

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Deskripsi adalah suatu gambaran yang digunakan dalam proses selanjutnya dimana data telah terkumpul. Dalam deskripsi data ini menggambarkan kondisi responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini dilihat dari karakteristik responden antara lain.

4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini untuk membuktikan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, telah dilakukan penelitian terhadap responden yang berjumlah 100 orang. Untuk mengetahui data Usia dan Pekerjaan responden, dapat dilihat pada tabel-tabel berikut:

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah (Orang)	Persentase
1	18 – 25	42	42%
2	26 – 30	33	33%
3	31 – 35	22	22%
4	36 – 40	3	3%
Total		100	100%

Sumber: Data diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.1 diketahui bahwa proporsi paling besar dari responden dengan usia 18 – 25 tahun sebanyak 42 orang dengan persentase 42%. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah responden yang paling banyak adalah usia 18 – 25 Tahun.

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase
1	Pelajar / Mahasiswa	33	33%
2	Pegawai Swasta	30	30%
3	PNS / BUMN	17	17%
4	Wiraswasta	19	19%
5	Lainnya	1	1%
Total		100	100%

Sumber: Data diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.2 dapat dilihat karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dalam penelitian ini didominasi oleh Pelajar/Mahasiswa, yaitu 33 orang dengan persentase 33% dari total keseluruhan responden yang mengisi kuesioner berjumlah 100 orang dengan total persentase sebesar 100%.

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

No	Domisili	Jumlah (Orang)	Persentase
1	Dki Jakarta	16	16%
2	Lampung	22	22%
3	Banten	14	14%
4	Jawa Barat	18	18%
5	Jawa Tengah	2	2%
6	Jawa Timur	7	7%
7	DIY	1	1%
8	Sumatera Utara	1	1%
9	Sumatera Selatan	11	11%
10	Sumatera Barat	1	1%
11	Bengkulu	2	2%
12	Jambi	5	5%
Total		100	100%

Sumber: Data Diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.3 dapat dilihat karakteristik responden berdasarkan domisili dalam penelitian ini didominasi oleh provinsi Lampung yaitu 22

orang dengan persentase 22% dari total keseluruhan responden yang mengisi kuesioner berjumlah 100 orang dengan total persentase 100%

4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden

Hasil Jawaban terhadap kuesioner yang disebar pada 100 responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 4 Deskripsi Jawaban Responden

No	Pertanyaan	Iya		Tidak	
		F	%	F	%
1	Produk MS Glow For Men sangat baik	80	80%	20	20%
2	Harga paket yang ditawarkan <i>skincare</i> MS Glow For Men lebih terjangkau	72	72%	28	28%
3	Lokasi toko yang banyak tersebar memudahkan untuk mendapatkan MS Glow For Men	86	86%	14	14%
4	Promosi MS Glow For Men menarik minat untuk membeli produk	81	81%	19	19%
5	Iklan MS Glow For Men memberikan informasi yang lengkap mengenai <i>skincare</i> sehingga tertarik untuk menggunakan produk tersebut	79	79%	21	21%
6	Rekomendasi teman untuk menggunakan <i>skincare</i> MS Glow For Men	51	51%	49	49%

7	Kemasan produk MS Glow For Men yang menarik	71	71%	29	29%
8	Proses pembelian MS Glow For Men yang mudah	84	84%	16	16%
9	Pria pada saat ini banyak yang menggunakan MS Glow For Men	72	72%	28	28%
10	Kerabat banyak yang menggunakan <i>skincare</i> MS Glow For Men	53	53%	47	47%
11	Keinginan sendiri untuk merawat wajah menggunakan <i>skincare</i> MS Glow For Men	72	72%	28	28%
12	Memiliki rasa suka terhadap <i>skincare</i> MS Glow For Men	75	75%	25	25%
13	MS Glow For Men memberikan apa yang diinginkan dan dibutuhkan	76	76%	24	24%
14	Menggunakan <i>skincare</i> MS Glow For Men secara berulang dan tidak akan beralih pada produk lain	60	60%	40	40%
15	Raffi Ahmad sebagai <i>brand ambassador</i> meyakinkan untuk menggunakan MS Glow For Men	67	67%	33	33%
16	MS Glow For Men sudah terdaftar BPOM sehingga minim risiko	84	84%	16	16%

