada tahun 2022

Dari hasil tabel 4.2 karakter responden berdasarkan pendidikan Terakhir di ketahui bahwa jumlah tertinggi yaitu pada pendidikan SMA, artinya artinya masyarakat yang datang ke PT. Best One Natural menjadi responden di dominasi oleh pegawai yang pegawai yang berpendidikan terakhir SMA, yaitu sebanyak 30 orang atau 37%.

4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden

Hasil jawaban tentang variabel Sikap, norma subjektif, perceived behavioral dan Keputusan Pembelian Konsumen yang disebarakan kepada 100 responden adalah sebagai berikut :

Tabel 4.3

Hasil Jawaban Responden Variabel Sikap (X₁)

No.	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Sebagian besar keluarga saya menggunakan	10	10	43	43	18	18	29	29	0	0,0

	kosmetik ini adalah hal yang baik										
2	Teman-teman terdekat saya menggunakan produk ini karena meyakini, adalah hal yang baik	4	4	35	35	16	16	29	29	15	15
3	Teman kantor saya suka menggunakan produk kosmetik ini karena produk UMKM	5	5	9	9	42	42	44	44	0	0,0
4	Keluarga saya suka menggunakan produk kosmetik ini karena produk UMKM	5	5	36	36	28	28	31	31	0	0,0
5	Menggunakan produk kosmetik ini (UMKM) berarti mendukung program pemerintah	15	15	52	52	18	18	15	15	0	0,0
6	Menggunakan produk kosmetik ini (UMKM) berarti mendukung perekonomian masyarakat	6	6	33	33	40	40	21	21	0	0

7	Produk kosmetik ini selain menjadikan kulit cantik.	16	16	52	52	32	32	0	0	0	0
8	Produk kosmetik ini selain menjadikan kulit sehat.	25	25	35	35	14	14	26	26	0	0
9	Menghargai produk kosmetik ini, karena merupakan peninggalan leluhur.	25	25	46	46	29	29	0	0	0	0
10	Menghargai hasil kreatifitas intelektual dalam hal ini hak cipta UMKM	16	16	28	28	51	51	5	5	0	0

Sumber : Data diolah pada tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.3 jawaban responden diatas pernyataan yang terbesar pada jawaban sangat setuju pernyataan 8 yaitu Produk kosmetik ini selain menjadikan kulit sehat dan pernyataan 9 yaitu Menghargai produk kosmetik ini, karena merupakan peninggalan leluhur, masing-masing sebanyak 25 orang. Sedangkan jawaban setuju skor terbesar yaitu pada pernyataan no 5 dan 7 sebanyak 52 , yaitu ‘ menggunakan produk kosmetik ini (UMKM) berarti mendukung program pemerintah dan Produk kosmetik ini menjadikan kulit cantik. Adapun kategori netral skor terbanyak yaitu 52 dengan pernyataan Menghargai hasil kreatifitas intelektual dalam hal ini hak cipta UMKM .Tidak setuju skor tertinggi terdapat pada pernyataan no 3 yaitu Teman kantor saya suka menggunakan produk kosmetik ini karena produk UMKM dengan skor sebanyak 44 orang. Jawaban sangat tidak setuju terdapat pada pernyataan no 2 yaitu Teman-teman terdekat saya menggunakan produk ini karena meyakini, adalah hal yang baik adalah hal yang baik, sebanyak 4 orang.

Tabel 4.4

Hasil Jawaban Responden Variabel Norma Subjektif (X₂)

No.	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Sebagian besar keluarga saya menggunakan kosmetika ini	4	4	7	7	43	43	42	42	4	4
2	Teman-teman terdekat saya menggunakan produk ini	0	0	40	40	41	41	10	10	9	9
3	Teman kantor saya menggunakan produk kosmetik ini	0	0	36	36	38	38	17	17	9	9
4	Saya terpengaruh oleh teman dalam hal membeli produk kosmetik	10	10	59	59	27	27	0	0	4	4
5	Saya terpengaruh oleh keluarga dalam hal membeli produk kosmetik	5	5	36	36	37	37	18	18	4	4
6	Saya mengikuti kebiasaan teman termasuk dalam hal pemakaian kosmetik	10	10	36	36	33	33	17	17	4	4

