

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Deskriptif 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 antara lain :

4.1.1 Deskripsi karakteristik Responden

1. Jenis Kelamin Responden

Gambaran umum mengenai konsumen pengguna produk Tripanca berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut :

Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki – Laki	55	61,1%
Perempuan	35	38,9 %
Jumlah	100	100 %

Sumber : Data diolah pada tahun 2017

Berdasarkan tabel 4.1 dapat dilihat bahwa yang paling banyak melakukan keputusan pembelian produk Tripanca adalah laki – laki sebanyak 55 orang atau sebesar 61,1 %. Hasil olah data dapat dilihat pada lampiran 2.

2. Umur Responden

Gambaran umum mengenai konsumen pengguna produk Tripanca berdasarkan umur pada saat pengambilan sampel adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah	Persentase
17 – 21 Tahun	42	46,6 %
22 - 26 Tahun	37	41,2%
27 – 30 Tahun	11	12,2 %
Jumlah	100	100 %

Sumber : Data diolah pada tahun 2017

Dari tabel 4.2 diatas dapat diketahui bahwa yang paling dominan melakukan keputusan pembelian produk Tripanca adalah responden dengan umur 17 – 21 tahun sebanyak 42 orang atau sebesar 46,6 %. Hasil olah data dapat dilihat pada lampiran 2.

3. Berdasarkan Tingkat Pekerjaan

Untuk mengetahui jenis pekerjaan responden, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pekerjaan

Tingkat Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Mahasiswa	47	52,2%
Wiraswasta	25	27,8%
Pegawai Negeri (PNS)	13	14,4%
Siswa	2	2,2 %
DII	3	3,3%
Total	100	100%

Sumber : Data diolah pada tahun 2017

Dari hasil tabel 4.3 dapat disimpulkan bahwa yang paling dominan melakukan keputusan pembelian produk Tripanca yaitu mahasiswa sebanyak 47 orang atau sebesar 52,2 %. Hasil olah data dapat dilihat pada lampiran 2.

4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden

Hasil jawaban tentang variabel Kualitas Produk, Citra Merek dan Keputusan Pembelian yang disebarakan kepada 100 responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3 Hasil Jawaban Responden
Hasil Jawaban Responden Kualitas Produk (X1)

No	Pernyataan	Pilih Jawaban									
		SS (5)		S (4)		CS (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Tripanca memiliki kualitas AMDK yang baik	54	54,0	25	25,0	19	19,0	2	2,0	0	0,0
2	Tripanca sebagai Air Mineral yang membantu menjaga kestabilan cairan tubuh	23	23,0	59	59,0	16	16,0	2	2,0	0	0,0
3	Produk Tripanca memiliki kemasan yang dapat dengan mudah dikenal oleh konsumen	25	25,0	71	71,0	2	2,0	2	2,0	0	0,0
4	Tripanca memiliki banyak varian kemasan yang dipasarkan	13	13,0	57	57,0	25	25,0	5	5,0	0	0,0
5	Tripanca memiliki ukuran kemasan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen (Galon 19 liter, Gelas 150 ml, Gelas 240 ml, dan Botol Plastik 330 ml, 600 ml, 1500 ml)	11	11,0	41	41,0	23	23,0	25	25,0	0	0,0
6	Air Tripanca tidak berwarna	45	45,0	0	0,0	51	51,0	2	2,0	0	0,0
7	Tripanca merupakan produk tahan lama	18	18,0	69	69,0	13	13,0	0	0,0	0	0,0
8	Produk Tripanca tahan terhadap bakteri yang berasal dari luar kemasan	21	21,0	59	59,0	8	8,0	12	12,0	0	0,0
9	Tripanca tidak memiliki bau menyengat	37	37,0	53	53,0	10	10,0	0	0,0	0	0,0
10	Tripanca merupakan Air Mineral yang tidak memiliki rasa	14	14,0	65	65,0	21	21,0	0	0,0	0	0,0
11	Tripanca merupakan AMDK yang dibutuhkan konsumen	35	35,0	37	37,0	26	26,0	2	2,0	0	0,0
12	Tripanca memiliki ukuran yang sesuai dengan kebutuhan konsumen	23	23,0	44	44,0	33	33,0	0	0,0	0	0,0

Sumber : Hasil data diolah tahun 2017.

