

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Deskripsi Data

Deskripsi data yang merupakan gambaran yang akan digunakan untuk proses selanjutnya yaitu menguji hipotesis. Hal ini dilakukan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan kondisi responden yang menjadi objek dalam penelitian ini dilihat dari karakteristik responden antara lain jenis kelamin, usia, pekerjaan, penghasilan dalam satu bulan dan uang saku dalam satu bulan.

##### 4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini untuk membuktikan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, telah dilakukan penelitian terhadap konsumen yang melakukan pembelian pada Es Teh Indonesia Cabang Kedamaian yang berada di Bandar Lampung berjumlah 90 orang.

##### 4.1.1.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4.1**  
**Responden berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	40	44.4
Perempuan	50	55.6
<b>Total</b>	<b>90</b>	<b>100 %</b>

*Sumber : Data diolah pada tahun 2024*

Dari tabel 4.1 karakter responden berdasarkan jenis kelamin di ketahui bahwa jumlah tertinggi yaitu Perempuan, artinya konsumen yang melakukan pembelian pada Es Teh Indonesia Cabang Kedamaian yang berada di Bandar Lampung yang menjadi responden di dominasi oleh konsumen Perempuan, yaitu sebanyak 50 atau 55,6%. (Lampiran 3)

#### 4.1.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

<b>Usia</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
15-23 Tahun	29	32.2
24-30 Tahun	26	28.9
31-35 Tahun	24	26.7
36-40 Tahun	11	12.2
<b>Total</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data diolah pada tahun 2024*

Dari hasil tabel 4.2 karakter responden berdasarkan usia di ketahui bahwa jumlah tertinggi yaitu usia 15-23 tahun, artinya konsumen yang melakukan pembelian pada Es Teh Indonesia Cabang Kedamaian yang berada di Bandar Lampung yang menjadi responden di dominasi oleh konsumen yang berusia 15-23 tahun, yaitu sebanyak 29 orang atau 32,2%. (Lampiran 3)

#### 4.1.1.3 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan**

<b>Pekerjaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Pelajar/Mahasiswa	34	37.8
Pegawai Negeri	23	25.6
Pegawai Swasta	14	15.6
Lainnya	19	21.1
<b>Total</b>	<b>90</b>	<b>100 %</b>

*Sumber : Data diolah pada tahun 2024*

Dari hasil tabel 4.3 karakter responden berdasarkan Pekerjaan di ketahui bahwa jumlah tertinggi yaitu Pada Pekerjaan Pelajar/Mahasiswa sebanyak 34 Responden, artinya konsumen yang melakukan pembelian pada Es Teh Indonesia Cabang Kedamaian yang berada di Bandar Lampung yang menjadi responden di dominasi

oleh konsumen yang bestatus pelaajr/Mahasiswa sebanyak 34 orang atau 37,8%. (Lampiran 3)

#### 4.1.1.4 Karakteristik Responden berdasarkan Penghasilan Perbulan

**Tabel 4.4**

##### **Karakteristik Responden berdasarkan Penghasilan Perbulan**

<b>Penghasilan Perbulan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
< Rp. 1.000.000	39	43.3
Rp. 1.000.000 – Rp 2.000.000	24	26.7
Rp. 2.500.000 – Rp. 3.000.000	10	11.1
Rp. 3.500.000 – Rp. 4.000.000	17	18.9
<b>Total</b>	<b>90</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data diolah pada tahun 2024*

Dari hasil tabel 4.4 karakter responden berdasarkan penghasilan perbulan di ketahui bahwa jumlah tertinggi yaitu Pada penghasilan <Rp. 1.000.000 sebanyak 63 Responden, artinya konsumen yang melakukan pembelian pada Es Teh Indonesia Cabang Kedamaian yang berada di Bandar Lampung yang menjadi responden di dominasi oleh konsumen yang bestatus pelaajr/Mahasiswa sebanyak 34 orang atau 37,8%. (Lampiran 3)