7	Saya mengikuti kebiasaan keluarga termasuk dalam hal pemakaian kosmetik	11	11	47	47	38	38	0	0	4	4
8	Saya termotivasi untuk mengikuti keberhasilan teman dalam menggunakan produk kosmetik	10	10	64	64	5	5	17	17	4	4
9	Saya termotivasi untuk mengikuti keberhasilan teman dalam menggunakan produk kosmetik	5	5	21	21	47	47	27	27	0	0,0
10	Saya menggunakan produk kosmetik ini, saran dari teman	5	5	26	26	33	33	26	26	10	10

Sumber : Data diolah pada tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.4 jawaban responden diatas pernyataan yang terbesar pada jawaban sangat Saya mengikuti kebiasaan keluarga termasuk dalam hal pemakaian kosmetik, sebanyak 11 orang. Sedangkan jawaban setuju skor terbesar yaitu pada pernyataan no 8 sebanyak 64 , yaitu ‘ Saya termotivasi untuk mengikuti keberhasilan teman dalam menggunakan produk kosmetik. Adapun kategori netral skor terbanyak yaitu 47 dengan pernyataan Saya termotivasi untuk mengikuti keberhasilan teman dalam menggunakan produk kosmetik. Tidak setuju skor tertinngi terdapat pada pernyataan no 1 yaitu Sebagian keluarga saya menggunakan kosmetik ini. Jawaban sangat tidak setuju terdapat pada pernyataan no 10 yaitu Saya menggunakan produk kosmetik ini , saran dari teman.

Tabel 4.5**Hasil Jawaban Responden Variabel Perceived Behavioral (X₃)**

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Saya akan berhati-hati memilih produk kosmetik	5	5	10	10	61	61	14	14	10	10
2	Saya menggunakan produk kosmetik setelah mengetahui cara pembuatannya	10	10	39	39	46	46	5	5	0	0,0
3	Saya menggunakan produk kosmetik setelah mengetahui bahan yang digunakan	20	20	49	49	31	31	0	0	0	0,0
4	Menggunakan produk kosmetik ini penting untuk kesehatan	15	15	49	49	36	36	0	0	0	0,0
5	Menggunakan produk kosmetik ini menjadi lebih cantik	15	15	23	23	47	47	10	10	5	5
6	Saya mengetahui informasi tentang produk kosmetik	5	5	48	48	47	47	0	0	0	0,0

	menggunakan bahan alami dari teman kerja										
7	Saya mengetahui informasi tentang produk kosmetik dari brosur	0	0	28	28	35	35	32	32	5	5
8	Saya mengetahui informasi tentang produk kosmetik pada saat datang ke pameran	0	0	23	23	30	30	42	42	1	5
9	Saya membeli produk kosmetik karena teman	5	5	53	53	10	10	27	27	5	5
10	Keluarga saya menggunakan produk kosmetik yang sama	5	5	10	10	34	34	46	46	5	5

Sumber : Data diolah pada tahun 2022

Pada jawaban sangat setuju pada no 3 yaitu Saya menggunakan produk kosmetik setelah mengetahui bahan yang digunakan, sebanyak 20 orang.. Sedangkan jawaban setuju skor terbesar yaitu pada pernyataan no 4 sebanyak 49 , yaitu ‘ Menggunakan produk kosmetik ini penting untuk kesehatan. Adapun kategori netral skor terbanyak yaitu 61 dengan pernyataan Saya akan berhati – hati memilih produk kosmetik.Tidak setuju skor tertinggi terdapat pada pernyataan no 8 yaitu saya mengetahui informasi produk pada saat datang ke pameran sebanyak 42 orang . Jawaban sangat tidak setuju terdapat pada pernyataan no 1 saya akan berhati – hati memilih produk kosmetik.

