

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Menurut (Bernard, 2018) Deskripsi data adalah fakta tentang orang, tempat, kejadian, dan hal-hal yang penting bagi organisasi dan menjadi kumpulan fakta dan angka yang dapat diolah menjadi informasi yang bermanfaat. Dalam deskripsi data ini penulis akan menggambarkan kondisi responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini berdasarkan karakteristik responden.

4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden

Deskripsi responden dalam penelitian ini menjelaskan karakteristik responden berdasarkan usia, jenis kelamin, domisili, pekerjaan, dan penghasilan perbulan. Berikut hasil karakteristik responden:

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Presentase
17 – 20 Tahun	25	7,8 %
21 – 25 Tahun	102	31,9 %
26 – 30 Tahun	91	28,4 %
31 – 35 Tahun	56	16,9 %
36 – 40 Tahun	31	9,7 %
41 – 45 Tahun	14	4,4 %
46 – 50 Tahun	3	0,9 %
> 50 Tahun	0	0 %
Total	320	100 %

Sumber: data diolah (2022).

Tabel 4.1 menunjukkan total keseluruhan data adalah 320 responden yang didominasi oleh usia 21 – 25 Tahun sebanyak 102 atau 31,9 %, diurutkan kedua adalah responden yang berusia 26 – 30 tahun sebanyak 91 atau 28,4 %, diurutkan ketiga adalah responden yang berusia 31 – 35 tahun sebanyak 56 atau 16,9%. Data selanjutnya adalah data

karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, yang diringkas pada tabel 4.2 yaitu:

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Pria	31	9,7 %
Wanita	289	90,3 %
Total	320	100 %

Sumber: data diolah (2022).

Tabel 4.2 menunjukkan total keseluruhan data adalah 320 responden yang didominasi oleh wanita sebanyak 289 responden atau sebesar 90,3 %. Data selanjutnya adalah data karakteristik responden berdasarkan domisili, yang diringkas pada tabel 4.3 yaitu:

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

Provinsi	Jumlah	Persentase
DKI Jakarta	30	9,4 %
Jawa Barat	27	8,4 %
Jawa Tengah	24	7,5 %
Jawa Timur	22	6,9 %
Kalimantan Barat	17	5,7 %
DI Yogyakarta	16	5,0 %
Sumatera Selatan	13	4,1 %
Sumatera Barat	13	4,1 %
Jambi	12	3,8 %
Banten	12	3,8 %
Bangka Belitung	11	3,4 %
Riau	10	3,10%
Lampung	10	3,10%
Sulawesi Barat	10	2,9 %
Kalimantan Selatan	10	3,1 %

Bengkulu	8	2,5 %
Sulawesi Tengah	8	2,8 %
Kep Riau	7	2,2 %
Kalimantan Tengah	7	2,2 %
Aceh	6	1,9 %
Kalimantan Timur	6	1,9 %
Bali	6	1,9 %
Sumatera Utara	5	1,6 %
Sulawesi Utara	5	1,6 %
Gorontalo	5	1,6 %
Sulawesi Tenggara	5	1,6 %
Kalimantan Utara	4	1,3 %
Nusa Tenggara Timur	3	0,9 %
Sulawesi Selatan	3	0,9 %
Nusa Tenggara Barat	2	0,6 %
Maluku Utara	2	0,6 %
Papua	1	0,3 %
Total	320	100%

Sumber: data diolah (2022).

Tabel 4.3 menunjukkan total keseluruhan data adalah 320 responden yang didominasi responden yang berdomisili di provinsi DKI Jakarta sebanyak 30 responden atau sebesar 9,4%, lalu sebanyak 27 responden atau 8,4 % yang berdomisili di provinsi Jawa Barat, lalu sebanyak 24 responden atau 7,5% yang berdomisili di provinsi Jawa Tengah. Data selanjutnya adalah data karakteristik responden berdasarkan pekerjaan, yang diringkas pada tabel 4.4 yaitu:

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pelajar / Mahasiswa	98	30,6 %
Karyawan Swasta	82	25,6 %
Wiraswasta	40	12,5 %
PNS	36	11,3 %

BUMN	25	7,8 %
Ibu Rumah Tangga	23	7,2 %
Freelance	10	3,1 %
Dokter	2	0,6%
Perawat	1	0,3 %
Chef	1	0,3 %
Bidan	1	0,3 %
TNI	1	0,3 %
Total	320	100%

Sumber: data diolah (2022).

Tabel 4.4 menunjukkan total keseluruhan data adalah 320 responden yang didominasi oleh responden yang berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 98 atau sebesar 30,6%, lalu sebanyak 82 responden atau 25,6% bekerja sebagai karyawan swasta, lalu sebanyak 40 responden atau 12,5% bekerja sebagai wiraswasta. Data selanjutnya adalah data karakteristik responden berdasarkan penghasilan perbulan, yang diringkas pada tabel 4.5 yaitu:

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan

Penghasilan Perbulan	Jumlah	Persentase
< Rp. 1.000.000	22	6,9 %
Rp. 1.100.000 – Rp. 3.000.000	64	20 %
Rp. 3.100.000 – Rp. 5.000.000	75	23,4 %
Rp. 5.100.000 – Rp. 7.000.000	106	33,1 %
Rp. 7.100.000 – Rp. 9.000.000	29	9,1 %
Rp. 9.100.000 – Rp. 11.000.000	9	2,8 %
Rp. 11.100.000 – Rp. 13.000.000	9	2,8 %
Rp. 13.100.000 – Rp. 15.000.000	2	0,6 %
> Rp. 15.100.000	4	1,3 %

Total	320	100 %
--------------	------------	--------------

Sumber: data diolah (2022).

