

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi data

Deskripsi data merupakan gambaran data yang akan digunakan untuk proses berikutnya. Hal ini dilakukan untuk memenuhi beberapa asumsi yang ditetapkan pengujian deskripsi data dalam penelitian ini, penulis menggambarkan kondisi responden yang menjadi sampel, dilihat dari karakteristik responden antara lain, Nama, Jenis kelamin, Pekerjaan, Usia, Pendapatan per bulan. Data ini diuji menggunakan *statistical program and selvice solution seri 20,0*, berikut pengolahan data responden yang diperoleh.

4.1.1 Karakteristik Responden

4.1.1.1 Usia

Gambaran umum mengenai konsumen Starbucks Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung berdasarkan usia sebagai berikut :

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
17-20 Tahun	10	9,3%
21-25 Tahun	58	53,7%
26-30 Tahun	23	21,3%
31-35 Tahun	8	7,4%
36-40 Tahun	9	8,3%
Jumlah	108	100%

Sumber: data diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.1 dari 108 responden didapatkan data bahwa 10 orang berusia 17-20 Tahun, 58 orang berusia 20-25 tahun, 23 orang berusia 25-30 tahun, 8 orang berusia 30-35 tahun, 9 orang berusia 35-40 tahun.

4.1.1.2 Jenis Kelamin

Jenis kelamin dapat menjadi pembeda bagi seseorang dalam melakukan pembelian produk pada *coffee shop* Starbucks Mall Boemi Kedaton. Maka jenis kelamin responden memungkinkan untuk memiliki perbedaan antara Laki-laki dan Perempuan. Responden menurut jenis kelamin sebagai berikut:

Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

keterangan	Jumlah	Persentase
Laki-laki	48	44,4%
Perempuan	60	55,6%
Jumlah	108	100%

Sumber: data diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa dari 108 responden, responden terbanyak adalah Laki-laki yaitu berjumlah 48 orang, sedangkan perempuan berjumlah 60 orang. Hal ini mengidentifikasi bahwa mayoritas orang yang membeli dari produk coffee shop Starbucks Mall Boemi Kedaton adalah perempuan.

4.1.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.

Untuk mengetahui jenis pekerjaan dari responden dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaannya

Jenis Pekerjaan	Jumlah	persentase
SMA/ Sederajat	5	4,6%
Mahasiswa/i	55	50,9%
Karyawan	38	35,2%
Lainnya	10	9,3%
Jumlah	108	100%

Sumber: data diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.3 bahwa dari 100 responden ada 5 orang SMA/Sederajat, 55 orang Mahasiswa/i, 38 orang karyawan dan 10 orang lainnya. Sehingga jumlah responden sebanyak 108 orang.

4.1.1.4 Pendapatan

Untuk mengetahui jenis penghasilan responden dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4. 4 Krakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Tingkat Pendapatan	Jumlah	Prsentase
< Rp. 500.000	19	17,6%
Rp. 500.000-1.500.000	18	16,7%
Rp. 1.600.000-2.500.000	12	11,1%
Rp. 2.600.000-3.500.000	16	14,8%
Rp. 3.600.000-4.500.000	16	14,8%
Rp. 4.600.000-5.000.000	12	11,1%
> Rp 5.000.000	15	13,9%
Jumlah	108	100%

Sumber: data diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.4 bahwa dari 108 responden yang berpenghasilan Rp<500.000 sebanyak 19 orang, Rp.500.000-1.500.000 sebanyak 18 orang, Rp.1.600.000-2.500.000 sebanyak 12 orang, Rp.2.600.000-3.500.000 sebanyak 16 orang, Rp.3.600.000-4.500.000 sebanyak 16 orang, Rp.4.600.000-5.000.000 sebanyak 12 orang, dan Rp>5.000.000 sebanyak 15 orang.