17	MS Glow For Men memberikan penawaran secara langsung	57	67%	43	43%
18	Rating pada akun resmi MS Glow For Men yang baik	81	81%	19	19%
19	Merek MS Glow yang sudah terkenal	85	85%	15	15%
20	Produk MS Glow For Men mendapatkan hasil yang baik	82	82%	18	18%

Sumber: Data diolah tahun 2023

4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

4.2.1 Hasil Uji Validitas

Uji Validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan melakukan korelasi antara masing – masing skor indikator dengan total skor konstruk. Dasar pengambilan keputusan adalah uji validitas koefisien korelasi antara pertanyaan dengan skor total nilai (perason correlation) dibandingkan dengan r tabel perason product moment dengan alpha 5% (0,05), jika lebih besar nilai perason correlation (r hitung) dari pada r tabel maka dinyatakan valid. Berikut aalah hasil uji validitas dalam penelitian ini:

Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas

Butir Pertanyaan	r Hitung	r tabel	Kondisi	Keterangan
Pertanyaan 1	0,581	0,195	r hitung > r tabel	Valid
Pertanyaan 2	0,497	0,195	r hitung > r tabel	Valid
Pertanyaan 3	0,663	0,195	r hitung > r tabel	Valid
Pertanyaan 4	0,714	0,195	r hitung > r tabel	Valid
Pertanyaan 5	0,554	0,195	r hitung > r tabel	Valid

Pertanyaan 6	0,464	0,195	r hitung > r tabel	Valid
Pertanyaan 7	0,678	0,195	r hitung > r tabel	Valid
Pertanyaan 8	0,667	0,195	r hitung > r tabel	Valid
Pertanyaan 9	0,629	0,195	r hitung > r tabel	Valid
Pertanyaan 10	0,510	0,195	r hitung > r tabel	Valid
Pertanyaan 11	0,625	0,195	r hitung > r tabel	Valid
Pertanyaan 12	0,739	0,195	r hitung > r tabel	Valid
Pertanyaan 13	0,672	0,195	r hitung > r tabel	Valid
Pertanyaan 14	0,541	0,195	r hitung > r tabel	Valid
Pertanyaan 15	0,607	0,195	r hitung > r tabel	Valid
Pertanyaan 16	0,603	0,195	r hitung > r tabel	Valid
Pertanyaan 17	0,492	0,195	r hitung > r tabel	Valid
Pertanyaan 18	0,453	0,195	r hitung > r tabel	Valid
Pertanyaan 19	0,646	0,195	r hitung > r tabel	Valid
Pertanyaan 20	0,634	0,195	r hitung > r tabel	Valid

Sumber: Data diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.5 diketahui bahwa nilai r hitung semua butir pertanyaan lebih besar dari nilai r tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan yang di ajukan untuk mengukur nilai variabel faktor yang menentukan keputusan pembelian konsumen pada *skincare* MS Glow For Men dalam penelitian ini dinyatakan valid, artinya semua butir pertanyaan layak untuk dijadikan kusioner.

4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Pengukuran reliabilitas yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pengukuran sekali saja atau *one shot*. Dalam pengukuran jenis ini hanya dilakukan satu kali dan kemudian hasilnya

dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Dasar pengambilan keputusan dalam penelitian ini dapat dilihat pada di bawah ini:

Tabel 4. 6 Interpretasi Nilai r Alpha Indeks Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000 – 0,199	Sangat Rendah
0,200 – 0,399	Rendah
0,400 – 0,599	Sedang
0,600 – 0,799	Tinggi
0,800 – 1,000	Sangat Tinggi

Berikut adalah hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini:

Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Faktor	Nilai Cronbach Alpha (r)	Kondisi	Keterangan
Keputusan Pembelian pada <i>skincare</i> MS Glow For Men	0,902	0,800 – 1,000	Sangat Tinggi

Sumber: Data diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.6 dan 4.7 diketahui bahwa variabel faktor yang menentukan keputusan pembelian konsumen pada *skincare* MS Glow For Men mempunyai tingkat reliabilitas diantara 0,800 – 1,000 yang berarti bahwa variabel dalam penelitian ini mempunyai tingkat reliabilitas yang sangat tinggi.