Tabel 4.5 menunjukkan total keseluruhan data adalah 320 responden yang didominasi oleh responden yang berpenghasilan perbulan Rp. 5.100.000 – Rp. 7.000.000 sebanyak 106 atau sebesar 33,1 %, dan sebanyak 75 responden atau 23,4% berpenghasilan Rp. 3.1000.000 – 5.000.000 perbulan, lalu sebanyak 64 responden atau 20 % berpenghasilan Rp.1.000.000 – 3.000.000 perbulan.

4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden

Berikut hasil data dalam penelitian analisis faktor pembelian produk The Body Shop, yang diperoleh dari penyebaran kuesioner online kepada 320 responden, sebagai berikut:

Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden

No	Pertanyaan	Jawaban			
		Tidak		Ya	
		F	%	F	%
1.	Pengetahuan lingkungan	147	45,9 %	173	54,1 %
2.	Memenuhi kebutuhan	55	17,2 %	265	82,8 %
3.	Harga terjangkau	162	50,6 %	158	49,4 %
4.	Kualitas produk	66	20,6 %	254	79,4 %
5.	Kepercayaan merek	45	14,1 %	275	85,9 %
6.	Cocok dengan kulit	35	10,9 %	285	89,1 %
7.	Iklan	157	49,1 %	163	50,9 %
8.	Online review	58	18,1 %	282	81,9 %
9.	Green advertising	172	53,8 %	148	46,3 %
10.	Brand image	110	34,4 %	210	65,6 %
11.	Prinsip brand	89	27,8 %	231	72,2 %
12.	Norma personal	165	51,6 %	155	48,4 %
13.	Potongan Harga	115	35,9 %	205	64,1 %
14.	Reward	181	56,6 %	139	43,4 %
15.	Varian produk banyak	73	22,8 %	247	77,2 %
16.	Rekomendasi dari orang lain	123	38,4 %	197	61,6 %
17.	Kepedulian lingkungan	139	43,4 %	181	56,6 %
18.	Bersedia membayar lebih	123	38,4 %	197	61,6 %
19.	Pengalaman brand	81	25,3 %	239	74,7 %
20.	Rekomendasi dari keluarga dan teman	109	34,1 %	211	65,9 %
21.	Takut ketinggalan zaman	195	60,9 %	195	35,1 %
22.	Kemasan	92	28,7 %	288	71,3 %

23.	Kemasan ramah lingkungan	128	40 %	197	60 %
24.	Pengetahuan tentang merek	73	22,8 %	247	77,2 %
25.	Rasa tanggung jawab melindungi lingkungan	159	49,7 %	151	60,3 %
26.	Loyalitas	104	32,5%	216	67,5%

Sumber: data diolah (2022).

Keterangan:

F = Frekuensi / Jumlah

% = Nilai persentase

Tabel 4.6 diatas adalah jawaban dari responden yang memilih jawaban (Ya) dengan persentase tertinggi terdapat pada pertanyaan nomer 6, yaitu “memilih The Body Shop karena cocok dengan kulit” berjumlah 285 responden (89,1 %). Sedangkan jawaban (Tidak) dengan persentase tertinggi terdapat pada pertanyaan nomer 21, yaitu “karena kemasan” yang berjumlah 195 responden (60,9 %).

4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

4.2.1 Hasil Uji Validitas

Tabel 4.7 Tabel Hasil Uji Validitas 320 Responden

Pertanyaan	Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
Pengetahuan lingkungan	0,000	0,05	Sig < alpha	Valid
Memenuhi kebutuhan	0,000	0,05	Sig < alpha	Valid
Harga terjangkau	0,000	0,05	Sig < alpha	Valid
Kualitas produk	0,000	0,05	Sig < alpha	Valid
Kepercayaan merek	0,000	0,05	Sig < alpha	Valid
Cocok dengan kulit	0,000	0,05	Sig < alpha	Valid
Iklan	0,000	0,05	Sig < alpha	Valid
Online review	0,000	0,05	Sig < alpha	Valid

Green advertising	0,000	0,05	Sig < alpha	Valid
Brand image	0,000	0,05	Sig < alpha	Valid
Prinsip brand	0,000	0,05	Sig < alpha	Valid
Norma personal	0,000	0,05	Sig < alpha	Valid
Potongan Harga	0,000	0,05	Sig < alpha	Valid
Reward	0,000	0,05	Sig < alpha	Valid
Varian produk banyak	0,000	0,05	Sig < alpha	Valid
Rekomendasi dari orang lain	0,000	0,05	Sig < alpha	Valid
Kepedulian lingkungan	0,000	0,05	Sig < alpha	Valid
Bersedia membayar lebih	0,000	0,05	Sig < alpha	Valid
Pengalaman brand	0,000	0,05	Sig < alpha	Valid
Rekomendasi dari keluarga dan teman	0,000	0,05	Sig < alpha	Valid
Takut ketinggalan zaman	0,000	0,05	Sig < alpha	Valid
Kemasan	0,000	0,05	Sig < alpha	Valid
Kemasan ramah lingkungan	0,000	0,05	Sig < alpha	Valid
Pengetahuan tentang merek	0,000	0,05	Sig < alpha	Valid
Rasa tanggung jawab melindungi lingkungan	0,000	0,05	Sig < alpha	Valid
Loyalitas	0,000	0,05	Sig < alpha	Valid

Sumber : Data diolah 2022

Tabel 4.7 diatas, menunjukkan bahwa semua item valid. Dengan demikian pertanyaan yang dinyatakan tidak valid tidak dapat digunakan dalam penelitian.