#### 4.1.1.5 Karakteristik Responden berdasarkan Uang Saku Perbulan

**Tabel 4.5**

##### **Karakteristik Responden berdasarkan Uang Saku Perbulan**

<b>Uang Saku Perbulan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
< Rp. 500.000	32	35.6
Rp. 1.000.000 – Rp 2.000.000	38	42.2
Rp. 2.500.000 – Rp. 3.000.000	20	22.2
<b>Total</b>	<b>90</b>	<b>100 %</b>

*Sumber : Data diolah pada tahun 2024*

Dari hasil tabel 4.5 karakter responden berdasarkan Uang Saku Perbulan di ketahui bahwa jumlah tertinggi yaitu Pada Uang saku Rp.

1.000.000 – Rp 2.000.000 sebanyak 38 Responden, artinya konsumen yang melakukan pembelian pada Es Teh Indonesia Cabang Kedamaian yang berada di Bandar Lampung yang menjadi responden di dominasi oleh konsumen yang uang saku perbulan Rp. 1.000.000 – Rp 2.000.000 sebanyak 38 orang atau 42,3%. (Lampiran 3)

#### 4.1.1.6 Karakteristik Responden berdasarkan Pembelian Es Teh Cabang

**Tabel 4.6**

##### **Responden berdasarkan Pembelian Es Teh Cabang**

<b>Pembelian Es Teh Cabang</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Es Teh Indonesia Kedaton	10	11.1
Es Teh Indonesia Rajabasa	8	8.9
Es Teh Indonesia Kemiling	10	11.1
Es Teh Indonesia Tanjung Senang	10	11.1
Es Teh Indonesia Bandar Lampung	11	12.2
Es Teh Indonesia Mall Kartini	9	10.0
Es Teh Indonesia Transmart	9	10.0
Es Teh Indonesia Kedamaian	15	16.7
Es Teh Indonesia Telukbetung	8	8.9
<b>Total</b>	<b>90</b>	<b>100.0</b>

*Sumber : Data diolah pada tahun 2024*

Dari tabel 4.6 karakter responden berdasarkan Pembelian Es Teh Cabang di ketahui bahwa jumlah tertinggi yaitu Pembelian Es Teh Cabang Kedamaian, artinya konsumen yang melakukan pembelian pada Es Teh Indonesia yang berada di Bandar Lampung yang menjadi responden di dominasi oleh konsumen Pembelian Es Teh Cabang Kedamaian, yaitu sebanyak 15 atau 16,7%. (Lampiran 3)

#### 4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden

Hasil jawaban tentang variabel Citra Toko, Variasi Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Es Teh Indonesia Cabang Kedamaian Bandar Lampung yang disebarkan kepada 90 responden adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.7**  
**Hasil Jawaban Responden Variabel Citra Toko (X<sub>1</sub>)**

No.	Pernyataan	Jawaban										Total
		SS (5)		S (4)		KS (3)		TS (2)		STS (1)		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
<b>Barang dagangan yang terdiri dari kualitas produk yang dijual</b>												
1	Es Teh Indonesia memiliki reputasi yang baik di Masyarakat	25	27,8	41	45,6	15	16,7	8	8,9	1	1,1	351
<b>Promosi</b>												
2	Es Teh Indonesia selalu memberikan informasi produk baru	19	21,1	38	42,2	18	20,0	13	14,4	2	2,2	329
<b>Kenyamanan</b>												
3	Memiliki pengalaman belanja yang baik saat membeli di Es Teh Indonesia	25	27,8	36	40	18	20,0	10	11,1	1	1,1	344
<b>Fasilitas toko</b>												
4	Fasilitas yang diberikan Es Teh Indonesia sangat baik	25	27,8	33	36,7	16	17,8	11	12,2	5	5,6	332

Sumber : Data diolah pada tahun 2024

Berdasarkan tabel 4.7 jawaban responden diatas maka total poin tertinggi sebesar 351 terdapat pada indikator Barang dagangan yang terdiri dari kualitas produk yang dijual dan pada pernyataan nomor 1 yaitu Es Teh Indonesia memiliki reputasi yang baik di Masyarakat. (Lampiran 4)