4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden

Hasil jawaban tentang Kelas Sosial, Gaya Hidup, dan Keputusan pembelian pada coffee shop Starbucks Mall Boemi Kedaton yang disebarkan kepada 108 responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 5 Hasil Jawaban Responden Variabel Kelas sosial

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Membeli kopi di Starbucks menunjukkan tingkat pendidikan saya	32	29,6%	26	24,1%	42	38,9%	8	7,4%	0	0%
2	Membeli kopi di Starbucks menunjukkan status sosial saya	39	36,1%	40	37%	25	23,1%	4	3,7%	0	0%
3	Saya membeli kopi di Starbucks karena memiliki pendapatan yang tinggi	32	29,6%	36	33,3%	34	31,5%	6	5,6%	0	0%
4	Pendapatan saya meningkat karena itu saya membeli kopi di Starbucks	32	29,6%	31	28,7%	40	37%	5	4,6%	0	0%
5	Lingkungan	37	34,3%	44	40,7%	20	18,5%	6	5,6%	1	0,9%

kerja yang mempengaruhi saya memutuskan untuk membeli kopi starbucks Mall Boemi kedaton										
---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui bahwa pernyataan responden yang paling direspon pada variabel kelas sosial adalah “Membeli kopi di starbucks menunjukkan status sosial saya” dengan 39 responden (36,1%) menjawab sangat setuju, 40 responden (37%) menjawab setuju, 25 responden (23,1%) menjawab netral, 4 responden (3,7%) menjawab tidak setuju, dan 0 responden (0%) menjawab sangat tidak setuju. Sedangkan pernyataan dengan jumlah respon paling sedikit dari variabel kelas sosial adalah “Membei kopi di Starbucks menunjukkan tingkat pendidikan saya” dengan 32 responden (29,6%) menjawab sangat setuju, 26 responden (24,1%) menjawab setuju, 42 responden (38,9%) netral, 8 responden (7,4%) menjawab tidak setuju dan 0 responden (0%) menjawab sangat tidak setuju.

Tabel 4. 6 Hasil Jawaban Responden Variabel Gaya Hidup

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Saya membeli kopi di	39	36,1%	28	25,9%	33	30,6%	8	7,4%	0	0%

	starbucks karena memiliki gaya hidup yang tinggi										
2	Menghaiskan waktu nongkrong di coffee shop starbucks sudah menjadikan kegiatan rutin saya setiap minggu	27	25%	42	39,8%	30	27,9%	8	7,4%	0	0%
3	Minum kopi di starbucks merupakan kegemaran bagi saya	43	39,8%	39	36,1%	23	21,3%	3	2,8%	0	0%
4	Setiap akan membeli kopi saya memutuskan untuk membeli di coffee shop starbucks Mall Boemi Kedaton	27	25%	45	41,7%	34	31,5%	2	1,9%	0	0%
5	Saya membeli kopi di starbucks Mall Boemi Kedaton untuk menyesuaikan dengan gaya hidup saya	33	30,6%	40	37%	27	25%	7	6,5%	1	0,9%
6	Membeli dan nongkrong di starbucks Mall Boemi Kedaton menjadi gaya hidup saya	38	35,2%	34	31,5%	31	28,7%	5	4,6%	0	0%

Berdasarkan tabel 4.5 dapat diketahui bahwa pernyataan responden yang paling direspon pada variabel gaya hidup adalah “Minum kopi di starbucks merupakan kegemaran bagi saya” dengan 43 responden (39,8%) menjawab sangat setuju, 39 responden (36,1%) menjawab setuju, 23 responden (21,3%) menjawab netral, 3 responden (2,8%) menjawab tidak setuju, dan 0 responden (0%) menjawab sangat tidak setuju. Sedangkan pernyataan dengan jumlah respon paling sedikit dari variabel gaya hidup adalah “Menghaiskan waktu nongkrong di coffee shop starbucks sudah menjadikan kegiatan rutin saya setiap minggu” dengan 27 responden (25%) menjawab sangat setuju, 42 responden (39,8%) menjawab setuju, 30 responden (27,9%) netral, 8 responden (7,4%) menjawab tidak setuju dan 0 responden (0%) menjawab sangat tidak setuju.