4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Setelah uji validitas maka dilakukan uji reliabilitas terhadap masing-masing instrument dengan menggunakan rumus alpha Cronbach dengan bantuan program SPSS seri 25. Hasil uji reliabilitas setelah dikonsultasikan dengan daftar interpretasi koefisien r dapat dilihat

pada tabel berikut:

Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien Cronbach Alpha	Kondisi	Simpulan
Keputusan Pembelian	0,865	0,8000 – 0,10000	Sangat Tinggi

Sumber : Data diolah 2022

Tabel 4.8 diatas, menunjukkan bahwa nilai Cronbach alpha sebesar 0,865 dalam penelitian analisis faktor pembelian produk The Body Shop, dengan tingkat reliabilitas sangat tinggi.

4.3 Hasil Analisis Data

4.3.1 Hasil Uji Cochran

Untuk mengetahui apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian The Body Shop digunakan uji cochrans. Dalam penelitian ini terdapat tujuh belas faktor yang diduga menjadi penentu keputusan pembelian The Body Shop. Untuk mencari faktor yang akan menjadi penentu dalam keputusan pembelian produk The Body Shop data yang diperoleh akan diolah dengan uji Cochran pada SPSS seri 25.

Tabel 4.9 Hasil Jawaban Responden

No	Pertanyaan	Jawaban	
		Tidak	Ya
1.	Pengetahuan lingkungan	147	173
2.	Memenuhi kebutuhan	55	265
3.	Harga terjangkau	162	158
4.	Kualitas produk	66	254
5.	Kepercayaan merek	45	275
6.	Cocok dengan kulit	35	285
7.	Iklan	157	163
8.	Online review	58	282
9.	Green advertising	172	148

10.	Brand image	110	210
11.	Prinsip brand	89	231
12.	Norma personal	165	155
13.	Potongan Harga	115	205
14.	Reward	181	139
15.	Varian produk banyak	73	247
16.	Rekomendasi dari orang lain	123	197
17.	Kepedulian lingkungan	139	181
18.	Bersedia membayar lebih	123	197
19.	Pengalaman brand	81	239
20.	Rekomendasi dari keluarga dan teman	109	211
21.	Takut ketinggalan zaman	195	195
22.	Kemasan	92	288
23.	Kemasan ramah lingkungan	128	197
24.	Pengetahuan tentang merek	73	247
25.	Rasa tanggung jawab melindungi lingkungan	159	151
26.	Loyalitas	104	216

Sumber : Data diolah 2022

1. Langkah Pertama

Langkah pertama adalah pengujian 26 faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk The Body Shop. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan *Chi-Square* tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas (df) $k-1 = 26-1=25$. Tabel diperoleh sebesar 844,531 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Test Statistics

N	320
Cochran's Q	844.531
Df	25
Asymp. Sig	.000

Sumber : Data diolah 2022

Gambar 4.1 Hasil Uji Cochran Q (Langkah Pertama)

Dari Gambar 4.1 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 844,531 karena nilai Q $844,531 > X^2$ tabel 35,172 ($df = k-1 = 25-1=24$),

hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,000 yang berarti kemungkinan jawaban ya adalah berbeda untuk seluruh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk The Body Shop. Maka proses analisis *Cochran Q Test* dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis *Cochran Q Test*. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah pertama terdapat 1 faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu faktor “**Q14 Reward**” dengan 139 jawaban Ya, selanjutnya faktor tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (*Asymtotic Significante*) lebih dari 0,05 atau nilai *Cochran Q* lebih kecil dari *Chi-square tabel*.

2. Langkah Kedua

Langkah Kedua adalah pengujian 25 faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk The Body Shop. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan *Chi-Square* tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas (df) $k-1 = 25-1=24$. Tabel diperoleh sebesar 731,403 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Test Statistics

N	320
Cochran's Q	731.403
Df	24
Asymp. Sig	.000

Sumber : Data diolah 2022

Gambar 4.2 Hasil Uji Cochran Q (Langkah Kedua)

Dari Gambar 4.2 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 731,403 karena nilai Q $731,403 > X^2$ tabel 33,924 ($df = k-1 = 24-1=23$), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,000 yang berarti kemungkinan jawaban Ya adalah berbeda untuk seluruh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk The Body Shop. Maka proses analisis *Cochran Q Test* dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis *Cochran Q Test*. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah pertama terdapat 1 faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu faktor “**Q9 Green Advertising**” dengan 148 jawaban Ya, selanjutnya faktor tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (*Asymptotic Significante*) lebih dari 0,05 atau nilai *Cochran Q* lebih kecil dari *Chi-square* tabel.

3. Langkah Ketiga

Langkah Ketiga adalah pengujian 24 faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk The Body Shop. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan *Chi-Square* tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas ($df = k-1 = 24-1=23$) Tabel diperoleh sebesar 639.488 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Test Statistics

N	320
Cochran's Q	639.488 ^a
Df	23
Asymp. Sig	.000

Sumber : Data diolah 2022

Gambar 4.3 Hasil Uji Cochran (Langkah Ketiga)

Dari Gambar 4.3 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 639.488 karena nilai $Q\ 639.488 > X^2$ tabel 32,670 ($df = k-1 = 23-1=22$), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,000 yang berarti kemungkinan jawaban Ya adalah berbeda untuk seluruh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk The Body Shop. Maka proses analisis *Cochran Q Test* dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis *Cochran Q Test*. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah pertama terdapat 1 faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu faktor **“Q25 Rasa Tanggung Jawab Melingungi Lingkungan”** dengan 151 jawaban Ya, selanjutnya faktor tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (*Asymtotic Significante*) lebih dari 0,05 atau nilai *Cochran Q* lebih kecil dari *Chi-square* tabel.