**Tabel 4.8**  
**Hasil Jawaban Responden Variabel Variasi Produk (X<sub>2</sub>)**

No.	Pernyataan	Jawaban										Total
		SS (5)		S (4)		KS (3)		TS (2)		STS (1)		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
<b>Ukuran</b>												
1	Es Teh Indonesia terdapat produk dengan berbagai ukuran kemasan	23	26	26	29	25	28	10	11	6	6,7	320
<b>Harga</b>												
2	Harga sesuai dengan produk dan pelayanan yang diberikan	15	17	45	50	19	21	8	8,9	3	3,3	331
<b>Tampilan</b>												
3	Penyajian produk di Es Teh Indonesia beragam	25	28	41	46	15	17	8	8,9	1	1,1	351
<b>Ketersediaan produk</b>												
4	Produk Es Teh Indonesia selalu tersedia	19	21	38	42	18	20	13	14	2	2,2	329

*Sumber : Data diolah pada tahun 2024*

Berdasarkan tabel 4.8 jawaban jawaban responden diatas maka total poin tertinggi sebesar 351 terdapat pada indikator Tampilan dan terdapat pada pernyataan Penyajian produk di Es Teh Indonesia beragam. (Lampiran 4)

**Tabel 4.9**  
**Hasil Jawaban Responden Variabel Lokasi (X<sub>3</sub>)**

No.	Pernyataan	Jawaban										Total
		SS (5)		S (4)		KS (3)		TS (2)		STS (1)		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
<b>Place</b>												
1	Letak lokasi Es Teh Indonesia dekat dengan pusat keramaian	26	28,9	42	47	15	16,7	7	7,8	0	0	357
<b>Parking</b>												
2	Es Teh Indonesia menyediakan area parkir untuk pengunjung	17	18,9	37	41	23	25,6	12	13	1	1,1	327
<b>Accesibility</b>												
3	Lokasi menuju Es Teh Indonesia mudah diakses	24	26,7	37	41	21	23,3	7	7,8	1	1,1	346
<b>Visibility</b>												
4	Lokasi Es Teh Indonesia mudah dijangkau	27	30	33	37	19	21,1	10	11	1	1,1	345

Sumber : Data diolah pada tahun 2024

Berdasarkan tabel 4.9 jawaban responden diatas jawaban jawaban responden diatas maka total poin tertinggi sebesar 357 indikator *Place* dan terdapat pada pernyataan Letak lokasi Es Teh Indonesia dekat dengan pusat keramaian (Lampiran 4)

**Tabel 4.10**  
**Hasil Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)**

No.	Pernyataan	Jawaban										Total
		SS (5)		S (4)		KS (3)		TS (2)		STS (1)		
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
<b>Pemilihan Produk (Product Choice)</b>												
1	Membeli Es Teh Indonesia karena pilihan produk yang ditawarkan beragam dan menarik	23	25,6	26	29	25	27,8	10	11	6	6,7	320
<b>Pemilihan Merek (Brand Choice)</b>												
2	Membeli Es Teh Indonesia karena merek yang sudah dikenal	15	16,7	45	50	19	21,1	8	8,9	3	3,3	331

<b>Pemilihan Saluran Pembelian (Dealer Choice)</b>												
3	Membeli Es Teh Indonesia karena mudah ditemukan dimana saja	25	27,8	41	46	15	16,7	8	8,9	1	1,1	351
<b>Penentuan Waktu Pembelian (Purchase Timing)</b>												
4	Membeli Es Teh Indonesia bisa dilakukan pada waktu kapan pun	19	21,1	38	42	18	20	13	14	2	2,2	329
<b>Jumlah Pembelian (Purchase Amount)</b>												
5	Jumlah pembelian Es Teh Indonesia sesuai dengan kebutuhan	25	27,8	36	40	18	20	10	11	1	1,1	344
<b>Metode pembayaran</b>												
6	Metode pembayaran di Es Teh Indonesia fleksibel	25	27,8	33	37	16	17,8	11	12	5	5,6	332

