

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Deskripsi data adalah menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat simpulan yang berbentuk umum atau generalisasi. Dalam deskripsi data ini penulis akan menggambarkan kondisi responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini dilihat dari karakteristik responden, yaitu jenis kelamin, usia, pekerjaan dan uji deskripsi jawaban responden:

Tabel 4.1
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	42	60.0%
Perempuan	28	40.0%
Total	70	100%

Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.1 responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat bahwa calon konsumen produk UNIQLO Mall Boemi Kedaton, paling banyak berjenis kelamin perempuan yang berjumlah 42 responden atau sebesar 60.0%, artinya sebagian besar calon konsumen produk UNIQLO Mall Boemi Kedaton dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan.

Tabel 4.2
Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
17 Tahun - 22 Tahun	29	41.4%
23 Tahun - 28 Tahun	20	28.6%
29 Tahun - 34 Tahun	13	18.6%
35 Tahun - 40 Tahun	8	11.4%
Total	70	100%

Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.2 responden berdasarkan usia dapat dilihat bahwa calon konsumen produk UNIQLO Mall Boemi Kedaton, paling banyak berusia 17 Tahun - 22 Tahun yang berjumlah 29 responden atau sebesar 41,4%, artinya sebagian besar calon konsumen produk UNIQLO Mall Boemi Kedaton dalam penelitian ini berusia 25 Tahun-34 Tahun

Tabel 4.3
Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Mahasiswa	22	31.4%
Pegawai Negeri	6	8.6%
Pegawai Swasta	25	35.7%
Pelajar	13	18.6%
Wiraswasta	4	5.7%
Total	70	100%

Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.3 responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat bahwa calon konsumen produk UNIQLO Mall Boemi Kedaton, paling banyak memiliki pekerjaan sebagai mahasiswa yang berjumlah 25 responden atau sebesar 35.7%, artinya sebagian besar calon konsumen produk UNIQLO Mall Boemi Kedaton dalam penelitian ini memiliki pekerjaan sebagai mahasiswa.

Tabel 4.4
Hasil Jawaban Responden Kualitas Produk

No	Pernyataan	Jawaban										Total
		STS		TS		CS		S		SS		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	Produk UNIQLO nyaman digunakan	2	3 %	4	6 %	18	26 %	25	36 %	21	30 %	269
2	Produk UNIQLO tidak mudah rusak	2	3 %	3	4 %	9	13 %	32	46 %	24	34 %	283
3	Produk UNIQLO selalu memperhatikan standar kualitas pada setiap produknya	2	3 %	4	6 %	17	24 %	25	36 %	22	31 %	271
4	Produk UNIQLO dapat digunakan jangka panjang	2	3 %	1	1 %	5	7 %	30	43 %	32	46 %	299

No	Pernyataan	Jawaban										Total
		STS		TS		CS		S		SS		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
5	Produk UNIQLO banyak pilihan desain yang menarik	3	4 %	4	6 %	30	43 %	24	34 %	9	13 %	242
6	Produk UNIQLO memiliki desain yang <i>up to date</i>	2	3 %	9	13 %	31	44 %	20	29 %	8	11 %	233
7	Produk UNIQLO memiliki kualitas yang sesuai dengan yang dijanjikan	6	9 %	23	33 %	26	37 %	7	10 %	8	11 %	198

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.4 jawaban responden diatas pernyataan yang memiliki skor total terbesar terdapat pada pernyataan 4, yaitu Produk UNIQLO dapat digunakan jangka panjang, sebesar 299, sedangkan pernyataan yang memiliki skor total terkecil terdapat pada pernyataan 7, yaitu Produk UNIQLO memiliki kualitas yang sesuai dengan yang dijanjikan, sebesar 198.

Tabel 4.5

Hasil Jawaban Responden Gaya Hidup

No	Pernyataan	Jawaban										Total
		STS		TS		CS		S		SS		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	Menggunakan Produk UNIQLO sebagai pilihan pakaian sehari-hari	6	9 %	9	13 %	22	31 %	16	23 %	17	24 %	239
2	Menggunakan Produk UNIQLO karena mengikuti trend fashion masa kini	5	7 %	15	21 %	20	29 %	13	19 %	17	24 %	232
3	Menggunakan Produk UNIQLO berdasarkan pendapat pribadi	4	6 %	3	4 %	18	26 %	24	34 %	21	30 %	265

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.5 jawaban responden diatas pernyataan yang memiliki skor total terbesar terdapat pada pernyataan 3, yaitu Menggunakan Produk UNIQLO berdasarkan pendapat pribadi, sebesar 265, sedangkan pernyataan yang memiliki skor total terkecil terdapat pada pernyataan 2, yaitu Menggunakan Produk UNIQLO karena mengikuti trend fashion masa kini, sebesar 232.