4. Langkah Keempat

Langkah Keempat adalah pengujian 23 faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk The Body Shop. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan *Chi-Square* tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas ($df = k-1 = 23-1=22$) Tabel diperoleh sebesar 562.703 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Test Statistics

N	320
Cochran's Q	562.703 ^a

Df	22
Asymp. Sig	.000

Sumber : Data diolah 2022

Gambar 4.4 Hasil Uji Cochran (Langkah Keempat)

Dari Gambar 4.4 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 562.703 karena nilai Q $562.703 > X^2$ tabel 31,410 ($df = k-1 = 22-1=21$), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,000 yang berarti kemungkinan jawaban Ya adalah berbeda untuk seluruh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk The Body Shop. Maka proses analisis *Cochran Q Test* dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis *Cochran Q Test*. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah pertama terdapat 1 faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu faktor “**Q12 Norma Personal**” dengan 155 jawaban Ya, selanjutnya faktor tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (*Asymtotic Significante*) lebih dari 0,05 atau nilai *Cochran Q* lebih kecil dari *Chi-square* tabel.

5. Langkah Kelima

Langkah Kelima adalah pengujian 22 faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk The Body Shop. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan *Chi-Square* tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas ($df = k-1 = 22-1=21$) Tabel diperoleh

sebesar 491,755 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

N	320
Cochran's Q	491.755 ^a
Df	21
Asymp. Sig	.000

Sumber : Data diolah 2022

Gambar 4.5 Hasil Uji Cochran Q (Langkah Kelima)

Dari tabel Gambar 4.5 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 491,755 karena nilai $491,755 > X^2$ tabel 30,143 ($df = k-1 = 21-1=20$), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,000 yang berarti kemungkinan jawaban Ya adalah berbeda untuk seluruh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk The Body Shop. Maka proses analisis *Cochran Q Test* dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis *Cochran Q Test*. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah pertama terdapat 1 faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu faktor **“Q3 Harga Terjangkau”** dengan 158 jawaban Ya, selanjutnya faktor tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (*Asymtotic Significante*) lebih dari 0,05 atau nilai *Cochran Q* lebih kecil dari *Chi-square tabel*.

6. Langkah Keenam

Langkah Keenam adalah pengujian 21 faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk The Body Shop. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan *Chi-Square* tabel ($df = k-1$

dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas ($df = k-1 = 21-1=20$) Tabel diperoleh sebesar 426,009 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

N	320
Cochran's Q	426.009 ^a
Df	20
Asymp. Sig	.000

Sumber : Data diolah 2022

Gambar 4.6 Hasil Uji Cochran Q (Langkah Keenam)

Dari tabel Gambar 4.6 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 426,009 karena nilai $Q > X^2$ tabel 28,863 ($df = k-1 = 19-2=17$), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,000 yang berarti kemungkinan jawaban Ya adalah berbeda untuk seluruh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk The Body Shop. Maka proses analisis *Cochran Q Test* dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis *Cochran Q Test*. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah pertama terdapat 2 faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu faktor **“Q7 Iklan”** dengan masing masing jawaban Ya adalah 163, selanjutnya faktor tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (*Asymtotic Significante*) lebih dari 0,05 atau nilai *Cochran Q* lebih kecil dari *Chi-square tabel*.

7. Langkah Ketujuh

Langkah Ketujuh adalah pengujian 19 faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk The Body Shop. Pengujian statistik

dilakukan dengan cara menggunakan *Chi-Square* tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas ($df = k-1 = 19-1=18$) Tabel diperoleh sebesar 310,996 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

N	320
Cochran's Q	310.996 ^a
Df	18
Asymp. Sig	.000

Sumber : Data diolah 2022

Gambar 4.7 Hasil Uji Cochran Q (Langkah Ketujuh)

Dari Gambar 4.7 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 310,996 karena nilai $Q\ 310,996 > X^2$ tabel 27,587 ($df = k-1 = 18-1=17$), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,000 yang berarti kemungkinan jawaban Ya adalah berbeda untuk seluruh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk The Body Shop. Maka proses analisis *Cochran Q Test* dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis *Cochran Q Test*. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah pertama terdapat 1 faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu faktor **“Q1 Pengetahuan Lingkungan”** dengan 173 jawaban Ya, selanjutnya faktor tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (*Asymtotic Significante*) lebih dari 0,05 atau nilai *Cochran Q* lebih kecil dari *Chi-square* tabel.

8. Langkah Kedelapan

Langkah Kedelapan adalah pengujian 18 faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk The Body Shop. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan *Chi-Square* tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas ($df = k-1 = 18-1=17$) Tabel diperoleh sebesar 263,342 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Test Statistics

N	320
Cochran's Q	263.342 ^a
Df	17
Asymp. Sig	.000

Sumber : Data diolah 2022

Gambar 4.8 Hasil Uji Cochran Q (Langkah Kedelapan)

Dari Gambar 4.8 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 263,342 karena nilai $Q\ 263,342 > X^2$ tabel 26,296 ($df = k-1 = 17-1=16$), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,000 yang berarti kemungkinan jawaban Ya adalah berbeda untuk seluruh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk The Body Shop. Maka proses analisis *Cochran Q Test* dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis *Cochran Q Test*. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah pertama terdapat 1 faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu faktor **“Q17 Kepedulian Lingkungan”** dengan 181 jawaban Ya, selanjutnya faktor tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (*Asymtotic Significante*) lebih dari 0,05 atau nilai *Cochran Q* lebih kecil dari *Chi-square tabel*.

9. Langkah kesembilan

Langkah kesembilan adalah pengujian 16 faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk The Body Shop. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan *Chi-Square* tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas ($df = k-1 = 17-1=16$) Tabel diperoleh sebesar 184.637 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Test Statistics

N	320
Cochran's Q	184.637 ^a
Df	16
Asymp. Sig	.000

Sumber : Data diolah 2022

Gambar 4.9 Hasil Uji Cochran Q (Langkah Kesembilan)

Dari Gambar 4.9 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 184.637 karena nilai $Q 184.637 > X^2$ tabel 24,995 ($df = k-1 = 17-1=15$), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,000 yang berarti kemungkinan jawaban Ya adalah berbeda untuk seluruh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk The Body Shop. Maka proses analisis *Cochran Q Test* dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis *Cochran Q Test*. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah pertama terdapat 1 faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu faktor **“Q21 Takut Ketinggalan Jaman”** dengan 288 jawaban Ya, selanjutnya faktor tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig.