Tabel 4. 7 Hasil Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS(5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Saya sangat menyukai minum kopi	54	50%	44	40,7%	10	9,3%	0	0%	0	0%
2	Coffee shop Starbucks menjadi tempat favorit untuk menikmati secangkir kopi	45	41,7%	55	50,9%	8	7,4%	0	0%	0	0%

3	Coffee shop starbucks Mall Boemi Kedaton menjadi tempat ngopi yang pas karena berada dalam sebuah Mall	39	36,1%	48	44,4%	19	17,6%	2	1,9%	0	0%
4	Kualitas kopi coffee shop starbucks adalah kopi yang memiliki kualitas terbaik	53	49,1%	42	38,9%	12	11,1%	0	0%	1	0,9%
5	Setiap kali ingin minum kopi di cafe saya selalu memilih starbucks	39	36,1%	35	32,4%	32	29,6%	2	1,9%	0	0%
6	Pilihan pembayaran yang ditawarkan starbucks memberi	62	57,4%	36	33,3%	10	9,3%	0	0%	0	0%

	saya kenyamanan bertransaksi										
7	Coffee shop starbucks menjual berbagai jenis varian kopi	62	57,4%	41	38%	4	3,7%	1	0,9%	0	0%

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa pernyataan responden yang paling direspon pada variabel keputusan pembelian adalah “Coffee shop starbucks menjual berbagai jenis varian kopi” dengan 62 responden (57,4%) menjawab sangat setuju, 41 responden (38%) menjawab setuju, 4 responden (3,7%) menjawab netral, 1 responden (0,9%) menjawab tidak setuju, dan responden (0%) menjawab sangat tidak setuju. Sedangkan pernyataan dengan jumlah respon paling sedikit dari variabel keputusan pembelian adalah ” Setiap kali ingin minum kopi di cafe saya selalu memilih starbucks” dengan 39 responden (36,1%) menjawab sangat setuju, 35 responden (32,4%) menjawab setuju, 32 responden (29,6%) netral, 2 responden (1,9%) menjawab tidak setuju dan 0 responden (0%) menjawab sangat tidak setuju.

4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

4.2.1 Uji Validitas

Sebelum melakukan pengolahan data seluruh jawaban responden akan di uji dengan menggunakan uji Validitas dan uji Reabilitas. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi *product moment*. Pada penelitian ini uji validitas untuk menghitung data yang akan dihitung dan proses pengujiannya dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS 20. Hasil dari

pengujian validitas menggunakan kriteria apabila r hitung $>$ r tabel maka valid dan apabila r hitung $<$ r tabel maka tidak valid.

Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Kelas Sosial (X1)

Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Kondisi	Kesimpulan
Butir 1	0,772	0,333	Sig $>$ 0,05	Valid
Butir 2	0,809	0,333	Sig $>$ 0,05	Valid
Butir 3	0,556	0,333	Sig $>$ 0,05	Valid
Butir 4	0,732	0,333	Sig $>$ 0,05	Valid
Butir 5	0,578	0,333	Sig $>$ 0,05	Valid

Sumber: data diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.8 hasil uji validitas variabel kelas sosial menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan dengan hasil yang didapatkan adalah nilai r hitung $>$ r tabel. Dengan demikian semua butir pernyataan variabel kelas sosial dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup (X2)

Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Kondisi	Kesimpulan
Butir 1	0,670	0,333	Sig $>$ 0,05	Valid
Butir 2	0,812	0,333	Sig $>$ 0,05	Valid
Butir 3	0,717	0,333	Sig $>$ 0,05	Valid
Butir 4	0,784	0,333	Sig $>$ 0,05	Valid
Butir 5	0,661	0,333	Sig $>$ 0,05	Valid
Butir 6	0,844	0,333	Sig $>$ 0,05	Valid

Sumber: data diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.9 hasil uji validitas variabel gaya hidup menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan dengan hasil yang didapatkan adalah nilai r hitung $>$ r tabel. Dengan demikian semua butir pernyataan variabel gaya hidup dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Kondisi	Keterangan
Butir 1	0,670	0,333	Sig > 0,05	Valid
Butir 2	0,751	0,333	Sig > 0,05	Valid
Butir 3	0,628	0,333	Sig > 0,05	Valid
Butir 4	0,542	0,333	Sig > 0,05	Valid
Butir 5	0,560	0,333	Sig > 0,05	Valid
Butir 6	0,538	0,333	Sig > 0,05	Valid
Butir 7	0,730	0,333	Sig > 0,05	Valid