Berdasarkan pada tabel 4.3, hasil jawaban responden variabel kualitas produk (X1) dapat diketahui bahwa pernyataan yang paling banyak di respon Sangat Setuju oleh retailer adalah “Tripanca memiliki kualitas AMDK yang baik.” yaitu sebanyak 54 Jawaban sangat setuju dan bila di persentasekan menjadi 54,0%. Pernyataan yang paling banyak di responSetuju oleh retailer adalah “Tripanca merupakan produk tahan lama” yaitu sebanyak69 jawaban menyatakan Setuju apabila di persentasekan menjadi 69,0%. Pernyataan yang paling banyak di respon Cukup Setuju oleh retailer adalah “Tripanca tidak memiliki rasa” yaitu sebanyak 51 jawaban yang menyatakan sangat setuju dengan persentase 55%. Pernyataan yang paling rendah di respon oleh responden adalah “Tripanca memiliki ukuran kemasan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen (Galon 19 liter, Gelas 150 ml, Gelas 240 ml, dan Botol Plastik 330 ml, 600 ml, 1500 ml)” yaitu sebanyak 25 jawaban yang menyatakan tidak setuju dengan persentase 25%.

Tabel 4.4 Hasil Jawaban Responden
Hasil Jawaban Responden Citra Merek (X2)

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		CS (3)		TS (2)		TST (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Produk Tripanca memiliki kemasan yang aman	51	51,0	25	25,0	20	20,0	4	4,0	0	0,0
2	Produk Tripanca yang ditawarkan memiliki proses pengemasan dengan teknologi yang canggih	19	19,0	57	57,0	20	20,0	4	4,0	0	0,0
3	Produk Tripanca memiliki izin BPOM yang tertera langsung dalam kemasan	22	22,0	71	71,0	3	3,0	4	4,0	0	0,0
4	Produk Tripanca mencantumkan tanggal kadaluarsa yang tertera dibagian kemasan	14	14,0	52	52,0	31	31,0	3	3,0	0	0,0
5	Produk Tripanca cocok untuk dikonsumsi oleh semua kondisi apapun	6	6,0	46	46,0	29	29,0	19	19,0	0	0,0

6	Tripanca memiliki produk yang terbuat dari sumber air alami dari kaki gunung betung	33	33,0	61	61,0	0	0,0	6	6,0	0	0,0
7	Tripanca memiliki pelayanan yang baik dalam melayani konsumen	23	23,0	51	51,0	8	8,0	18	18,0	0	0,0
8	Tripanca selalu merespon keluhan pembeli dengan cepat dan tuntas	22	22,0	44	44,0	33	33,0	1	1,0	0	0,0
9	Produk Tripanca tidak pernah mengecewakan konsumen	37	37,0	43	43,0	20	20,0	0	0,0	0	0,0
10	Produk Tripanca tidak Berdampak menimbulkan Gejala Penyakit karena diproses dengan teknologi tinggi	17	17,0	58	58,0	25	25,0	0	0,0	0	0,0

Sumber : Hasil data diolah tahun 2017.

Berdasarkan pada tabel 4.4, hasil jawaban responden variabel kualitas produk (X1) dapat diketahui bahwa pernyataan yang paling banyak di respon Sangat Setuju oleh retailer adalah “Produk Tripanca memiliki kemasan yang aman” yaitu sebanyak 51 Jawaban sangat setuju dan bila di persentasekan menjadi 51,0%. Pernyataan yang paling banyak di responSetuju oleh retailer adalah “Tripanca memiliki produk yang terbuat dari sumber air alami dari kaki gunung betung” yaitu sebanyak61 jawaban menyatakan Setuju apabila di persentasekzn menjadi 61,0%. Pernyataan yang paling banyak di respon Cukup Setuju oleh retailer adalah “Tripanca selalu merespon keluhan pembeli dengan cepat dan tuntas” yaitu sebanyak 33 jawaban yang menyatakan sangat setuju dengan persentase 33%. Pernyataan yang paling rendah di respon oleh responden adalah “Produk Tripanca cocok untuk dikonsumsi oleh semua kalangan atau kondisi apapun”yaitu sebanyak 19 jawaban yang menyatakan tidak setuju dengan persentase 19%.

Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden
Hasil Jawaban Responden Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		CS (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Saya membeli Tripanca karna produk sesuai dengan kebutuhan tubuh	8	8,0	63	63,0	29	29,0	0	0,0	0	0,0
2	Saya membeli Tripanca karena mudah dikonsumsi	13	13,0	62	62,0	23	23,0	2	2,0	0	0,0
3	Saya membeli Tripanca karena mutu yang ditawarkan sangat dijamin	35	35,0	37	37,0	26	26,0	2	2,0	0	0,0
4	Saya membeli Tripanca karena kemasan mudah dibawa	23	23,0	44	44,0	33	33,0	0	0,0	0	0,0
5	Saya membeli Tripanca karena mereknya terkenal	36	36,0	34	34,0	28	28,0	2	2,0	0	0,0
6	Saya membeli Tripanca karena bermerek Nasional	42	42,0	36	36,0	14	14,0	8	8,0	0	0,0
7	Saya membeli produk Tripanca karena peminatnya banyak	22	22,0	56	56,0	22	22,0	0	0,0	0	0,0
8	Saya membeli poduk Tripanca karena harga yang terjangkau	23	23,0	52	52,0	23	23,0	2	2,0	0	0,0
9	Saya membeli Tripanca karena produk yang dikeluarkan tidak terbatas	38	38,0	39	39,0	23	23,0	0	0,0	0	0,0
10	Saya membeli Tripanca karena banyaknya varian yang ditawarkan	29	29,0	33	33,0	33	33,0	5	5,0	0	0,0
11	Saya dapat membeli Tripanca kapan saja	26	26,0	28	28,0	23	23,0	23	23,0	0	0,0
12	Saya dapat membeli Tripanca dimana saja	29	29,0	54	54,0	6	6,0	11	11,0	0	0,0

Sumber : Hasil data diolah tahun 2017.

Berdasarkan pada tabel 4.5, hasil jawaban responden variabel kualitas produk (X1) dapat diketahui bahwa pernyataan yang paling banyak di respon Sangat Setuju oleh retailer adalah “Saya membeli Tripanca karena bermerek Nasional” yaitu sebanyak 42 Jawaban sangat setuju dan bila di persentasekan menjadi 42,0%. Pernyataan yang paling banyak di

responSetuju oleh retailer adalah “Saya membeli Tripanca karna produk sesuai dengan kebutuhan tubuh” yaitu sebanyak63 jawaban menyatakan Setuju apabila di persentasekan menjadi 63,0%. Pernyataan yang paling banyak di respon Cukup Setuju oleh retailer adalah “Saya membeli Tripanca karena kemasan mudah dibawa dan Saya membeli Tripanca karena banyaknya varian yang ditawarkan” yaitu sebanyak 33 jawaban yang menyatakan sangat setuju dengan persentase 33%. Pernyataan yang paling rendah di respon oleh responden adalah “Saya dapat membeli Tripanca kapan saja” yaitu sebanyak 23 jawaban yang menyatakan setuju dengan persentase 23%.

4.1 Uji Persyaratan Instrumen

4.2.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas yang dilakukan oleh peneliti dalam skala likert yaitu terhadap 100 responden mendapatkan hasil sebagai berikut sesuai dengan kriteria pengujian :

1. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrument valid.
2. Apabia $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrument tidak valid.

Berikut hasil pengujian validitas untuk masing-masing item pernyataan pada variabel Kualitas Produk (X1) :

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1)

Atribut	r_{hitung}	r_{tabel}	Kondisi	Keterangan
Butir 1	0.279	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 2	0.699	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 3	0.401	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 4	0.427	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 5	0.431	0,196	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Butir 6	0.623	0,196	$r_{Hitung} > r_{Tabel}$	Valid
Butir 7	0.707	0,196	$r_{Hitung} > r_{Tabel}$	Valid
Butir 8	0.446	0,196	$r_{Hitung} > r_{Tabel}$	Valid
Butir 9	0.564	0,196	$r_{Hitung} > r_{Tabel}$	Valid
Butir 10	0.390	0,196	$r_{Hitung} > r_{Tabel}$	Valid
Butir 11	0.502	0,196	$r_{Hitung} > r_{Tabel}$	Valid
Butir 12	0.233	0,196	$r_{Hitung} > r_{Tabel}$	Valid

Sumber : Hasil data diolah tahun 2017.

Berdasarkan pada tabel 4.6 hasil uji validitas variabel Kualitas Produk (X1) dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan dengan Kualitas Produk, hasil yang didapatkan nilai r_{Hitung} lebih besar dari r_{Tabel} . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pernyataan 1 sampai 10 variabel Kualitas Produk (X1) sudah valid.

Berikut hasil pengujian validitas untuk masing-masing item pernyataan pada variabel Citra Merek (X2) :

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas

Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (X2)

Atribut	r_{Hitung}	r_{Tabel}	Kondisi	Keterangan
Butir 1	0.223	0,196	$r_{Hitung} > r_{Tabel}$	Valid
Butir 2	0.849	0,196	$r_{Hitung} > r_{Tabel}$	Valid
Butir 3	0.384	0,196	$r_{Hitung} > r_{Tabel}$	Valid
Butir 4	0.737	0,196	$r_{Hitung} > r_{Tabel}$	Valid
Butir 5	0.338	0,196	$r_{Hitung} > r_{Tabel}$	Valid
Butir 6	0.784	0,196	$r_{Hitung} > r_{Tabel}$	Valid
Butir 7	0.582	0,196	$r_{Hitung} > r_{Tabel}$	Valid
Butir 8	0.311	0,196	$r_{Hitung} > r_{Tabel}$	Valid

Butir 9	0,491	0,196	$r_{Hitung} > r_{Tabel}$	Valid
Butir 10	0,515	0,196	$r_{Hitung} > r_{Tabel}$	Valid

Sumber : Hasil data diolah tahun 2017.