Sumber : Data diolah pada tahun 2024

Berdasarkan tabel 4.10 jawaban responden diatas pernyataan jawaban responden diatas maka total poin tertinggi sebesar 351 pada pernyataan Membeli Es Teh Indonesia karena mudah ditemukan dimana saja (Lampiran 4)

## 4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

### 4.2.1 Hasil Uji Validitas

Sebelum dilakukan pengolahan data maka seluruh jawaban yang diberikan oleh responden di uji dengan uji validitas dan uji realibilitas yang diuji cobakan pada responden. Dengan penelitian ini, uji validitas untuk menghitung data yang akan dihitung dan proses pengujiannya dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS 20.0

**Tabel 4.11**

**Hasil Uji Validitas Kuesioner Citra Toko (X1)**

Item Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{table}$	Kondisi	Kesimpulan
Pernyataan 1	0,796	0,349	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid
Pernyataan 2	0,783	0,349	$r_{hitung} > r_{table}$	Valid

Pernyataan 3	0,455	0,349	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 4	0,782	0,349	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber : Data diolah pada tahun 2024

Berdasarkan tabel 4.11 hasil uji validitas variabel Citra Toko (X1) dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai Citra Toko. Hasil yang didapatkan yaitu nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , dimana nilai  $r_{hitung}$  paling tinggi yaitu 0,796 dan paling rendah 0,455. Dengan demikian seluruh item Citra Toko dinyatakan valid. (Lampiran 5)

**Tabel 4.12**

**Hasil Uji Validitas Kuesioner Variasi Produk (X2)**

Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Kondisi	Simpulan
Butir 1	0,563	0,349	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 2	0,395	0,349	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 3	0,788	0,349	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 4	0,580	0,349	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber : Data diolah pada tahun 2024

Berdasarkan tabel 4.12 hasil uji validitas variabel Variasi Produk (X2) dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai lokasi. Hasil yang didapatkan yaitu nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , dimana nilai  $r_{hitung}$  paling tinggi yaitu 0,788 dan paling rendah 0,395. Dengan demikian seluruh item Variasi Produk dinyatakan valid. (Lampiran 5)

**Tabel 4.13**

**Hasil Uji Validitas Kuesioner Variasi Lokasi (X3)**

Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Kondisi	Simpulan
Butir 1	0,628	0,349	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 2	0,740	0,349	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 3	0,882	0,349	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 4	0,603	0,349	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber : Data diolah pada tahun 2024

Berdasarkan tabel 4.13 hasil uji validitas variabel Lokasi (X3) dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai lokasi. Hasil yang didapatkan yaitu nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , dimana nilai  $r_{hitung}$  paling tinggi yaitu 0,882 dan paling rendah 0,603. Dengan demikian seluruh item Variasi Produk dinyatakan valid. (Lampiran 5)

**Tabel 4.14**

**Hasil Uji Validitas Kuesioner Keputusan Pembelian (Y)**

Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Kondisi	Simpulan
Butir 1	0,575	0,349	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 2	0,722	0,349	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 3	0,655	0,349	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 4	0,603	0,349	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 5	0,753	0,349	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 6	0,357	0,349	$r_{hitung} < r_{tabel}$	Tidak Valid

Sumber : Data diolah pada tahun 2024

Berdasarkan pada tabel 4.14 hasil uji validitas variabel Keputusan Pembelian (Y) dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai Keputusan Pembelian. Hasil yang didapatkan yaitu nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , dimana nilai  $r_{hitung}$  paling tinggi yaitu 0,753 dan paling rendah 0,357. Dengan demikian seluruh item pernyataan Keputusan Pembelian dinyatakan valid. (Lampiran 5)

#### 4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Setelah uji validitas maka pengujian kemudian melakukan uji reliabilitas terhadap masing-masing instrumen variabel X1, variabel X2, variabel X3 dan instrumen variabel Y menggunakan rumus *Alpha Cronbach* dengan bantuan program *SPSS 20.0* Hasil uji reliabilitas setelah dikonsultasikan dengan daftar interpretasi koefisien r dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4.15**  
**Daftar Interpretasi r**