Tabel 4.6
Hasil Jawaban Responden Minat Beli

No	Pernyataan	Jawaban										Total
		STS		TS		CS		S		SS		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	Cenderung untuk membeli Produk UNIQLO dimasa yang akan datang	0	0 %	6	9 %	13	19 %	26	37 %	25	36 %	280
2	Bersedia mereferensikan Produk UNIQLO pada orang lain	0	0 %	1	1 %	6	9 %	23	33 %	40	57 %	312
3	Menjadikan Produk UNIQLO sebagai pilihan utama dalam kebutuhan fashion	0	0 %	1	1 %	9	13 %	27	39 %	33	47 %	302
4	Akan mencari informasi Produk terbaru UNIQLO	2	3 %	5	7 %	21	30 %	15	21 %	27	39 %	270

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.6 jawaban responden diatas pernyataan yang memiliki skor total terbesar terdapat pada pernyataan 2, yaitu Bersedia mereferensikan Produk UNIQLO pada orang lain sebesar 312, sedangkan pernyataan yang memiliki skor total terkecil terdapat pada pernyataan 4, yaitu Akan mencari informasi Produk terbaru UNIQLO, sebesar 270.

4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

4.2.1 Hasil Uji Validitas

Sebelum dilakukan pengolahan data maka seluruh jawaban yang diberikan oleh responden terlebih dahulu dilakukan uji validitas yang diujicobakan kepada 30 responden. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi *product moment*. Uji validitas untuk menghitung data yang akan dihitung dan proses pengujiannya dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 21.

Tabel 4.7

Hasil Uji Validitas Variabel

Variabel	Pernyataan	Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
Kualitas Produk	Butir 1	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 2	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 3	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 4	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 5	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 6	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 7	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Gaya Hidup	Butir 1	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 2	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 3	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Minat Beli	Butir 1	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 2	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 3	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
	Butir 4	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.7 hasil uji validitas variabel, menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan yang bersangkutan dengan variabel kualitas produk gaya hidup dan minat beli, memperoleh hasil yang didapatkan adalah nilai Sig < alpha. Dengan demikian seluruh item pernyataan variabel kualitas produk gaya hidup dan minat beli menggunakan dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Setelah uji validitas maka penguji kemudian melakukan uji reliabilitas terhadap masing-masing instrumen variabel menggunakan rumus *alpha cronbach* dengan bantuan program SPSS versi 21. Hasil uji reliabilitas setelah dikonsultasikan dengan daftar interpretasi koefisien r dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas Variabel

Variabel	Koefisien Cronbach Alpha	Koefisien r	Simpulan
Kualitas Produk	0,913	0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
Gaya Hidup	0,847	0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
Minat Beli	0,859	0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi

Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji reliabilitas tabel 4.8 diatas nilai *cronbach's alpha*, menjelaskan bahwa variabel kualitas produk gaya hidup dan minat beli memiliki kategori reliabel sangat tinggi, karena berada pada rentan 0,8000 – 1,0000.

4.3 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data

4.3.1 Hasil Uji Normalitas

Untuk mengetahui data normal atau mendekati normal bisa dilakukan dengan Uji *shapiro wilk* pada SPSS Versi 21. Hasil perhitungan uji normalitas sebagai berikut,

Tabel 4.9
Hasil Uji Normalitas

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
Kualitas Produk	0,085	0,05	Sig > Alpha	Normal
Gaya Hidup	0,079	0,05	Sig > Alpha	Normal
Minat Beli	0,147	0,05	Sig > Alpha	Normal

Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.9 *shapiro wilk* diatas, menunjukkan bahwa nilai variabel kualitas produk gaya hidup dan minat beli menggunakan memiliki tingkat signifikan diperoleh data sig > Alpha maka variabel kualitas produk gaya hidup dan minat beli berasal dari populasi berdistribusi normal.