(*Asymtotic Significante*) lebih dari 0,05 atau nilai *Cochran Q* lebih kecil dari *Chi-square tabel*.

10. Langkah Kesepuluh

Langkah Kesepuluh adalah pengujian 16 faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk The Body Shop. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan *Chi-Square* tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas ($df = k-1 = 16-1=15$) Tabel diperoleh sebesar 184,637 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Test Statistics

N	320
Cochran's Q	158.206 ^a
Df	15
Asymp. Sig	.000

Sumber : Data diolah 2022

Gambar 4.10 Hasil Uji Cochran Q (Langkah Kesepuluh)

Dari Gambar 4.10 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 184,637 karena nilai Q $184,637 > X^2$ tabel 23,684 ($df = k-1 = 17-1=14$), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,000 yang berarti kemungkinan jawaban Ya adalah berbeda untuk seluruh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk The Body Shop. Maka proses analisis *Cochran Q Test* dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis *Cochran Q Test*. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah pertama terdapat 1 faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu faktor **“Q16 Rekomendasi Orang lain dan Q18**

Bersedia Membayar Lebih” dengan 197 jawaban Ya, selanjutnya faktor tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (*Asymtotic Significante*) lebih dari 0,05 atau nilai *Cochran Q* lebih kecil dari *Chi-square tabel*.

11. Langkah kesebelas

Langkah kesebelas adalah pengujian 14 faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk The Body Shop. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan *Chi-Square* tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas ($df = k-1 = 14-1=13$) Tabel diperoleh sebesar 138.031 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Test Statistics

N	320
Cochran's Q	138.031 ^a
Df	14
Asymp. Sig	.000

Sumber : Data diolah 2022

Gambar 4.11 Hasil Uji Cochran Q (Langkah Kesebelas)

Dari Gambar 4.11 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 138.031 karena nilai $Q > X^2$ tabel 22,362 ($df = k-1 = 17-1=13$), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,000 yang berarti kemungkinan jawaban Ya adalah berbeda untuk seluruh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk The Body Shop. Maka proses analisis *Cochran Q Test* dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis *Cochran Q Test*. Berdasarkan tabel frekuensi

Langkah pertama terdapat 1 faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu faktor “**Q13 Potongan Harga**” dengan 205 jawaban Ya, selanjutnya faktor tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (*Asymptotic Significante*) lebih dari 0,05 atau nilai *Cochran Q* lebih kecil dari *Chi-square tabel*.

12. Langkah keduabelas

Langkah keduabelas adalah pengujian 13 faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk The Body Shop. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan *Chi-Square* tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas ($df = k-1 = 13-1=12$) Tabel diperoleh sebesar 111.614 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Test Statistics

N	320
Cochran's Q	111.614 ^a
Df	13
Asymp. Sig	.000

Sumber : Data diolah 2022

Gambar 4.12 Hasil Uji Cochran Q (Langkah Keduabelas)

Dari Gambar 4.12 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 111.614 karena nilai $Q = 111.614 > X^2$ tabel 21,026 ($df = k-1 = 13-1=12$), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,000 yang berarti kemungkinan jawaban Ya adalah berbeda untuk seluruh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk The Body Shop. Maka proses analisis *Cochran Q Test* dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu faktor yang

mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis *Cochran Q Test*. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah pertama terdapat 1 faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu faktor “**Q10 Brand Image**” dengan 210 jawaban Ya, selanjutnya faktor tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai *Asymp. Sig. (Asymptotic Significante)* lebih dari 0,05 atau nilai *Cochran Q* lebih kecil dari *Chi-square tabel*.

13. Langkah ketigabelas

Langkah ketigabelas adalah pengujian 12 faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk The Body Shop. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan *Chi-Square* tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas ($df = k-1 = 12-1=11$) Tabel diperoleh sebesar 90.886 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Test Statistics

N	320
Cochran's Q	90.886 ^a
Df	12
Asymp. Sig	.000

Sumber : Data diolah 2022

Gambar 4.13 Hasil Uji Cochran Q (Langkah Ketigabelas)

Dari Gambar 4.13 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 90.886 karena nilai $Q > X^2$ tabel 19,675 ($df = k-1 = 12-1=11$), hasil pengolahan data menunjukkan *Asymp. Sig* bernilai 0,000 yang berarti kemungkinan jawaban Ya adalah berbeda untuk seluruh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk

The Body Shop. Maka proses analisis *Cochran Q Test* dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis *Cochran Q Test*. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah pertama terdapat 1 faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu faktor “**Q20 Rekomendasi dari Keluarga dan Teman**” dengan 211 jawaban Ya, selanjutnya faktor tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai *Asymp. Sig. (Asymtotic Significante)* lebih dari 0,05 atau nilai *Cochran Q* lebih kecil dari *Chi-square tabel*.