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

Berdasarkan tabel 4.15 ketentuan reliable diatas, maka dapat dilihat hasil pengujian sebagai berikut :

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Koefisien alpha chronbach	Koefisien r	Simpulan
Citra Toko	0603	0,6000-0,7999	Tinggi
Varian Produk	0,617	0,6000-0,7999	Tinggi
Lokasi	0,662	0,6000-0,7999	Tinggi
Keputusan Pembelian	0,656	0,6000-0,7999	Tinggi

Sumber : Data diolah pada tahun 2024

Berdasarkan hasil uji reliabilitas tabel 4.16 nilai *cronbach's alpha* variabel Citra Toko ( $X_1$ ) sebesar 0,603 dengan tingkat reliabel tinggi, untuk variabel Variasi Produk ( $X_2$ ) memiliki nilai *cronbach's alpha* yaitu 0,617 dengan tingkat reliabel tinggi, untuk variabel Lokasi ( $X_3$ ) memiliki nilai *cronbach's alpha* yaitu 0,662 dengan tingkat reliabel tinggi, dan untuk variabel Keputusan Pembelian ( $Y$ ) memiliki nilai *cronbach's alpha* yaitu 0,656 yang artinya tingkat reliabel tinggi. (Lampiran 6)

### 4.3 Uji Normalitas

#### 4.5.1 Hasil Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji yang digunakan normal atau tidak, uji normalitas dapat menggunakan teknik *kalmorgov smirnov*, dengan teknik ini suatu data dapat dikatakan normal ketika memiliki nilai alpha sebesar 0,05 ( $P > \alpha$  0,05). Berdasarkan hasil uji normalitas diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji Normalitas**

Variabel	Sig (2-tailed)	Alpha	Kondisi	Keterangan
Citra Toko	0,109	0,05	Sig>alpha	Normal
Variasi Produk	0,065	0,05	Sig>alpha	Normal
Lokasi	0,087	0,05	Sig>alpha	Normal
Keputusan Pembelian	0,594	0,05	Sig>alpha	Normal

*Sumber Data: Hasil data diolah pada tahun 2024*

Hasil Kolmogrov-Smirnov Sampel signifikansi Variabel Citra Toko sebesar  $0,263 > 0,05$ , Variabel Variasi Produk sebesar  $0,065 > 0,05$ , Variabel Lokasi sebesar  $0,087 > 0,05$  Variabel Keputusan Pembelian sebesar  $0,594 > 0,05$ . Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan data yang digunakan dalam penelitian ini telah berdistribusi normal. (Lampiran 7)

### 4.4 Uji Linieritas

#### 4.3.1 Hasil Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikansi. Berdasarkan hasil uji linieritas diperoleh hasilnya sebagai berikut.

**Tabel 4.18**  
**Hasil Uji Linieritas**

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Keterangan
Citra Toko terhadap Keputusan Pembelian	0,475	0,05	Sig>Alpha	Linier
Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian	0,660	0,05	Sig>Alpha	Linier
Lokasi terhadap Keputusan Pembelian	0,758	0,05	Sig>Alpha	Linier

Sumber : Hasil data diolah tahun 2024

Dari hasil perhitungan linieritas pada tabel 4.18 diatas dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi untuk variabel Citra Toko (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 yang berarti  $H_0$  ditolak. Nilai signifikansi untuk variabel Variasi Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,481 lebih besar dari 0,05 yang berarti  $H_0$  diterima. Dengan demikian maka  $Sig > \alpha$  maka  $H_0$  diterima yang menyatakan model regresi untuk variabel berbentuk linier. (Lampiran 8)

#### 4.3.2 Hasil Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas dilakukan dengan membandingkan nilai toleransi (*tolerance value*) dan nilai *Variance Inflationfactor* (VIF) dengan nilai yang disyaratkan bagi nilai toleransi adalah lebih besar dari 0,1 dan untuk nilai VIF kurang dari 10. Dalam penelitian ini uji multikolinieritas hanya menggunakan Regresi linier berganda pengujian dilakukan dengan menggunakan program *SPSS 20.0*.