Tabel 4.6**Hasil Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian Konsumen (Y)**

No.	Pertanyaan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Saya mantap menggunakan produk kosmetik ini	9	9	55	55	36	36	0	0,0	0	0,0
2	Saya sudah menggunakan produk kosmetik ini sejak lama	20	20	35	35	45	45	0	0,0	0	0,0
3	Produk yang saya gunakan sudah terbukti manfaatnya	15	15	30	30	55	55	0	0,0	0	0
4	Saya merasa aman menggunakan produk kosmetik ini	20	20	43	43	37	37	0	0	0	0,0
5	Saya membeli produk kosmetik ini karena harganya dan kualitas bagus	20	20	39	39	41	41	0	0	0	0,0
6	Informasi yang diberikan sesuai dengan kenyataan yang ada	20	20	24	24	56	56	0	0	0	0,0

7	Saya membeli produk kosmetik ini secara terus menerus	64	64	14	14	22	22	0	0	0	0
8	Saya membeli produk kosmetik ini lebih awal karena produk cepat habis	6	6	49	49	28	28	17	17	0	0
9	Saya dari awal sudah tertarik kepada produk kosmetik ini	16	16	23	23	39	39	22	22	0	0
10	Saya memutuskan membeli produk ini karena setiap pembelian mendapat hadiah	20	20	39	39	41	41	0	0	0	0

Sumber : Data diolah pada tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.6 jawaban responden diatas pernyataan yang terbesar pada jawaban sangat setuju pernyataan 7 yaitu Saya membeli produk kosmetik ini secara terus menerus, sebanyak 64 orang. Sedangkan jawaban setuju skor terbesar yaitu pada pernyataan no 1 sebanyak 55 orang , yaitu ‘ Saya mantap menggunakan produk kosmetik ini. Adapun kategori netral skor terbanyak yaitu 56 dengan pernyataan Informasi yang diberikan sesuai dengan kenyataanyang ada. Sedangkan Jawaban sangat tidak setuju skor 0 disemua pernyataan.

4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

4.2.1 Hasil Uji Validitas

Sebelum dilakukan pengolahan data maka seluruh jawaban yang diberikan oleh responden di uji dengan uji validitas dan uji realibilitas yang diuji cobakan pada responden. Dengan penelitian ini, uji validitas untuk

menghitung data yang akan dihitung dan proses pengujiannya dilakukan dengan menggunakan aplikasi *SPSS 16*.

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Kuesioner Sikap (X₁)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{table}	Kondisi	Kesimpulan
Pernyataan 1	,466	0,195	r _{hitung} > r _{table}	Valid
Pernyataan 2	,898	0,195	r _{hitung} > r _{table}	Valid
Pernyataan 3	,832	0,195	r _{hitung} > r _{table}	Valid
Pernyataan 4	,775	0,195	r _{hitung} > r _{table}	Valid
Pernyataan 5	,719	0,195	r _{hitung} > r _{table}	Valid
Pernyataan 6	,852	0,195	r _{hitung} > r _{table}	Valid
Pernyataan 7	,544	0,195	r _{hitung} < r _{table}	Valid
Pernyataan 8	,883	0,195	r _{hitung} > r _{table}	Valid
Pernyataan 9	,736	0,195	r _{hitung} > r _{table}	Valid
Pernyataan 10	,897	0,195	r _{hitung} > r _{table}	Valid

Sumber : Data diolah pada tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.7 hasil uji validitas variabel Sikap (X₁) dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai Sikap. Hasil yang didapatkan yaitu nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, dimana nilai r_{hitung} paling tinggi yaitu 0,898 dan paling rendah 0,466. Dengan demikian seluruh item Sikap dinyatakan valid.

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Kuesioner Norma Subjektif (X₂)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{table}	Kondisi	Kesimpulan
Pernyataan 1	,483	0,195	r _{hitung} > r _{table}	Valid
Pernyataan 2	507	0,195	r _{hitung} > r _{table}	Valid
Pernyataan 3	,845	0,195	r _{hitung} > r _{table}	Valid
Pernyataan 4	,882	0,195	r _{hitung} > r _{table}	Valid
Pernyataan 5	,787	0,195	r _{hitung} > r _{table}	Valid
Pernyataan 6	,864	0,195	r _{hitung} > r _{table}	Valid
Pernyataan 7	,710	0,195	r _{hitung} > r _{table}	Valid
Pernyataan 8	,866	0,195	r _{hitung} > r _{table}	Valid
Pernyataan 9	,642	0,195	r _{hitung} > r _{table}	Valid
Pernyataan 10	,676	0,195	r _{hitung} > r _{table}	Valid

Sumber : Data diolah pada tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.8 hasil uji validitas variabel Norma Subjektif (X₂). Hasil yang didapatkan yaitu nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, dimana nilai r_{hitung} paling tinggi yaitu 0,882 dan paling rendah 0,483. Dengan demikian seluruh item Norma Subjektif dinyatakan valid.