14. Langkah Keempatbelas

Langkah keempatbelas adalah pengujian 11 faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk The Body Shop. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan *Chi-Square* tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas ($df = k-1 = 11-1=10$) Tabel diperoleh sebesar 58.781 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Test Statistics

N	320
Cochran's Q	58.781 ^a
Df	11
Asymp. Sig	.000

Sumber : Data diolah 2022

Gambar 4.14 Hasil Uji Cochran Q (Langkah Keempatbelas)

Dari tabel Gambar 4.14 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 58.781 karena nilai $Q 58.781 > X^2$ tabel 19,675 ($df = k-1 = 11-1=10$), hasil pengolahan data menunjukkan *Asymp. Sig* bernilai

0,000 yang berarti kemungkinan jawaban Ya adalah berbeda untuk seluruh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk The Body Shop. Maka proses analisis *Cochran Q Test* dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis *Cochran Q Test*. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah pertama terdapat 1 faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu faktor “**Q26 Loyalitas**” dengan 216 jawaban Ya, selanjutnya faktor tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai *Asymp. Sig. (Asymptotic Significante)* lebih dari 0,05 atau nilai *Cochran Q* lebih kecil dari *Chi-square tabel*.

15. Langkah Kelimabelas

Langkah kelimabelas adalah pengujian 9 faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk The Body Shop. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan *Chi-Square* tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas ($df = k-1 = 9-1=8$) Tabel diperoleh sebesar 38.357 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Test Statistics

N	320
Cochran's Q	38.357 ^a
Df	8
Asymp. Sig	.000

Sumber : Data diolah 2022

Gambar 4.15 Hasil Uji Cochran Q (Langkah Keliambelas)

Dari tabel Gambar 4.15 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 38.357 karena nilai $Q > X^2$ tabel 16,919 ($df = k-1 = 9-1=8$), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,000 yang berarti kemungkinan jawaban Ya adalah berbeda untuk seluruh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk The Body Shop. Maka proses analisis *Cochran Q Test* dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis *Cochran Q Test*. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah pertama terdapat 1 faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu faktor **“Q11 Prinsip Brand”** dengan 231 jawaban Ya, selanjutnya faktor tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (*Asymtotic Significante*) lebih dari 0,05 atau nilai *Cochran Q* lebih kecil dari *Chi-square* tabel.

16. Langkah keenambelas

Langkah keenambelas adalah pengujian 9 faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk The Body Shop. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan *Chi-Square* tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas ($df = k-1 = 9-1=8$) Tabel diperoleh sebesar 25.214 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Test Statistics

N	320
Cochran's Q	25.214 ^a
Df	8
Asymp. Sig	.000

Sumber : Data diolah 2022

Gambar 4.16 Hasil Uji Cochran Q (Langkah Keenambelas)

Dari Gambar 4.16 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 25.214 karena nilai $Q > X^2$ tabel 15,507 ($df = k-1 = 9-1=8$), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,000 yang berarti kemungkinan jawaban Ya adalah berbeda untuk seluruh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk The Body Shop. Maka proses analisis *Cochran Q Test* dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis *Cochran Q Test*. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah pertama terdapat 1 faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu faktor **“Q19 Pengalaman Brand”** dengan 239 jawaban Ya, selanjutnya faktor tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (*Asymptotic Significante*) lebih dari 0,05 atau nilai *Cochran Q* lebih kecil dari *Chi-square tabel*.

17. Langkah Ketujuhbelas

Langkah ketujuhbelas adalah pengujian 7 faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk The Body Shop. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan *Chi-Square* tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas ($df = k-1 = 8-1=7$) Tabel diperoleh sebesar 17.006 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Test Statistics

N	320
Cochran's Q	17.006 ^a
Df	6

Asymp. Sig	.001
-------------------	------

Sumber : Data diolah 2022

Gambar 4.17 Hasil Uji Cochran Q (Langkah Ketujuhbelas)

Dari Gambar 4.17 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 17.006 karena nilai $Q > X^2$ tabel 14,067 ($df = k-1 = 8-1=7$), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,000 yang berarti kemungkinan jawaban Ya adalah berbeda untuk seluruh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk The Body Shop. Maka proses analisis *Cochran Q Test* dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis *Cochran Q Test*. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah pertama terdapat 1 faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu faktor **“Q24 Pengetahuan Tentang Merek”** dengan 247 jawaban Ya, selanjutnya faktor tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (*Asymtotic Significante*) lebih dari 0,05 atau nilai *Cochran Q* lebih kecil dari *Chi-square tabel*.

18. Langkah Kedelapanbelas

Langkah kedelapanbelas adalah pengujian 6 faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk The Body Shop. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan *Chi-Square* tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas ($df = k-1 = 6-1=5$) Tabel diperoleh sebesar 13.691 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut :

Test Statistics

N	320
Cochran's Q	13.691 ^a
Df	5
Asymp. Sig	.009

Sumber : Data diolah 2022

Gambar 4.18 Hasil Uji Cochran Q (Langkah Kedelapanbelas)

Dari Gambar 4.18 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 13.691 karena nilai $Q > X^2$ tabel 12,591 ($df = k-1 = 7-1=6$), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,000 yang berarti kemungkinan jawaban Ya adalah berbeda untuk seluruh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk The Body Shop. Maka proses analisis *Cochran Q Test* dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis *Cochran Q Test*. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah pertama terdapat 1 faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu faktor “**Q15 Varian Produk Banyak**” dengan 247 jawaban Ya, selanjutnya faktor tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (*Asymtotic Significante*) lebih dari 0,05 atau nilai *Cochran Q* lebih kecil dari *Chi-square tabel*.

19. Langkah Kesembilanbelas

Langkah kesembilanbelas adalah pengujian 5 faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk The Body Shop. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan *Chi-Square tabel* ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas ($df = k-1 = 5-$

1=4) Tabel diperoleh sebesar 9.958 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Test Statistics

N	320
Cochran's Q	9.858 ^a
Df	4
Asymp. Sig	.018

Sumber : Data diolah 2022

Gambar 4.19 Hasil Uji Cochran Q (Langkah Kesembilanbelas)

Dari Gambar 4.19 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 9.958 karena nilai $Q 9.958 < X^2$ tabel 11,070 ($df = k-1 = 5-1=4$), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,000 yang berarti kemungkinan jawaban Ya adalah berbeda untuk seluruh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk The Body Shop. Maka proses analisis *Cochran Q Test* dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis *Cochran Q Test*. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah pertama terdapat 1 faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu faktor **“Q4 Kualitas Produk”** dengan 254 jawaban Ya, selanjutnya faktor tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (*Asymtotic Significante*) lebih dari 0,05 atau nilai *Cochran Q* lebih kecil dari *Chi-square* tabel.