4.3 Hasil Pengujian Hipotesis

4.3.1 Hasil Uji Cochran Q-Test

Uji Cochran digunakan untuk mengukur / menilai apakah dua skor berpasangan satu sama lain bersifat nyata (signifikan) baik berada di satu area secara bersamaan atau di area yang berlainan/terpisah, jenis data dari uji ini berasal dari sampel yang pengukurannya bersifat dikotomi (berpisah-dua), misal: sukses dan gagal, ya dan tidak, puas dan tidak puas, cepat dan

lambat. Data uji Cochran dapat disebut sebagai data nominal. Dengan menggunakan rumus analisis data Cochran Q Test melalui program SPSS. Analisis faktor-faktor yang paling dominan dan saling berhubungan dalam membentuk suatu pengambilan keputusan pembelian konsumen pada *skincare* MS Glow For Men dilihat dari 20 item pertanyaan yang mempengaruhinya. Pengujian dengan Cochran Q Test melalui beberapa tahap karena dari 20 item tersebut semuanya valid sehingga 20 item akan dilakukan uji Cochran Q Test. Hasil analisisnya antara lain sebagai berikut:

1. Pengujian Pertama

Langkah pertama yaitu melakukan pengujian terhadap 20 item. Dari ke 20 item dan proporsinya jawaban “Ya” diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 8 Hasil Test Uji Cochran 20 Atribut (Tahap 1)

N	100
Cochran's Q	162.315 ^a
Df	19
Asymp. Sig	0,000

Sumber: Data diolah tahun 2023

Kriteria

Jika $Q_{hitung} > X^2_{tabel} / sig < \alpha (0,05)$, maka H_0 : ditolak
 Jika $Q_{hitung} < X^2_{tabel} / sig > \alpha (0,05)$, maka H_0 : diterima

Analisis

Hasil analisis terhadap 20 poin jawaban responden dengan menggunakan uji Cochran Q Test nilai statistik Q (Chi Square) yaitu 162.315 dengan $\alpha = 0,05$, $df = 19$, maka diperoleh hasil $X^2_{tabel} = 30.144$. Dari hasil tersebut berdasarkan ketentuan pengujian di atas, dimana nilai Q hitung 162.315 lebih besar dari $X^2_{tabel} 30.144$, maka keputusan pengujian pertama adalah **H_0 ditolak**, artinya tidak terdapat hubungan yang cukup signifikan dari masing-masing pernyataan. Dengan demikian akan dilakukan pengujian kembali dengan membuang

pertanyaan yang memiliki proporsi jawaban “YA” paling kecil yaitu pernyataan nomor 6 “Rekomendasi teman untuk menggunakan *skincare* MS Glow For Men”.

2. Pengujian Kedua

Dengan menggunakan 19 poin jawaban responden. Pernyataan 6 dikeluarkan dari analisis diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 9 Hasil Test Uji Cochran 19 Atribut (Tahap 2)

N	100
Cochran's Q	130.450 ^a
Df	18
Asymp. Sig	0,000

Sumber: Data diolah tahun 2023

Kriteria

Jika Q hitung > dari pada X^2 tabel /sig < alpha (0,05), maka H_0 : ditolak

Jika Q hitung < dari pada X^2 tabel /sig > alpha (0,05), maka H_0 : diterima

Analisis

Hasil analisis terhadap 19 poin jawaban responden dengan menggunakan uji Cochran Q Test nilai statistik Q (Chi Square) yaitu 130.450 dengan $\alpha = 0,05$, $df = 18$, maka diperoleh hasil X^2 tabel = 28.869. Dari hasil tersebut berdasarkan ketentuan pengujian di atas, dimana nilai Q hitung 130.450 lebih besar dari X^2 tabel 28.869, maka keputusan pengujian kedua adalah **H_0 ditolak**, artinya tidak terdapat hubungan yang cukup signifikan dari masing-masing pernyataan. Dengan demikian akan dilakukan pengujian kembali dengan membuang pertanyaan yang memiliki proporsi jawaban “YA” paling kecil yaitu pernyataan nomor 10 “Kerabat banyak yang menggunakan *skincare* MS Glow For Men”.