Sumber: data diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.10 hasil uji validitas variabel keputusan pembelian menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan dengan hasil yang didapatkan adalah nilai r hitung > r tabel. Dengan demikian semua butir pernyataan variabel keputusan pembelian dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

4.2.2 Uji Reabilitas

Setelah melakukan uji validitas peneliti melakukan uji reabilitas terhadap masing-masing variabel X1 kelas sosial, variabel X2 gaya hidup, dan variabel Y keputusan pembelian dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* dengan aplikasi SPSS 20. Hasil uji reabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 11 Hasil Uji Reabilitas Variabel

Variabel	Koefisien Alpha Cronbach	Koefisien r	kesimpulan
Kelas Sosial	0,719	0,6000 – 0,7999	Tinggi
Gaya Hidup	0,827	0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
Keputusan Pembelian	0,717	0,6000 – 0,7999	Tinggi

Sumber: data diolah tahun 2023

Berdasarkan hasil uji reabilitas pada tabel 4.11 nilai *Alpha Cronbach* variabel X1 0,790 dengan tingkat reabilitas tinggi, nilai *Alpha cronbach* variabeal X2 0,852 dengan tingkat reabilitas sangat tinggi, dan nilai *Alpha Cronbach* variabel Y 0,747 dengan tingkat reabilitas tinggi.

4.3 Uji Persyaratan Analisis Data

4.3.1 Uji Normalitas

Untuk mengetahui normal atau mendekati normal bsa dilakukan uji non parametik *one-sampe kolmogrov-smirnov test*. Dengan hipotesis

Ho : Data berasal dari populasi berdistribusi normal

Ha : Data berasal dari populasi tidak berdistribusi normal

Kriteria pengambilan keputusan :

Apabila nilai sig < 0,05 maka Ho ditolak

Apabila nilai sig > 0,05 maka Ho diterima

Berikut adalah hasil dari rumusan hipotesis dan kriteria pengambilan keputusan:

Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Keterangan
Kelas sosial	0,184	0,05	Sig > 0,05	Normal
Gaya hidup	0,053	0,05	Sig > 0,05	Normal
Keputusan pembelian	0,149	0,05	Sig > 0,05	Normal

Sumber: data diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.12 *one-sampe kolmogrov-smirnov test*, menunjukkan bahwa nilai variabel kelas sosial, gaya hidup, dan keputusan pemelian memiliki tingkat signifikansi dengan Sig > Alpha maka variabel kelas sosial, gaya hidup, dan keputusan pembelian dinyatakan normal.

4.4 Uji Linieritas

Uji linieritas dilakukan untuk melihat apakah model regresi dapat didekati dengan persamaan linier dengan rumusan hipotesis :

Ho : Model regresi berbentuk linier

Ha : Model regresi tidak berbentuk linier

Kriteria pengambilan keputusan :

Jika probabilitas Sig < 0,05 Alpha maka Ho ditolak

Jika probabilitas Sig > 0,05 Alpha maka Ho diterima

Tabel 4. 13 Hasil Uji Linieritas

Variabel	Sig F	Alpha	Kondisi	Keterangan
Kelas sosial	0,081	0,05	Sig F < 0,05	Ho diterima
Gaya hidup	0,067	0,05	Sig F < 0,05	Ho diterima

Sumber: data diolah tahun 2023

Variabel kelas sosial terhadap keputusan pembelian.

Dari tabel 4.13 nilai Sig F 0,081 > Alpha 0,05 dengan demikian maka Ho diterima dengan model regresi berbentuk linier.

Variabel gaya hidup terhadap keputusan pembelian

Dari tabel 4.13 nilai Sig F > 0,067 Alpha dengan demikian maka Ho diterima dengan model regresi berbentuk linier.