**Tabel 4.19**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Citra Toko	0.420	2.381	Bebas gejala multikolieneritas
Variasi Produk	0.378	2.644	Bebas gejala multikolieneritas
Lokasi	0.564	1.774	Bebas gejala multikolieneritas

Sumber : Data diolah pada tahun 2024

Berdasarkan tabel 4.19 menunjukkan bahwa nilai *tolerance* dari variabel Citra Toko, Variasi Produk, dan Lokasi dari 0,1 dan nilai VIF dibawah 10 yang artinya dari ketiga variabel tersebut menunjukkan bahwa tidak ada gejala multikolinieritas dalam variabel penelitian ini. (Lampiran 9)

#### 4.5 Hasil Metode Analisis Data

##### 4.5.2 Hasil Regresi Linier Berganda

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

**Tabel 4.20**

#### Hasil Perhitungan Coefficients Regresi

Variabel	Nilai regresi
Constant	1,055
Citra Toko	0,753
Variasi Produk	0,739
Lokasi	0,066

Sumber: Hasil data diolah tahun 2024

Dari tabel 4.20 diatas merupakan hasil perhitungan regresi linier berganda dengan menggunakan program *SPSS 20*. Diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut :

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa:

$$Y = 1,055 + 0,753 X1 + 0,759 X2 + 0,066 X3$$

a. Koefisien konstanta (Y)

Variabel Keputusan Pembelian sebesar 1,055 satu satuan jika jumlah variabel Citra Toko, Variasi Produk, dan Lokasi tetap atau sama dengan nol (0).

b. Koefisien Citra Toko (X1)

Jika jumlah Citra Toko naik sebesar satu satuan maka Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 0,753 satu satuan.

c. Koefisien Variasi Produk (X2)

Jika jumlah Variasi Produk naik satu satuan maka Keputusan Pembelian akan berkurang sebesar 0,739 satu satuan.

d. Koefisien Lokasi (X3)

Jika jumlah Lokasi naik satu satuan maka Keputusan Pembelian akan berkurang sebesar 0,066 satu satuan.

Berdasarkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilihat dari nilai beta. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Citra Toko (X1) merupakan faktor yang paling dominan pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian (Y) karena diperoleh nilai beta sebesar 0,753. (Lampiran 10)

**Tabel 4.21**  
**Hasil Uji Model Summary**

Variabel	R (korelasi)	Rsquares (koefisien determinasi)
Citra Toko, Variasi Produk dan Lokasi	0,990 <sup>a</sup>	0,980

*Sumber: Hasil data diolah tahun 2024*

Dari tabel 4.21 diatas, diperoleh nilai koefisien determinan *R Squares* sebesar 0,990 artinya variabel Citra Toko (X1), Variasi Produk (X2), Lokasi (X3) mempengaruhi Keputusan Pembelian (Y) sebesar 98,0% dan sisanya 2,0% dipengaruhi oleh variabel lain. Nilai R menunjukkan arah hubungan antara Citra Toko (X1), Variasi Produk (X2), Lokasi (X3) dan Keputusan Pembelian (Y) adalah positif artinya jika Citra Toko (X1) Variasi Produk (X2) dan Lokasi (X3) naik maka Keputusan Pembelian (Y) akan meningkat. (Lampiran 10)

## 4.6 Hasil Pengujian Hipotesis

### 4.6.1 Hasil Uji t

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

**Tabel 4.22**  
**Hasil Uji t**

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	$t_{hitung}$	$t_{tabel}$	Kondisi	Keterangan
Citra Toko	0,000	0,05	Sig<alpha	21,538	1,662	$t_{hitung} > t_{tabel}$	Ho ditolak
Variasi Produk	0,000	0,05	Sig<alpha	24,241	1,662	$t_{hitung} > t_{tabel}$	Ho ditolak
Lokasi	0,000	0,05	Sig<alpha	7,477	1,662	$t_{hitung} > t_{tabel}$	Ho ditolak