3. Pengujian Ketiga

Dengan menggunakan 18 poin jawaban responden. Pernyataan 10 dikeluarkan dari analisis diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 10 Hasil Test Uji Cochran 18 Atribut (Tahap 3)

N	100
Cochran's Q	98.435 ^a
Df	17
Asymp. Sig	0,000

Sumber: Data diolah tahun 2023

Kriteria

Jika Q hitung > dari pada X² tabel /sig < alpha (0,05), maka Ho : ditolak

Jika Q hitung < dari pada X² tabel /sig > alpha (0,05), maka Ho : diterima

Analisis

Hasil analisis terhadap 18 poin jawaban responden dengan menggunakan uji Cochran Q Test nilai statistik Q (Chi Square) yaitu 98.435 dengan $\alpha = 0,05$, $df = 17$, maka diperoleh hasil X² tabel = 27.587. Dari hasil tersebut berdasarkan ketentuan pengujian di atas, dimana nilai Q hitung 98.435 lebih besar dari X² tabel 27.587, maka keputusan pengujian ketiga adalah **Ho ditolak**, artinya tidak terdapat hubungan yang cukup signifikan dari masing-masing pernyataan. Dengan demikian akan dilakukan pengujian kembali dengan membuang pertanyaan yang memiliki proporsi jawaban "YA" paling kecil yaitu pernyataan nomor 17 "MS Glow For Men memberikan penawaran secara langsung".

4. Pengujian Keempat

Dengan menggunakan 17 poin jawaban responden. Pernyataan 17 dikeluarkan dari analisis diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 11 Hasil Test Uji Cochran 17 Atribut (Tahap 4)

N	100
---	-----

Cochran's Q	72.513 ^a
Df	16
Asymp. Sig	0,000

Sumber: Data diolah tahun 2023

Kriteria

Jika Q hitung > dari pada X² tabel /sig < alpha (0,05), maka Ho : ditolak

Jika Q hitung < dari pada X² tabel /sig > alpha (0,05), maka Ho : diterima

Analisis

Hasil analisis terhadap 17 poin jawaban responden dengan menggunakan uji Cochran Q Test nilai statistik Q (Chi Square) yaitu 72.513 dengan $\alpha = 0,05$, $df = 16$, maka diperoleh hasil X² tabel = 26.296. Dari hasil tersebut berdasarkan ketentuan pengujian di atas, dimana nilai Q hitung 72.513 lebih besar dari X² tabel 26.296, maka keputusan pengujian keempat adalah **Ho ditolak**, artinya tidak terdapat hubungan yang cukup signifikan dari masing-masing pernyataan. Dengan demikian akan dilakukan pengujian kembali dengan membuang pertanyaan yang memiliki proporsi jawaban "YA" paling kecil yaitu pernyataan nomor 14 "Menggunakan *skincare* MS Glow For Men secara berulang dan tidak akan beralih pada produk lain".

5. Pengujian Kelima

Dengan menggunakan 16 poin jawaban responden. Pernyataan 14 dikeluarkan dari analisis diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 12 Hasil Test Uji Cochran 16 Atribut (Tahap 5)

N	100
Cochran's Q	49.937 ^a
Df	15
Asymp. Sig	0,000

Sumber: Data diolah tahun 2023

Kriteria

Jika Q hitung $>$ dari pada X^2 tabel /sig $<$ alpha (0,05), maka H_0 : ditolak
 Jika Q hitung $<$ dari pada X^2 tabel /sig $>$ alpha (0,05), maka H_0 : diterima

Analisis
 Hasil analisis terhadap 16 poin jawaban responden dengan menggunakan uji Cochran Q Test nilai statistik Q (Chi Square) yaitu 49.937 dengan $\alpha = 0,05$, $df = 15$, maka diperoleh hasil X^2 tabel = 24.996. Dari hasil tersebut berdasarkan ketentuan pengujian di atas, dimana nilai Q hitung 49.937 lebih besar dari X^2 tabel 24.996, maka keputusan pengujian kelima adalah **Ho ditolak**, artinya tidak terdapat hubungan yang cukup signifikan dari masing-masing pernyataan. Dengan demikian akan dilakukan pengujian kembali dengan membuang pertanyaan yang memiliki proporsi jawaban “YA” paling kecil yaitu pernyataan nomor 15 “Raffi Ahmad sebagai *brand ambassador* meyakinkan untuk menggunakan MS Glow For Men”.