4.5 Uji Homogenitas

Uji homogenitas bertujuan untuk mengetahui dalam penelitian apakah sampel data yang diambil dari responden bervariasi homogen atau tidak dengan menggunakan uji homogenitas. Syarat dalam pengambilan uji homogenitas adalah sebagai berikut :

Ho : Varian populasi adalah homogen

Ha : Varian Populasi tidak homogen

Kriteria pengambilan keputusan dalam uji homogenitas adalah

Jika nilai probabilitas Signifikansi > 0,05 maka Ho diterima

Jika nilai probabilitas Signifikansi < 0,05 maka Ha ditolak

Tabel 4. 14 Hasil Uji Homogenitas

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Keterangan
Kelas sosial	0,194	0,05	Sig > 0,05	Ho diterima
Gaya hidup	0,320	0,05	Sig > 0,05	Ho diterima

Sumber: data diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.14 dari hasil perhitungan *tes of homogeneity of variances* didapatkan nilai signifikansi dari variabel kelas sosial sebesar 0,194 > alpha 0,05 maka Ho diterima sehingga variabel kelas sosial dinyatakan homogen. Sedangkan hasil uji homogenitas dari Variabel gaya hidup mendapatkan nilai signifikansi sebesar 0,320 > alpha 0,05 maka Ho diterima, sehingga variabel gaya hidup dinyatakan homogen.

4.6 Analisis Data

4.6.1 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda adalah untuk mengetahui besaran pengaruh antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) dengan rumus :

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

Y = Keputusan Pembelian

X1= Kelas Sosial

X2= Gaya Hidup

b1 = Koefisien variabel kelas sosial

b2 = Koefisien variabel gaya hidup

e = error term

Tabel 4. 15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized coefficients	
	B	Std. Error
Constant	20,488	1,625
Kelas sosial	0,074	0,120
Gaya hidup	0,354	0,099

Sumber: data diolah tahun 2023

Dari tabel 4.15 diatas merupakan hasil uji regesi linier berganda dengan menggunakan bantuan program SPSS. Diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 20,488 + 0,074(X1) + 0,354(X2)$$

1. Koefisien konstanta Y

Nilai konstanta sebesar 20,488 yang berarti bahwa tanpa adanya variabel kelas sosial dan gaya hidup maka besarnya keputusan pembelian adalah 20,488.

2. Koefisien Kelas Sosial (X1)

Setiap penambahan satu satuan pada variabel kelas sosial (X1) maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,074.

3. Koefisien Gaya Hidup (X2)

Setiap penambahan satu satuan pada variabel gaya hidup (X2) maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,354.

Tabel 4. 16 Hasil Uji Model Summary

Variabel	R (Korelasi)	R Square (Determinasi)
Kelas sosial (X1) dan Gaya hidup (X2) terhadap Keputusan Pembelian	0,524	0,275

Sumber: data diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.16 diatas, diperoleh nilai r (korelasi) sebesar 0,524 artinya hubungan antara variabel kelas sosial dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian sebesar 52,4%. Determinasi r square sebesar 0,275 artinya hubungan antara variabel kelas sosial dan gaya hidup dapat menjelaskan keputusan pembelian sebesar 27,5% dan sisanya 72,5% dijelaskan oleh variabel lain.

4.7 Uji Hipotesis Secara parsial (Uji T)

4.7.1 Hasil Uji Hipotesis secara parsial (Uji T)

Pengujian hipotesis bertujuan unuktuk membuktikan hipotesis dalam penelitian. Hipotesis dalam penelitian ini berkaitan dengan terdapat tidaknya pengaruh variabel secara (parsial dan simultan). Uji t persial digunakan untuk menguji apakah sebuah variabel bebas memberika pengaruh terhadap variabel terikat. Peneliti menggunakan uji t dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} dengan tingkat keprcayaan 95% dan $\alpha = 0,05$. Berdasarkan dari pengujian data-data kuesioner jawaban responden yang dilakukan menggunakan bantuan program SPSS 20.

Hipotesis :

1. Pengaruh kelas sosial (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) produk pada coffee shop Starbucks Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung

H_0 :Kelas sosial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk pada *coffee shop* Satrbucks Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung.

H_a : Kelas sosial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk padda *coffee shop Starbucks* Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung.