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Kuesioner Perceived Behavioral (X₃)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{table}	Kondisi	Kesimpulan
Pernyataan 1	,437	0,195	r _{hitung} > r _{table}	Valid
Pernyataan 2	,640	0,195	r _{hitung} > r _{table}	Valid
Pernyataan 3	,639	0,195	r _{hitung} > r _{table}	Valid
Pernyataan 4	,524	0,195	r _{hitung} > r _{table}	Valid

Pernyataan 5	,797	0,195	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 6	,634	0,195	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 7	,398	0,195	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 8	,839	0,195	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 9	,757	0,195	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 10	,444	0,195	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber : Data diolah pada tahun 2022

Berdasarkan pada tabel 4.9 hasil uji validitas variabel Perceived Behavioral dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai Perceived Behavioral. Hasil yang didapatkan yaitu nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, dimana nilai r_{hitung} paling tinggi yaitu 0,839 dan paling rendah 0,398. Dengan demikian seluruh item pernyataan Perceived Behavioral dinyatakan valid.

Tabel 4.10

Hasil Uji Validitas Kuesioner Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kondisi	Kesimpulan
Pernyataan 1	,857	0,195	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 2	,901	0,195	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 3	,898	0,195	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 4	,931	0,195	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 5	,927	0,195	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 6	,916	0,195	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 7	,819	0,195	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 8	,813	0,195	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 9	,927	0,195	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 10	,911	0,195	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber : Data diolah pada tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.10 hasil uji validitas variabel Keputusan Pembelian Konsumen (Y) dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai Keputusan Pembelian Konsumen. Hasil yang didapatkan yaitu nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, dimana nilai r_{hitung} paling tinggi yaitu 0,927 dan paling rendah 0,813. Dengan demikian seluruh item Keputusan Pembelian Konsumen dinyatakan valid

4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Setelah uji validitas maka pengujian kemudian melakukan uji reliabilitas terhadap masing-masing instrumen variabel X_1 , variabel X_2 , dan instrumen variabel Y menggunakan rumus *Alpha Cronbach* dengan bantuan program *SPSS 20*. Hasil uji reliabilitas setelah dikonsultasikan dengan daftar interpretasi koefisien r dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.11
Daftar Interpretasi r

Koefisien r	Realibilitas
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang / Cukup
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

Berdasarkan tabel 4.11 ketentuan reliable diatas, maka dapat dilihat hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 4.12
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien alpha chronbach	Koefisien r	Simpulan
Sikap	0,777	0,6000 – 0,7999	Tinggi
Norma Subjektif	0,773	0,6000 – 0,7999	Tinggi
Perceived Behavioral	0,742	0,6000 – 0,7999	Tinggi
Keputusan Pembelian Produk	0,790	0,6000 – 0,7999	Tinggi

Sumber : Data diolah pada tahun 2022

Berdasarkan hasil uji reliabilitas tabel 4.12 nilai cronbach's alpha variabel Sikap (X_1) sebesar 0,777 dengan tingkat reliabel tinggi, untuk variabel Norma Subjektif (X_2) memiliki nilai cronbach's alpha yaitu 0,773 dengan tingkat reliabel tinggi, untuk variabel Perceived Behavioral (X_2) memiliki nilai cronbach's alpha yaitu 0,742 dengan tingkat reliabel tinggi, dan untuk variabel Keputusan Pembelian Produk (Y) memiliki nilai cronbach's alpha yaitu 0,790 yang artinya tingkat reliabel tinggi.

4.3 Hasil Metode Analisis Data

4.3.1 Hasil Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Berdasarkan hasil analisis diperoleh hasilnya sebagai berikut.