4.3.2 Hasil Uji Linieritas

Uji ini dilakukan untuk melihat apakah model regresi dapat didekati dengan persamaan linear dan uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi ataupun regresi linear, dengan bantuan program SPSS versi 21. Hasil uji linearitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut,

Tabel 4.10
Hasil Uji Linieritas

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	0,418	0,05	Sig > Alpha	Linier
Gaya Hidup Terhadap Minat Beli	0,446	0,05	Sig > Alpha	Linier

Sumber : Data Diolah, 2023

1. Kualitas Produk Terhadap Minat Beli

Berdasarkan tabel 4.10 hasil perhitungan ANOVA table didapat nilai Sig pada baris *deviation from linearity* $0,418 > 0,05$ maka H_0 diterima yang menyatakan model regresi berbentuk linier

2. Gaya Hidup Terhadap Minat Beli

Berdasarkan tabel 4.10 hasil perhitungan ANOVA table didapat nilai Sig pada baris *deviation from linearity* $0,446 > 0,05$ maka H_0 diterima yang menyatakan model regresi berbentuk linier

4.3.3 Hasil Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi atau hubungan yang kuat antara sesama variabel independen. Hasil uji tersebut adalah sebagai berikut,

Tabel 4.11
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	VIF		Kondisi	Simpulan
Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	1,218	10	VIF<10	Tidak ada gejala multikolinieritas
Gaya Hidup Terhadap Minat Beli	1,218	10	VIF<10	Tidak ada gejala multikolinieritas

Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.11 hasil perhitungan pada tabel *coefficient* menunjukkan bahwa nilai VIF pada variabel kualitas produk dan gaya hidup terhadap minat beli < 10, maka tidak ada gejala multikolinieritas antar variabel independen terhadap variabel dependen.

4.4 Hasil Analisis Data

4.4.1 Regresi Linear Berganda

Tabel 4.12
Persamaan Regresi Linear Berganda

Variable	B
(Constant)	7.401
Kualitas Produk	0.245
Gaya Hidup	0.281

Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.12 diatas merupakan hasil perhitungan regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS. Diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 7.401 + 0.245X_1 + 0.281X_2$$

1. Nilai konstanta sebesar 7.401 yang berarti bahwa tanpa adanya variabel kualitas produk dan gaya hidup maka besarnya minat beli adalah 7.401 satuan.

2. Koefisien kualitas produk, artinya jika kualitas produk naik sebesar satu satuan maka minat beli akan meningkat sebesar 0.245 satu satuan.
3. Koefisien gaya hidup, artinya jika gaya hidup naik sebesar satu satuan maka minat beli akan meningkat sebesar 0.281 satu satuan.

Tabel 4.13

Hasil Uji Model Summary

Variable	R (Korelasi)	R Square (Determinasi)
Kualitas Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli	0,630	0,397

Sumber : Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.13 diatas, diperoleh nilai koefisien determinasi r square sebesar 0,397 artinya variabel kualitas produk dan gaya hidup dapat menjelaskan bahwa minat beli sebesar 39,7% dan sisanya 60,3% dijelaskan oleh variabel lain. Nilai r menunjukkan arah hubungan antara variabel kualitas produk dan gaya hidup terhadap minat beli memiliki tingkat hubungan tinggi karena nilai r sebesar 0,666 berada pada rentang 0,6000 – 0,7999.

4.4.2 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji t parsial digunakan untuk menguji apakah sebuah variabel bebas benar memberikan pengaruh terhadap variabel terikat. Hasil uji hipotesis secara parsial (Uji t) adalah sebagai berikut

Tabel 4.14

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Keterangan
Kualitas Produk Terhadap Minat Beli	0,000	0,05	Sig < Alpha	Berpengaruh
Gaya Hidup Terhadap Minat Beli	0,003	0,05	Sig < Alpha	Berpengaruh

Sumber : Data Diolah, 2023

1. Berdasarkan tabel 4.14 didapat perhitungan pada kualitas produk terhadap minat beli, diperoleh nilai sig (0,000) < Alpha (0,05), dengan demikian Ho ditolak dan Ha diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan gaya hidup berpengaruh terhadap minat beli produk UNIQLO Mall Boemi Kedaton
2. Berdasarkan tabel 4.14 didapat perhitungan pada gaya hidup terhadap minat beli, diperoleh nilai sig (0,003) < Alpha (0,05), dengan demikian Ho ditolak dan Ha diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan gaya hidup berpengaruh terhadap minat beli produk UNIQLO Mall Boemi Kedaton

4.4.3 Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji f)

Uji f simultan digunakan untuk menguji apakah sebuah variabel bebas benar memberikan pengaruh terhadap variabel terikat. Hasil uji hipotesis secara parsial (Uji f) adalah sebagai berikut