Kriteria pengujian

1. Jika nilai $Sig < 0,05$ H_0 ditolak
Jika nilai $Sig > 0,05$ H_0 diterima
2. Jika niai $t_{hitung} < t_{tabel}$ H_0 ditolak
Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ H_0 diterima

Tabel 4. 17 Hasil Uji Persial (Uji T)

Variabel	t_{hitung}	T_{tabel}	Sig	Alpha	Keterangan
Kelas sosial	0,611	1,659	0,542	0,05	Berpengaruh

Sumber: data diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.17 didapatkan perhitungan pada variabel kelas sosial (X1) diperoleh nilai t hitung sebesar 0,611 sedangkan nilai t tabel dengan rumus ($df = N-K$) ($df = 108-2 = 106$) adalah 1,659 jadi $t_{hitung} < t_{tabel}$ 0,611 < 1,659 dan $Sig > \alpha$ 0,542 > 0,05. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kelas sosial (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) produk pada coffee Shop Starbucks Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung.

2.Pengaruh Gaya Hidup (X2) terhadap Keputusan pembelian (Y) produk pada coffee shop Starbucks Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung.

H_0 :Gaya Hidup tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk pada *coffee shop* Starbucks Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung.

H_a :Gaya Hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk pada *coffee shop* Starbucks Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung.

Kriteria pengujian :

1. Jika nilai $Sig < 0,05$ H_0 ditolak
Jika nilai $Sig > 0,05$ H_0 diterima
2. Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ H_0 ditolak
Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ H_0 diterima

Tabel 4. 18 Hasil Uji Persial (Uji T)

Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig	Alpha	Keterangan
Gaya hidup	3,562	1,659	0,001	0,05	Berpengaruh

Sumber: data diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.18 didapatkan perhitungan pada variabel gaya hidup (X2) diperoleh nilai t hitung sebesar 3,562 sedangkan nilai t tabel dengan rumus ($df = N-K$) ($df = 108-2 = 106$) adalah 1,659 jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ 3,562 > 1,659

tabel 1,659 dan Sig 0,001 < alpha 0,05. Dengan demikian Ho ditolak dan Ha diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel gaya hidup (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) produk pada coffee Shop Starbucks Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung.

4.8 Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

4.8.1 Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

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

Pengujian secara bersama-sama dilakukan untuk menguji hipotesis :

Ho : Kelas Sosial (X1) dan Gaya Hidup (X2) tidak berpengaruh secara signifikansi terhadap Keputusan Pembelian (Y) produk pada *coffee shop* Starbucks Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung.

Ha : Kelas Sosial (X1) dan Gaya Hidup (X2) berpengaruh Signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) produk pada *coffee shop* Starbucks Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung.

Kriteria pengujian :

1. Jika nilai F hitung > F tabel maka Ho ditolak
Jika nilai F hitung < F tabel maka Ho diterima
2. Jika nilai Sig < 0,05 maka Ho ditolak
Jika nilai Sig > 0,05 maka Ho diterima

Tabel 4. 19 Hasil Uji Simultan (Uji F)

Variabel	F _{hitung}	F _{tabel}	Sig	Alpha	Keterangan
Kelas sosial dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian	19,904	3,08	0,000	0,05	Berpegaruh

Sumber: data diolah tahun 2023

Pengujian Anova digunakan untuk mengetahui tingkat pengaruh nyata variabel kelas sosial (X1) dan gaya hidup (X2) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) secara bersama-sama. Untuk pengujian uji F dengan tingkat kepercayaan 95% atau Alpha 5% dan derajat kebebasan pengambilan sebesar $k-1=2$ dan derajat kebebasan penyebut sebesar $n-k = 108-2=106$ sehingga dapat diperoleh nilai F tabel 3,08 dan F hitung sebesar 19,904.

Berdasarkan tabel 4.19, hasil analisis data diperoleh nilai F hitung sebesar 19,904 sedangkan nilai F tabel 3,08. Dengan demikian nilai F hitung $>$ F tabel atau Sig $<$ Alpha maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel kelas sosial (X1) dan gaya hidup (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y) produk pada coffee shop Starbucks Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung.