Tabel 4.13
Hasil Perhitungan Coefficients Regresi

Variabel	Nilai regresi
Konstanta	4,764
Sikap	0,166
Norma Subjektif	0,114
Perceived Behavioral	0,673

Sumber: Hasil data diolah tahun 2021

Dari tabel 4.13 diatas merupakan hasil perhitungan regresi linier berganda dengan menggunakan program *SPSS 20*. Diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut :

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa:

$$Y = 4,764 + 0,166 X_1 + 0,114 X_2 + 0,673 X_3$$

a. Koefisien konstanta (Y)

Variabel Keputusan Pembelian Produk sebesar 4,764 satu satuan jika jumlah variabel Sikap, Norma Subjektif, dan Perceived Behavioral tetap atau sama dengan nol (0).

b. Koefisien Sikap (X_1)

Jika jumlah Sikap naik sebesar satu satuan maka Keputusan Pembelian Produk akan meningkat sebesar 0,166 satu satuan.

c. Koefisien Norma Subjektif (X_2)

Jika jumlah Norma Subjektif naik satu satuan maka Keputusan Pembelian Produk akan berkurang sebesar 0,114 satu satuan.

d. Koefisien Perceived Behaviour (X_3)

Jika jumlah Perceived Behavioral naik satu satuan maka Keputusan Pembelian Produk akan berkurang sebesar 0,673 satu satuan.

Berdasarkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilihat dari nilai beta. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Perceived

Behavioral (X_3) merupakan faktor yang paling dominan pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Produk (Y) karena diperoleh nilai beta sebesar 0,673.

Tabel 4.14
Hasil Uji Model Summary

Variabel	R (korelasi)	Rsquares (koefisien determinasi)
Sikap Terhadap Keputusan Pembelian Produk	0,423 ^a	0,179

Sumber: Hasil data diolah tahun 2022

Dari tabel 4.14 diatas, diperoleh nilai koefisien determinan *R Squares* sebesar 0,423 artinya variabel Sikap (X_1), mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk (Y) sebesar 42,3% dan sisanya 17,9% dipengaruhi oleh variabel lain. Nilai R menunjukkan arah hubungan antara Sikap (X_1), dan Keputusan Pembelian Produk (Y) adalah positif artinya jika Sikap (X_1) naik maka Keputusan Pembelian Produk (Y) akan meningkat. (Lampiran 24)

Tabel 4.15
Hasil Uji Model Summary

Variabel	R (korelasi)	Rsquares (koefisien determinasi)
Norma Subjektif Terhadap Minat Beli Konsumen	0,276 ^a	0,176

Sumber: Hasil data diolah tahun 2021

Dari tabel 4.15 diatas, diperoleh nilai koefisien determinan *R Squares* sebesar 0,276 artinya variabel Norma Subjektif (X_2) mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk (Y) sebesar 27,6% dan sisanya 17,6% dipengaruhi oleh variabel lain. Nilai R menunjukkan arah hubungan antara Norma Subjektif (X_2) dan Keputusan Pembelian Produk (Y) adalah positif artinya jika Norma Subjektif (X_2) naik maka Keputusan Pembelian Produk (Y) akan meningkat. (Lampiran 24)

Tabel 4.16
Hasil Uji Model Summary

Variabel	R (korelasi)	Rsquares (koefisien determinasi)
Perceived Behavioral terhadap pembelian	0,570 ^a	0,325

Sumber: Hasil data diolah tahun 2022

Dari tabel 4.16 diatas, diperoleh nilai koefisien determinan *R Squares* sebesar 0,570 artinya variabel Perceived Behavioral (X_1) mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk (Y) sebesar 57,0% dan sisanya 32,5% dipengaruhi oleh variabel lain. Nilai R menunjukkan arah hubungan antara Perceived Behavioral (X_1) dan Keputusan Pembelian (Y) adalah positif artinya jika Perceived Behavioral (X_1) naik maka Keputusan Pembelian Produk (Y) akan meningkat.

4.4 Hasil Pengujian Hipotesis

4.4.1. Hasil Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi antara konstanta dengan variabel independen. Berdasarkan pengolahan data uji t diperoleh data sebagai berikut.