Sumber: Hasil data diolah tahun 2024

### 1. Pengaruh Citra Toko ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan tabel 4.22 didapat perhitungan pada Citra Toko ( $X_1$ ) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 21,538 sedangkan nilai  $t_{tabel}$  dengan dk ( $dk=90-2=88$ ) adalah 1,662 jadi  $t_{hitung}$  (21,538)  $>$   $t_{tabel}$  (1,662) dan nilai sig (0,000)  $<$  alpha (0,05) dengan demikian Ho ditolak dan Ha diterima sehingga di simpulkan bahwa Citra Toko ( $X_1$ ) secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) Es Teh indonesia Cabang Kedamaian bandar Lampung. (Lampiran 15)

### 2. Pengaruh Variasi Produk ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan tabel 4.22 didapat perhitungan pada variabel variasi produk ( $X_2$ ) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 24,241 sedangkan nilai  $t_{tabel}$  dengan dk ( $dk=90-2=88$ ) adalah 1,662 jadi  $t_{hitung}$  (24,241)  $>$   $t_{tabel}$  (1,662) dan nilai sig (0,000)  $<$  alpha (0,05) dengan demikian Ho ditolak dan Ha diterima sehingga disimpulkan bahwa Variasi Produk ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) Es Teh indonesia Cabang Kedamaian bandar Lampung. (Lampiran 15)

### 3. Pengaruh Lokasi ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan tabel 4.22 didapat perhitungan pada variabel lokasi ( $X_3$ ) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 7,477 sedangkan nilai  $t_{tabel}$  dengan dk ( $dk=90-2=88$ ) adalah 1,662 jadi  $t_{hitung}$  (7,477)  $>$   $t_{tabel}$  (1,662) dan nilai sig (0,000)  $<$  alpha (0,05) dengan demikian Ho ditolak dan Ha

diterima sehingga disimpulkan bahwa Lokasi (X3) secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) Es Teh Indonesia Cabang Kedamaian bandar Lampung. (Lampiran 11)

#### 4.6.2 Hasil Uji F

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

**Tabel 4.23**

**Hasil Uji F**

Variabel	F <sub>hitung</sub>	F <sub>tabel</sub>	Kondisi	Sig	Alpha	Kondisi	Keterangan
Citra Toko, Variasi Produk dan Lokasi	13.72	3,06	$F_{hitung} > F_{tabel}$	0,000	0,05	Sig<Alpha	Ho ditolak dan Ha diterima

Sumber: Hasil data diolah tahun 2024

Pengujian Anova dipakai untuk menggambarkan tingkat pengaruh antara variabel Citra Toko (X1), Variasi Produk (X2), Lokasi (X3) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) secara bersama-sama. Untuk menguji F dengan tingkat kepercayaan 95% atau alpha 5% dan derajat kebebasan pembilang sebesar  $k - 1$  yaitu jumlah variabel dikurangi 1. Untuk derajat kebebasan digunakan  $n-k$ , yaitu jumlah sampel dikurangi dengan jumlah variabel. Jumlah variabel ada 3 yaitu X1, X2 dan Y sedangkan jumlah sampel = 90. Jadi derajat kebebasan pembilang  $4 - 1 = 3$  dan derajat kebebasan penyebut sebesar  $90 - 3 = 87$  dengan taraf nyata 5% sehingga diperoleh  $f_{tabel}$  sebesar 3,10 dan  $f_{hitung}$  13.72.

Berdasarkan hasil analisis data, maka diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 13,72 sedangkan nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3,10. Dengan demikian  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak, dan  $H_a$  diterima. Sedangkan dilihat dari probabilitas hitung adalah 0,000 yaitu  $< 0,05$  maka keputusannya juga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa ada pengaruh antara Citra Toko (X1), Variasi Produk (X2), dan Lokasi (X3) secara simultan

terhadap Keputusan Pembelian (Y) Es Teh Indonesia Cabang Kedamaian Bandar Lampung. (Lampiran 12)

#### **4.5 Pembahasan**

Hasil dalam penelitian mengetahui adanya hubungan yang berpengaruh signifikan dan positif pada variabel literasi kewirausahaan, literasi digital dan penggunaan media sosial terhadap minat berwirausaha, yang artinya jika semakin baik Citra Toko, Variasi Produk, Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Es Teh Indonesia Cabang Kedamaian Bandar Lampung.