6. Pengujian Keenam

Dengan menggunakan 15 poin jawaban responden. Pernyataan 15 dikeluarkan dari analisis diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 13 Hasil Test Uji Cochran 15 Atribut (Tahap 6)

N	100
Cochran's Q	39.336 ^a
Df	14
Asymp. Sig	0,000

Sumber: Data diolah tahun 2023

Kriteria

Jika Q hitung $>$ dari pada X^2 tabel /sig $<$ alpha (0,05), maka H_0 : ditolak
 Jika Q hitung $<$ dari pada X^2 tabel /sig $>$ alpha (0,05), maka H_0 : diterima

Analisis

Hasil analisis terhadap 15 poin jawaban responden dengan menggunakan uji Cochran Q Test nilai statistik Q (Chi Square) yaitu 39.336 dengan $\alpha = 0,05$, $df = 14$, maka diperoleh hasil X^2 tabel = 23.645. Dari hasil tersebut berdasarkan ketentuan pengujian di atas, dimana nilai Q hitung 39.336 lebih besar dari X^2 tabel 23.645, maka keputusan pengujian keenam adalah **Ho ditolak**, artinya tidak terdapat hubungan yang cukup signifikan dari masing-masing pernyataan. Dengan demikian akan dilakukan pengujian kembali dengan membuang pertanyaan yang memiliki proporsi jawaban “YA” paling kecil yaitu pernyataan nomor 7 “Kemasan produk MS Glow For Men yang menarik”.

7. Pengujian Ketujuh

Dengan menggunakan 14 poin jawaban responden. Pernyataan 7 dikeluarkan dari analisis diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 14 Hasil Test Uji Cochran 14 Atribut (Tahap 7)

N	100
Cochran's Q	32.438 ^a
Df	13
Asymp. Sig	0,002

Sumber: Data diolah tahun 2023

Kriteria

Jika Q hitung > dari pada X^2 tabel /sig < alpha (0,05), maka Ho : ditolak

Jika Q hitung < dari pada X^2 tabel /sig > alpha (0,05), maka Ho : diterima

Analisis

Hasil analisis terhadap 14 poin jawaban responden dengan menggunakan uji Cochran Q Test nilai statistik Q (Chi Square) yaitu 32.438 dengan $\alpha = 0,05$, $df = 13$, maka diperoleh hasil X^2 tabel = 22.368. Dari hasil tersebut berdasarkan ketentuan pengujian di atas, dimana nilai Q hitung 32.438 lebih besar dari X^2 tabel 22.368, maka keputusan

pengujian ketujuh adalah **Ho ditolak**, artinya tidak terdapat hubungan yang cukup signifikan dari masing-masing pernyataan. Dengan demikian akan dilakukan pengujian kembali dengan membuang pertanyaan yang memiliki proporsi jawaban “YA” paling kecil yaitu pernyataan nomor 2,9 dan 11 memiliki proporsi jawaban “Ya” paling kecil yang sama “Harga paket yang ditawarkan *skincare* MS Glow For Men lebih terjangkau”, “Pria pada saat ini banyak yang menggunakan MS Glow For Men”, “Keinginan sendiri untuk merawat wajah menggunakan *skincare* MS Glow For Men”.

8. Pengujian Kedelapan

Dengan menggunakan 11 poin jawaban responden. Pernyataan 2,9 dan 11 dikeluarkan dari analisis diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 15 Hasil Test Uji Cochran 11 Atribut (Tahap 8)

N	100
Cochran's Q	15.000 ^a
Df	10
Asymp. Sig	0,132

Sumber: Data diolah tahun 2023

Kriteria

Jika Q hitung > dari pada X² tabel /sig < alpha (0,05), maka Ho : ditolak

Jika Q hitung < dari pada X² tabel /sig > alpha (0,05), maka Ho : diterima

Analisis

Hasil analisis terhadap 11 poin jawaban dengan menggunakan uji Cochran Q Test nilai statistic Q (Chi Square) yaitu 15.000 dengan $\alpha = 0,05$, $df = 10$, maka diperoleh hasil X² tabel = 18.307. Dari hasil tersebut berdasarkan ketentuan pengujian di atas, dimana nilai Q hitung 15.000 lebih kecil dari X² tabel 18.307, maka keputusan pengujian kedelapan

adalah **Ho diterima**, artinya terdapat hubungan yang cukup signifikan dari masing-masing pernyataan.