Tabel 4.17
Hasil Perhitungan Coefficients^a

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	t _{hitung}	t _{tabel}	Kondisi	Keterangan
Sikap	0,00	0,05	Sig<alpha	4,618	1,660	t _{hitung} > t _{tabel}	Ho ditolak
Norma Subjektif	0,00	0,05	Sig<alpha	2,840	1,660	t _{hitung} > t _{tabel}	Ho ditolak
Perceived Behavioral	0,00	0,05	Sig<alpha	6,869	1,660	t _{hitung} > t _{tabel}	Ho ditolak

Sumber: Hasil data diolah tahun 2022

1. Pengaruh Sikap (X₁) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan tabel 4.17 didapat perhitungan pada Sikap (X₁) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,618 sedangkan nilai t_{tabel} dengan dk (dk =100-3=97) adalah 1,660 jadi t_{hitung} (4,618) > t_{tabel} (1,660) dan nilai sig (0,00) < alpha (0,05) dengan demikian Ho ditolak dan Ha diterima sehingga di simpulkan bahwa Sikap (X₁) secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk (Y).

2. Pengaruh Norma Subjektif (X₂) terhadap Keputusan Pembelian Produk (Y)

Berdasarkan tabel 4.24 didapat perhitungan pada variable Norma Subjektif (X₂) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,840 sedangkan nilai t_{tabel} dengan dk (dk =100-3=97) adalah 1,660 jadi t_{hitung} (2,840) > t_{tabel} (1,660) dan nilai sig (0,00) < alpha (0,05) dengan demikian Ho ditolak dan Ha diterima sehingga disimpulkan bahwa Norma Subjektif (X₂) secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk (Y).

3. Pengaruh Perceived Behavioral (X₃) terhadap Keputusan Pembelian Produk (Y)

Berdasarkan tabel 4.24 didapat perhitungan pada variable Perceived Behavioral (X_3) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 6,869 sedangkan nilai t_{tabel} dengan dk ($dk = 100 - 3 = 97$) adalah 1,660 jadi $t_{hitung} (6,869) > t_{tabel} (1,660)$ dan nilai sig ($0,00$) $<$ alpha ($0,05$) dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga disimpulkan bahwa Perceived Behavioral (X_3) secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk (Y).

4.4.2 Hasil Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan antara variabel independent secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Tabel 4.18

Hasil Uji F

Variabel	F_{hitung}	F_{tabel}	Kondisi	Sig	Alpha	Kondisi	Keterangan
Sikap, Norma Subjektif, dan Perceived Behavioral	8,526	3,089	$F_{hitung} > F_{tabel}$	0,000	0,05	Sig < Alpha	H_0 ditolak dan H_a diterima

Sumber: Hasil data diolah tahun 2022

Pengujian Anova dipakai untuk menggambarkan tingkat pengaruh antara variabel Sikap (X_1), Norma Subjektif (X_2), dan Perceived Behavioral (X_3) terhadap variabel Keputusan Pembelian Produk (Y). Untuk menguji F dengan tingkat kepercayaan 95% atau alpha 5% dan derajat kebebasan pembilang sebesar $k - 1$ yaitu jumlah variabel dikurangi 1. Untuk derajat kebebasan digunakan $n - k$, yaitu jumlah sampel dikurangi dengan jumlah variabel. Jumlah variabel ada 4 yaitu X_1 , X_2 , X_3 dan Y sedangkan jumlah sampel = 100. Jadi derajat kebebasan pembilang $4 - 1 = 3$ dan derajat

kebebasan penyebut sebesar $100 - 3 = 97$ dengan taraf nyata 5% sehingga diperoleh f_{tabel} sebesar 3,089 dan f_{hitung} 8,526.

Berdasarkan hasil analisis data, maka diperoleh F_{hitung} sebesar 8,526 sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 3,089. Dengan demikian $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak, dan H_a diterima. Sedangkan dilihat dari probabilitas hitung adalah 0,00 yaitu $< 0,05$ maka keputusannya juga H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh antara sikap (X_1), norma subjektif (X_2) dan perceived behavioral (X_3) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk (Y) pada PT. Best One Natural adalah terbukti atau diterima.