Hal ini terlihat dari salah satu pernyataan “Es Teh Indonesia memiliki reputasi yang baik di Masyarakat” dari variabel Citra Toko. Citra Toko dengan total poin tertinggi yaitu pada indikator Pandangan konsumen pada sebuah toko, dimana konsumen sudah mendapatkan pemahaman terkait Citra Toko pada Es Teh Indonesia Cabang Kedamaian Bandar Lampung. Citra toko adalah kesan yang ada dalam ingatan konsumen tentang kualitas yang dirasakan dari suatu produk atau jasa. Citra toko memberi konsumen jaminan atas produk yang di rasa. Biasanya konsumen lebih memilih merek yang terkenal saat berbelanja, meskipun harga yang ditawarkan cukup tinggi. Salah satu cara yang dapat dilakukan oleh suatu toko atau perusahaan adalah dengan cara mempertahankan dan meningkatkan atribut yang ada didalam citra tokonya.

Oleh karena itu, Toko perlu terus meningkatkan Citra nya kepada konsumen, hal ini dapat dilakukan dengan cara memberikan Menyajikan produk yang lengkap dan berkualitas, Menetapkan harga dengan wajar, dan menata ruang yang nyaman agar konsumen betah dan nyaman pada toko serta citra toko akan meningkat. Hasil penelitian ini sesuai dengan peneliti terdahulu yang dilakukan Juraeni (2023) menunjukkan bahwa Citra Toko memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat yaitu Niat Beli Hasanah Bakery & Cakes di Kerasaan.

Selain variabel Citra Toko pihak Es Teh Indonesia Cabang Kedamaian Bandar Lampung juga harus bisa melakukan Variasi produk agar terlihat berbeda dari para pesaingnya. Hal ini terlihat dari salah satu pernyataan Penyajian produk di Es Teh Indonesia beragam. Hal ini menunjukkan bahwa pihak toko Es Teh Indonesia Cabang Kedamaian Bandar Lampung mampu untuk bersaing dengan produk-produk es teh lainnya. Variasi Produk dapat diartikan sebagai produk yang memiliki desain atau jenis berbeda dan diproduksi oleh perusahaan. Variasi produk merupakan yang membedakan produk antara perusahaan dikategori produk yang sama. Namun, tantangan muncul karena banyaknya pesaing baru yang bermunculan. Oleh karena itu, melakukan Variasi Produk merupakan pilihan yang tepat agar berbeda dari para pesaing yang baru bermunculan dan tetap mempertahankan rasa dan ukuran produk.

Hasil penelitian ini sesuai dengan temuan yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya Umamsyah (2020) yang menyatakan bahwa Variasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Coffee shop Warung Ngombe di Yogyakarta. Faktor penunjang lainnya yang memiliki pengaruh penting yaitu Lokasi dimana lokasi merupakan Lokasi merupakan salah satu faktor penting yang akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Hal ini terlihat dari salah satu pernyataan Letak lokasi Es Teh Indonesia dekat dengan pusat keramaian dari variabel Lokasi dengan total poin tertinggi yaitu pada indikator *Place* adalah hal-hal yang berhubungan dengan letak maupun posisi. Sebaiknya letak sebuah restoran dekat dengan pusat keramaian atau dekat dengan daerah yang padat penduduknya. Hal ini menunjukkan Toko Es Teh Indonesia Cabang Kedamaian bandar Lampung sudah mampu memilih lokasi dengan baik.

Hasil penelitian ini sesuai dengan temuan yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Rasidy (2021) Lokasi memberikan dampak positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Studi Konsumen Pada Padussy Coffee Pekanbaru).