Secara ringkas hasil uji Cochran Q Test dapat dilihat pada tabel 4.15 rekapitulasi hasil tahapan uji Cochran Q Test terhadap jawaban responden mengenai keputusan pembelian *skincare* MS Glow For Men sebagai berikut:

Tabel 4. 16 Hasil Uji Cochran Q Test Faktor Keputusan Pembelian MS Glow For Men

Tahapan Penelitian	Cochran Q Test	X ² Tabel	Uji Ho	Keterangan
Pertama	162.315	30.144	Ditolak	Pernyataan nomor “6” Rekomendasi teman untuk menggunakan <i>skincare</i> MS Glow For Men.
Kedua	130.450	28.869	Ditolak	pernyataan nomor 10 “Kerabat banyak yang menggunakan <i>skincare</i> M S Glow For Men”.
Ketiga	98.435	27.587	Ditolak	pernyataan nomor 17 “MS Glow For Men memberikan penawaran secara langsung”.
Keempat	72.513	26.296	Ditolak	pernyataan nomor 14 “Menggunakan <i>skincare</i> MS Glow For Men secara berulang dan tidak akan beralih pada produk lain”.
Kelima	49.937	24.996	Ditolak	pernyataan nomor 15 “Raffi Ahmad sebagai <i>brand ambassador</i> meyakinkan untuk menggunakan MS Glow For Men”.
Keenam	39.336	23.645	Ditolak	pernyataan nomor 7 “Kemasan produk MS

				Glow For Men yang menarik”.
Ketujuh	32.438	22.368	Ditolak	pernyataan nomor 2,9 dan 11 memiliki proporsi jawaban “Ya” paling kecil yang sama “Harga paket yang ditawarkan <i>skincare</i> MS Glow For Men lebih terjangkau”, “Pria pada saat ini banyak yang menggunakan MS Glow For Men”, “Keinginan sendiri untuk merawat wajah menggunakan <i>skincare</i> M S Glow For Men”.
Kedelapan	15.000	18.307	Diterima	Semua jawaban memiliki jawaban Ya sama (terdapat 11 Faktor)

Sumber: Data diolah tahun 2023

Setelah diperoleh 8 atribut yang mempengaruhi keputusan pembelian MS Glow For Men maka dapat diketahui faktor apa yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian MS Glow For Men yang dapat dihitung berdasarkan jumlah responden yang terbanyak menjawab “Ya”, maka dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4. 17 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian MS Glow For Men

No	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian MS Glow For Men	YA	Tidak
1	Produk MS Glow For Men sangat baik (P1)	80	20
2	Lokasi toko yang banyak tersebar memudahkan untuk mendapatkan MS Glow For Men (P3)	86	14

3	Promosi MS Glow For Men menarik minat untuk membeli produk (P4)	81	19
4	Iklan MS Glow For Men memberikan informasi yang lengkap mengenai <i>skincare</i> sehingga tertarik untuk menggunakan produk tersebut (P5)	79	21
5	Proses pembelian MS Glow For Men yang mudah (P8)	84	16
6	Memiliki rasa suka terhadap <i>skincare</i> MS Glow For Men (P12)	75	25
7	MS Glow For Men memberikan apa yang diinginkan dan dibutuhkan (P13)	76	24
8	MS Glow For Men sudah terdaftar BPOM sehingga minim risiko (P16)	84	16
9	Rating pada akun resmi MS Glow For Men yang baik (P18)	81	19
10	Merek MS Glow yang sudah terkenal (P19)	85	15
11	Produk MS Glow For Men mendapatkan hasil yang baik (P20)	82	18

Sumber: Data diolah tahun 2023

4.4 Pembahasan

Berdasarkan pengujian yang dilakukan secara bertahap dengan metode Cochran Q Test dan mengeluarkan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian MS Glow For Men yang mempunyai jawaban “YA” paling kecil, diperoleh hasil pada pengujian kedelapan yaitu nilai Q (Chi Square) yaitu 15.000 lebih kecil dari X^2 tabel 18.307 maka keputusan pengujian kedelapan H_0 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara indikator variabel. Dengan kata lain kemungkinan besar jawaban “Ya” adalah sama untuk setiap indikator pertanyaan. Dapat diartikan terdapat 11 atribut yang mempengaruhi keputusan pembelian MS Glow For Men.