20. Langkah Keduapuluh

Langkah keduapuluh adalah pengujian 4 faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk The Body Shop.

Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan *Chi-Square* tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas ($df = k-1 = 5-1=4$) Tabel diperoleh sebesar 6.666 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Test Statistics

N	320
Cochran's Q	6.666 ^a
Df	3
Asymp. Sig	.041

Sumber : Data diolah 2022

Gambar 4.20 Hasil Uji Cochran Q (Langkah Keduapuluh)

Dari Gambar 4.20 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 6.666 karena nilai $Q 6.666 < X^2$ tabel 9,487 ($df = k-1 = 5-1=4$), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,000 yang berarti kemungkinan jawaban Ya adalah berbeda untuk seluruh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk The Body Shop. Maka proses analisis *Cochran Q Test* dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis *Cochran Q Test*. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah pertama terdapat 1 faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu faktor **“Q2 Memenuhi Kebutuhan”** dengan 265 jawaban Ya, selanjutnya faktor tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (*Asymptotic Significante*) lebih dari 0,05 atau nilai *Cochran Q* lebih kecil dari *Chi-square tabel*.

21. Langkah Keduapuluhsatu

Langkah kedupuluhatsu adalah pengujian 3 faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk The Body Shop. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan *Chi-Square* tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas ($df = k-1 = 4-1=3$) Tabel diperoleh sebesar 3.173 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Test Statistics

N	320
Cochran's Q	3.173 ^a
Df	2
Asymp. Sig	.083

Sumber : Data diolah 2022

Gambar 4.21 Hasil Uji Cochran Q (Langkah Kedupuluhatsu)

Dari Gambar 4.21 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 3.173 karena nilai $Q 3.173 < X^2$ tabel 7,814 ($df = k-1 = 4-1=3$), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,009 yang berarti kemungkinan jawaban Ya adalah berbeda untuk seluruh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk The Body Shop. Maka proses analisis *Cochran Q Test* dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis *Cochran Q Test*. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah pertama terdapat 1 faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu faktor “**Q5 Kepercayaan Merek**” dengan 275 jawaban Ya, selanjutnya faktor tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (*Asymptotic*

Significante) lebih dari 0,05 atau nilai *Cochran Q* lebih kecil dari *Chi-square* tabel.

22. Langkah Keduapuluhdua

Langkah keduapuluhdua adalah pengujian 2 faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk The Body Shop. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan *Chi-Square* tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas ($df = k-1 = 2-1=2$) Tabel diperoleh sebesar 1.241 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Test Statistics

N	350
Cochran's Q	1.241 ^a
Df	2
Asymp. Sig	.024

Sumber : Data diolah 2022

Gambar 4.22 Hasil Uji Cochran Q (Langkah Keduapuluhdua)

Dari Gambar 4.22 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 1.241 karena nilai $Q 1.241 < X^2$ tabel 5,991 ($df = k-1 = 3-1=2$), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,024 yang berarti sudah memenuhi kriteria H_0 diterima, dikarenakan nilai Q hitung $< Q$ tabel 0,05 maka H_0 : diterima. Karena H_0 diterima, maka pengujian Cochran Q Test dihentikan.

Analisis faktor-faktor yang paling dominan dan saling berhubungan dalam membentuk suatu pengambilan keputusan pembelian produk The Body Shop, dilihat dari 26 atribut, Dalam hal ini, diperoleh faktor-faktor yang dominan dan saling berhubungan sebagai faktor

pembentuk pengambilan keputusan pembelian produk The Body Shop, sebagai berikut :

Dengan kriteria :

Jika $Q_{hitung} > Q_{tabel 0,5}$ maka H_0 : ditolak

Jika $Q_{hitung} < Q_{tabel 0,05}$ maka H_0 : diterima

Tabel 4.10 Tahap Uji Cochran Q

Tahap Penelitian	Q Hitung	X² Tabel	Uji Hipotesis	Jawaban (Ya) Terendah
1	639.488	32,670	Ditolak	Memenuhi kebutuhan
2	562.703	31,410	Ditolak	Online review
3	491.755	30,143	Ditolak	Kualitas produk
4	184.637	24,995	Ditolak	Kemasan
5	138.031	22,362	Ditolak	Rekomendasi dari keluarga dan teman
6	111.614	21,026	Ditolak	Brand image
7	90.886	7,814	Ditolak	Norma personal
8	58.781	19,675	Ditolak	Potongan Harga
9	58.781	19,675	Ditolak	Rekomendasi dari orang lain
10	58.781	19,675	Ditolak	Bersedia membayar lebih
11	38.537	18,307	Ditolak	Reward
12	38.357	16,919	Ditolak	Kemasan ramah lingkungan
13	25.214	15,507	Ditolak	Kepedulian lingkungan

14	17.006	14,067	Ditolak	Pengetahuan lingkungan
15	13.691	12,591	Ditolak	Iklan
16	844,531	35,172	Ditolak	Cocok dengan kulit
17	731,403	33,924	Ditolak	Kepercayaan merek
18	426,009	28,863	Ditolak	Varian produk banyak
19	426,009	28,863	Ditolak	Pengetahuan tentang merek
20	310,996	27,587	Ditolak	Pengalaman brand
21	184,637	23,684	Ditolak	Loyalitas
22	9.958	11,070	Diterima	Rasa tanggung jawab melindungi lingkungan
23	6.666	9,487	Diterima	Harga terjangkau
24	3.173	26,296	Diterima	Prinsip brand
25	3.173	7,814	Diterima	Takut ketinggalan zaman
26	1.241	5.991	Diterima	Green advertising

Sumber : Data diolah 2022

Berdasarkan Tabel 4.10 diatas, dapat dilihat bahwa uji Cochran diadakan adalah sebanyak 22 tahap setelah mengeluarkan beberapa faktor yang memiliki jawaban Ya terendah, untuk mencari faktor mana yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian produk The Body Shop. Dari 26 faktor akhirnya didapat 5 faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen melakukan keputusan pembelian produk The Body Shop.