4.9 Pembahasan

4.9.1 Pembahasan Pengaruh Kelas Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada *Coffee Shop* Starbucks Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, didapatkan hasil perhitungan pada variabel kelas sosial terhadap keputusan pembelian, diperoleh nilai Sig (0,542) $>$ Alpha (0,05). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa variabel kelas sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk pada *coffee shop* Starbucks Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung. Hasil analisis yang dilakukan penelitian ini relevan sejalan dengan penelitian yang dilakukan Ferawati (2018), bahwa kelas sosial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Menurut Sudaryono (2014) Kelas Sosial adalah kelas sosial yang memiliki tingkatan-tingkatan dari yang paling rendah sampai yang paling tinggi. Dengan demikian pengaruh kelas sosial terhadap perilaku pembelian

konsumen untuk kebutuhan sehari-hari akan berbeda-beda. Untuk kelas sosial diatas atau lebih tinggi akan memilih sesuatu sesuai dengan kelasnya, dan dengan biaya yang lebih mahal serta produk yang memiliki merek yang berkualitas untuk menunjukkan kelas sosialnya, sedangkan untuk kelas sosial yang lebih rendah adalah kebalikannya.

Besarnya pengaruh kelas sosial dalam pengambilan keputusan pembelian terlihat dari pembelian akan kebutuhan untuk sehari-hari, bagaimana seseorang dalam memberi barang dalam kelas sosial begitu berbeda. Untuk kelas sosial dari status yang lebih tinggi akan membeli kebutuhan yang bermerek terkenal, ditempat yang khusus dengan harga yang cukup mahal. Sedangkan untuk kelas sosial dari status yang lebih rendah akan membeli barang kebutuhan yang sesuai dengan kemampuannya dan di tempat yang biasa saja.

4.9.2 Pembahasa Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada *Coffee Shop Starbucks Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung*

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, didapatkan hasil perhitungan pada variabel Gaya hidup terhadap keputusan pembelian, diperoleh nilai $t_{hitung} (3,562) > t_{tabel} (1,659)$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk pada *coffee shop Starbucks Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung*. Hasil analisis yang dilakukan penelitian ini relevan sejalan dengan penelitian yang dilakukan Qadavi Ridwan Nur (2021), bahwa Gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Patricia, Astuti (2016) memaparkan bahwa semakin mewah dan hedonis gaya hidup seseorang, maka akan meningkatkan perilaku konsumsi seseorang, sebab gaya hidup yang mewah akan menimbulkan keinginan akan barang-barang mewah pula, sehingga sekala prioritas tidak

dipikirkan. Sehingga Gaya Hidup adalah bagaimana seseorang menjalankan konsep dirinya yang ditentukan oleh karakteristik individu, yang terbangun sejak lahir, Gaya Hidup terkait dengan bagaimana seseorang hidup dan menghabiskan uangnya untuk kebutuhan citra dan penampilan dirinya.

4.9.3 Pembahasan Pengaruh Kelas Sosial dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada *Coffee Shop* Starbucks Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung

Berdasarkan analisis regresi linier berganda, didapatkan hasil perhitungan pada variabel kelas sosial dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian, diperoleh nilai F_{hitung} (19,904) > F_{tabel} (3,08). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat diambil keputusan bahwa variabel kelas sosial dan gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk pada *coffee shop* Starbucks Mall Boemi Kedaton Bandar Lampung. Hasil analisis yang dilakukan penelitian ini relevan sejalan dengan penelitian yang dilakukan Paulia Priska Isyana dan Sujana (2020), bahwa gaya hidup dan kelas sosial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada *coffee shop* Starbucks di kota Bogor.

Menurut Kotler dan Armstrong (2016) mendefinisikan keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Berdasarkan penelitian Ferawati (2018) yang mengemukakan faktor kelas sosial, keluarga, gaya hidup, dan motivasi terhadap keputusan konsumen untuk berbelanja dipasar moderen dengan hasil penelitian faktor kelas sosial, keluarga, gaya hidup, dan motivasi secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen untuk berbelanja dipasar moderen.