4.5 Pembahasan

4.5.1 Pembahasan Sikap Terhadap Keputusan Pembelian Produk

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa ada pengaruh signifikan dari faktor Sikap terhadap Keputusan Pembelian Produk pada PT. Best One Natural. Hal ini didukung oleh nilai t hitung sikap sebesar 4,618, dimana $t_{\text{hitung}} > t_{\text{Tabel}}$ sehingga disimpulkan bahwa Sikap (X_1) secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk (Y). Sikap terhadap Keputusan Pembelian Produk mempunyai kaitan yang kuat. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar nilai sikap terhadap suatu produk maka semakin besar pula keputusan pembelian konsumen terhadap produk kosmetik PT. Best one Natural

Menurut Berkowitz dan Azwar (2013) sikap adalah perasaan, keyakinan, dan kecenderungan untuk mendukung atau memihak perasaan tidak mendukung atau tidak memihak pada suatu objek. Sikap dapat memberikan pengaruh yang menyebabkan keputusan untuk membeli pertama kali, konsumen mempunyai kepercayaan terhadap merek, mengembangkan sikap terhadap merek, dan memutuskan apakah membeli atau tidak.

4.5.2. Pembahasan Norma Subjektif Terhadap Keputusan Pembelian Produk

Dari hasil pengujian hipotesis didapatkan hasil Norma Subjektif berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk, sehingga semakin baik norma subjektif pada PT. Best One Natural maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian Produk PT. Best One Natural. Hal ini didukung oleh nilai t hitung Norma Subjektif sebesar 2,840, dimana t Hitung $>$ T table, sehingga Norma Subjektif (X_2) secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk (Y). Berarti dapat dikatakan bahwa norma subyektif secara individu berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Best One Natural. Hal ini juga di dukung oleh teori Jogiyanto (2007) yang mengatakan bahwa Norma subjektif adalah persepsi atau pandangan seseorang terhadap kepercayaan-kepercayaan orang lain yang akan mempengaruhi niat untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan.

4.5.3 Pembahasan Perceived Behavioral Terhadap Keputusan Pembelian Produk

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perceived behavioral adalah salah satu factor yang dapat meningkatkan Keputusan Pembelian Produk pada PT. Best One Natural. Hal ini didukung oleh nilai t hitung antara perceived behavioral terhadap Keputusan Pembelian Produk sebesar = 6,689 dan t_{hitung} 6,689 $>$ t_{tabel} 1,660. Hal tersebut sejalan dengan teori Mirawati (2016) yang menjelaskan bahwa perceived behavioral control menggambarkan tentang perasaan kemampuan diri (*self efficacy*) individu dalam melakukan suatu. Perceived behavioral control adalah persepsi seseorang tentang kelemahan dan kekuatan, hambatan dan insentif, dan kontrol diri dalam melakukan perilaku dengan melihat sumber daya dan peluang yang tersedia. Ketika

kontrol seseorang tinggi dan mengarah pada hal-hal positif, hal itu mempengaruhi niat orang tersebut sebelum mengarah pada tindakan.

4.5.4 Pembahasan Sikap, Norma Subjektif dan Perceived Behavioral Terhadap Keputusan Pembelian Produk

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa ada pengaruh signifikan dari faktor sikap, norma subjektif dan perceived behavioral control terhadap Keputusan Pembelian Produk. Uji hipotesis simultan melalui uji f (test) diperoleh nilai f_{hitung} antara sikap, norma subjektif dan perceived behavioral control bersama-sama terhadap minat beli konsumen sebesar $= 8,526$ dan $f_{hitung} 8,526 > f_{tabel} 3,089$. Hal ini menunjukkan sikap, norma subjektif dan perceived behavioral control merupakan faktor penting dalam meningkatkan Keputusan Pembelian Produk, semakin tinggi kedua faktor tersebut maka akan semakin meningkatkan Keputusan Pembelian Produk. Semua indikator baik sikap, norma subjektif dan perceived behavioral control mempunyai arti dan pengaruh dalam meningkatkan Keputusan Pembelian Produk PT. Best One Natural.