Tabel 4.11 Daftar Peringkat Keputusan Pembelian Produk The Body Shop

Peringkat	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk The Body Shop
1	Rasa tanggung jawab melindungi lingkungan
2	Harga Terjangkau
3	Prinsip Brand
4	Takut ketinggalan zaman
5	Green advertising

Sumber : Data diolah 2022

4.4 Pembahasan

Akibat pandemi covid 19 pertumbuhan pasar kosmetik global turun 8% pada tahun 2020, presentase ini lebih rendah 13,25% dibandingkan pertumbuhannya pada tahun 2019 yang naik 5,25%. Di Indonesia, pencarian produk kecantikan yang aman dan ramah lingkungan telah meningkat sekitar 120 persen sejak pandemi terjadi. Kondisi serupa juga ditemui di banyak negara lain. (Anna, 2021). Dengan berkembangnya kesadaran lingkungan terhadap masyarakat, maka masyarakat mulai tertarik dengan produk yang ramah lingkungan. Dengan kondisi ini banyak perusahaan yang menciptakan produk ramah lingkungan. Saat ini kosmetik hijau menjadi salah satu pilihan masyarakat Indonesia yang ingin tampil cantik tanpa takut bahan kimia yang berbahaya jika dipakai di wajah dengan jangka yang panjang, ramah lingkungan dan melestarikan hewan.

Berdasarkan fenomena dan permasalahan tersebut maka faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen dalam membeli produk The Body Shop sangat menarik untuk diteliti. Maka dilakukanlah pengujian

terhadap 18 jawaban prasurvei mengenai alasan mereka memilih membeli produk The Body Shop melalui uji Cochran Q Test. Berdasarkan pengujian yang dilakukan secara bertahap dengan metode Cochran Q Test dalam mengeluarkan pernyataan yang memiliki jawaban “Ya” paling kecil, diperoleh hasil pada pengujian kedupuluh dua dengan nilai Q (Chi Square) yaitu 1.241 lebih kecil daripada X^2 tabel 5.991, maka keputusan pengujian hipotesis kelimabelas menyatakan H_0 diterima, dengan pernyataan nomor 25 : “Rasa Tanggung Jawab Melindungi Lingkungan”. Pernyataan nomor 3 : “Harga Terjangkau”. Pernyataan nomor 11 : “Perinsip Brand”. Pernyataan nomor 21 : “Takut Ketinggalan Zaman”. Pernyataan nomor 9 : “Green Advertising”.

Faktor pertama yang mempengaruhi Keputusan pembelian produk The Body Shop adalah “Rasa Tanggung Jawab Terhadap Lingkungan” berdasarkan landasan teori yang digunakan penelitian ini adalah, Manongko (2019) menyatakan bahwa produk hijau memiliki beberapa karakteristik. Artinya, produk tersebut bebas toksin, produk lebih tahan lama, produk menggunakan bahan baku yang dapat didaur ulang, produk menggunakan bahan baku dari bahan daur ulang, bahan yang dapat membahayakan lingkungan produk. Tidak digunakan. Penggunaan tidak mencemari lingkungan, menggunakan kemasan sederhana, menyediakan produk yang dapat diisi ulang, tidak membahayakan kesehatan manusia dan hewan, tidak menghabiskan banyak energi atau sumber daya lain untuk pemrosesan, penggunaan, dan penjualan Selama kami tidak menguji produk pada hewan. Tidak menghasilkan limbah dalam waktu singkat melalui pengemasan.

Faktor lain yang mempengaruhi Keputusan pembelian produk The Body Shop adalah “Harga Murah” berdasarkan landasan teori yang digunakan dalam penilaian ini adalah teori yang didefinisikan menurut Kotler dan Armstrong (2018: 430). Harga adalah jumlah semua nilai yang digunakan konsumen untuk

mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan produk atau layanan.

Faktor lainnya yang mempengaruhi Keputusan pembelian produk The Body Shop adalah “Takut Ktinggalan Zaman” berdasarkan landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori yang dikemukakan oleh Przybylski dkk. (2013), FOMO adalah “ketakutan yang meresap bahwa orang lain mungkin memiliki pengalaman yang bermanfaat yang tidak dimiliki oleh seseorang“ (hlm. 1841), dan yang mengarah pada keinginan untuk selalu terhubung dengan apa yang dilakukan orang lain. Perasaan ini mendorong penggunaan media sosial yang berlebihan untuk tetap terhubung dengan orang lain agar mendapatkan informasi dan terlibat dalam berbagai kegiatan sosial (Przybylski dkk., 2013).

Faktor lainnya yang mempengaruhi Keputusan pembelian produk The Body Shop adalah “Green Advertising” berdasarkan landasan teori yang digunakan dalam penilian ini adalah yang dikemukakan oleh Natekar (2021) mengatakan bahwa green advertising atau pengiklanan hijau adalah pariwisata yang menawarkan suatu green product dengan maksud supaya menarik minat konsumen agar acuh pada lingkungan dalam upaya memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka terhadap produk yang ramah lingkungan.