Tabel 4.15

Hasil Uji Simultan (Uji f)

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Keterangan
Kualitas Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli	0,000	0,05	Sig < Alpha	Berpengaruh

Sumber : Data Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.15 didapat perhitungan pada kualitas produk dan gaya hidup terhadap minat beli, diperoleh nilai sig (0,000) < Alpha (0,05) dengan demikian Ho ditolak dan Ha diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan gaya hidup berpengaruh terhadap minat beli produk UNIQLO Mall Boemi Kedaton

4.5 Pembahasan

4.5.1 Pembahasan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli

Baik atau tidaknya kualitas produk tergantung pada kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan konsumen kualitas produk yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas prooduk di persepsikan baik dan memuaskan sehingga dapat meningkatkan minat konsumen pada suatu produk, namun jika kualitas pada suatu produk tidak sesuai yang diharapkan maka konsumen tidak akan berminat membeli pada suatu produk. Marpaung (2020) menyatakan bahwa kualitas produk merupakan karakteristik produk yang tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau di implikasikan. Berdasarkan hasil uji analisis yang telah dilakukan, diperoleh nilai sig (0,000) < Alpha (0,05), dengan demikian Ho ditolak dan Ha diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan gaya hidup berpengaruh terhadap minat beli produk UNIQLO Mall Boemi Kedaton, hasil tersebut sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Subandrio dan Setiawan (2022) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli, sehingga jika kualitas produk dapat ditingkatkan maka minat beli pada suatu produk akan meningkat. Dengan demikian UNIQLO harus meningkatkan kualitas bahan yang digunakan untuk memproduksi produk UNIQLO sehingga minat beli konsumen pada produk UNIQLO meningkat.

4.5.2 Pembahasan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli

Gaya hidup konsumen, mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih sebuah produk, Konsumen yang memiliki gaya hidup tertentu akan mencari produk yang mampu memenuhi kebutuhan gaya hidupnya. apabila produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan gaya hidup konsumen dapat mempengaruhi minat pada suatu produk. Fadjar, et al (2022) menyatakan bahwa gaya hidup adalah seseorang

dalam menjalani hidupnya termasuk dari produk apa yang mereka beli, bagaimana menggunakannya serta apa yang dipikirkan dan dirasakan setelah menggunakan produk tersebut atau gaya hidup berhubungan dengan reaksi sesungguhnya atas pembelian yang konsumen lakukan. Berdasarkan hasil uji analisis yang telah dilakukan, diperoleh nilai $\text{sig} (0,003) < \text{Alpha} (0,05)$, dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan gaya hidup berpengaruh terhadap minat beli produk UNIQLO Mall Boemi Kedaton, hasil tersebut sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Afiany dan Fajari, (2022) menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap minat beli, sehingga jika kualitas produk dapat ditingkatkan maka minat beli pada suatu produk akan meningkat. Dengan demikian UNIQLO harus memproduksi produk pakaian yang sedang trend di pasaran sehingga mendorong minat beli konsumen.

4.5.3 Pembahasan Kualitas Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli

Kotler dan Ketler dalam Fachruddin dan Anwar (2022) menyatakan bahwa minat membeli merupakan respon dari konsumen terhadap objek sehingga mendorong konsumen untuk melakukan pembelian. Subandrio dan Setiawan (2022) menyatakan bahwa kualitas produk merupakan kualifikasi sebuah produk yang menunjukkan oleh sebuah perusahaan agar dapat bersaing dipasar. Fachruddin dan Anwar (2022) menyatakan bahwa gaya hidup yang dimaksud adalah gaya hidup yang cenderung mengarah ke konsumtif. Gaya hidup tersebut dapat ditandai dengan kecenderungan mengkonsumsi tanpa melihat kebutuhan dan mendahulukan keinginan. Berdasarkan hasil uji analisis yang telah dilakukan, diperoleh nilai $\text{sig} (0,000) < \text{Alpha} (0,05)$ dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan gaya hidup berpengaruh terhadap minat beli produk UNIQLO Mall Boemi Kedaton. hasil tersebut sama dengan penelitian

yang dilakukan oleh Marpaung (2020) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli dan Hasil penelitian yang dilakukan oleh Fachruddin dan Anwar (2022) menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap minat beli, artinya jika kualitas produk dan gaya hidup meningkat maka minat beli konsumen akan meningkat