Dari tabel 4.16 dapat dilihat bahwa Uji Cochran Q Test diadakan adalah sebanyak delapan tahap untuk mencari faktor mana yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian MS Glow For Men dari 20 butir pertanyaan, ada 9 butir pertanyaan yang tidak mempengaruhi keputusan pembelian MS Glow For Men yang dikeluarkan selama uji Cochran yang dilakukan secara bertahap yaitu Rekomendasi teman untuk menggunakan *skincare* MS Glow For Men. (P6) Kerabat banyak yang menggunakan *skincare* MS Glow For Men (P10), MS Glow For Men memberikan penawaran secara langsung (P17), Menggunakan *skincare* MS Glow For Men secara berulang dan tidak akan beralih pada produk lain (P14), Raffi Ahmad sebagai *brand ambassador* meyakinkan untuk menggunakan MS Glow For Men (P15), Kemasan produk MS Glow For Men yang menarik (P7), Harga paket yang ditawarkan *skincare* MS Glow For Men lebih terjangkau (P2), Pria pada saat ini banyak yang menggunakan MS Glow For Men (P9), dan Keinginan sendiri untuk merawat wajah menggunakan *skincare* MS Glow For Men (P11).

Setelah mengeluarkan 9 butir pertanyaan, akhirnya diperoleh 11 butir pertanyaan yang mempengaruhi keputusan pembelian MS Glow For Men yaitu Terdapat Produk MS Glow For Men sangat baik (P1), Lokasi toko yang banyak tersebar memudahkan untuk mendapatkan MS Glow For Men (P3), Promosi MS Glow For Men menarik minat untuk membeli produk (P4), Iklan MS Glow For Men memberikan informasi yang lengkap mengenai *skincare* sehingga tertarik untuk menggunakan produk tersebut (P5), Proses pembelian MS Glow For Men yang mudah (P8), Memiliki rasa suka terhadap *skincare* MS Glow For Men (P12), MS Glow For Men memberikan apa yang diinginkan dan dibutuhkan (P13), MS Glow For Men sudah terdaftar BPOM sehingga minim risiko (P16), Rating pada akun resmi MS Glow For Men yang baik (P18), Merek MS Glow yang sudah terkenal (P19), dan Produk MS Glow For Men mendapatkan hasil yang baik (P20).

Berdasarkan tabel 4.17 diketahui bahwa faktor yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian MS Glow For Men yang berarti jumlah responden terbanyak yang menjawab Ya sebanyak 86 responden

adalah lokasi toko yang banyak tersebar memudahkan untuk mendapatkan MS Glow For Men. Hal ini dikarenakan konsumen merasa puas karena lokasi toko yang tersebar diseluruh Indonesia memudahkan dalam pembelian produk MS Glow For Men.

Proses pengambilan keputusan konsumen merupakan hal yang penting dilakukan konsumen dalam membeli suatu produk. Bagi konsumen, proses pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan penting karena di dalam proses tersebut memuat berbagai langkah yang terjadi secara berurutan sebelum konsumen mengambil keputusan. Menurut Kotler dan Armstrong dalam (Rahayu & Arif, 2021) keputusan pembelian sebagai bentuk tindakan dari perilaku konsumen dan kelompok bagaimana mereka akan memilih, membeli, menggunakan barang atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Sebelum menentukan keputusan untuk membeli, konsumen terlebih dahulu mengevaluasi dua pilihan alternatif yang diperoleh dari informasi atau pengalaman dari konsumen lain yang sudah menggunakan produk dengan merek tertentu dan akan memilih diantara pilihan tersebut. Jadi berdasarkan indikator keputusan pembelian tentang MS Glow For Men maka didapatkan faktor sebagai berikut: Faktor produk, faktor lokasi, faktor promosi, faktor iklan, faktor proses, faktor psikologis, faktor kepercayaan, faktor risiko, faktor rating, faktor citra merek, faktor kepuasan.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Novita Sari pada tahun 2018 dengan judul penelitian Analisis *Brand Image The Coffee Cafe* Bandar Lampung menyimpulkan bahwa salah satu hasil penelitiannya yaitu faktor lokasi/*Place* disebut juga sebagai saluran distribusi. Kotler dan Armstrong (2016) menyatakan saluran distribusi merupakan keseluruhan kegiatan atau fungsi dalam memindahkan produk dari produsen ke konsumen. Huriyati (dalam Dwinanda & Nur, 2020) memaparkan bahwa akses, visibilitas, tempat parkir, ekspansi, peraturan pemerintah, dan persaingan adalah komponen dari *place*.