Berdasarkan pada tabel 4.7 hasil uji validitas variabel Citra Merek (X2) dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan dengan Citra Merek, hasil yang didapatkan nilai r_{Hitung} lebih besar dari r_{Tabel} . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pernyataan 1 sampai 10 variabel Citra Merek (X2) sudah valid.

Berikut hasil pengujian validitas untuk masing-masing item pernyataan pada variabel Citra Merek (Y) :

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas

Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Atribut	r_{Hitung}	r_{Tabel}	Kondisi	Keterangan
Butir 1	0,737	0,196	$r_{Hitung} > r_{Tabel}$	Valid
Butir 2	0,848	0,196	$r_{Hitung} > r_{Tabel}$	Valid
Butir 3	0,852	0,196	$r_{Hitung} > r_{Tabel}$	Valid
Butir 4	0,328	0,196	$r_{Hitung} > r_{Tabel}$	Valid
Butir 5	0,514	0,196	$r_{Hitung} > r_{Tabel}$	Valid
Butir 6	0,797	0,196	$r_{Hitung} > r_{Tabel}$	Valid
Butir 7	0,594	0,196	$r_{Hitung} > r_{Tabel}$	Valid
Butir 8	0,839	0,196	$r_{Hitung} > r_{Tabel}$	Valid
Butir 9	0,762	0,196	$r_{Hitung} > r_{Tabel}$	Valid
Butir 10	0,301	0,196	$r_{Hitung} > r_{Tabel}$	Valid
Butir 11	0,288	0,196	$r_{Hitung} > r_{Tabel}$	Valid
Butir 12	0,418	0,196	$r_{Hitung} > r_{Tabel}$	Valid

Sumber : Hasil data diolah tahun 2017.

Berdasarkan pada tabel 4.8 hasil uji validitas variabel Keputusan Pembelian (Y) dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan dengan Keputusan Pembelian, hasil yang didapatkan nilai r_{Hitung} lebih besar dari r_{Tabel} . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pernyataan 1 sampai 12 variabel Keputusan Pembelian (Y) sudah valid.

4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana keadaan alat ukur atau kuesioner (angket) tersebut dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Untuk mengukur reliabilitas digunakan nilai *cronbach's alpha*. Selanjutnya dikonsultasikan dengan besarnya nilai interpretasi koefisien r . Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS.

Tabel 4.9 Interpretasi Nilai r Alpha Indeks Korelasi

Koefisien r	Reliabilitas
0.8000 – 1.0000	Sangat Tinggi
0.6000 – 0.7999	Tinggi
0.4000 – 0.5999	Cukup/Sedang
0.2000 – 0.3999	Rendah
0.0000 – 0.1999	Sangat Rendah

Sumber : Sugiyono (2009. p,183)

Untuk dapat melihat hasil uji reliabilitas Kualitas Produk (X1), Citra Merek (X2), dan Keputusan Pembelian (Y), dengan menggunakan SPSS dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Reliabilitas
Kualitas Produk (X1)	0,702	Tinggi
Citra Merek (X2)	0,664	Tinggi
Keputusan Pembelian (Y)	0,838	Tinggi

Sumber : Hasil data diolah tahun 2017.

Berdasarkan nilai *cronbach's alpha* hasil pada uji reliabilitas yang selanjutnya dikonsultasikan dengan daftar intepretasi koefisien *r*, maka dapat disimpulkan bahwa instrumen pernyataan tersebut memiliki reliabilitas tinggi pada pernyataan X1, pernyataan X2, dan pernyataan Y.

4.3 Uji Persyaratan Analisis Data

4.3.1 Uji Normalitas Sampel

Untuk mengetahui data normal atau mendekati normal bisa dilakukan Uji Non Parametik One-Sampel Kolmogorov – Smirnov Test, adalah sebagai berikut :

Tabel 4.11
Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
Kualitas Produk	0,308	0,05	Sig > 0,05	Normal
Citra Merek	0,427	0,05	Sig > 0,05	Normal
Keputusan Pembelian	0,615	0,05	Sig > 0,05	Normal

Sumber : Data diolah pada tahun 2017

Berdasarkan tabel 4.11 diatas, menunjukkan bahwa Kualitas Produk (X1) One-Sample Kolmogorov Test-Smirnov dengan tingkat signifikan diperoleh $0,308 > 0,05$ maka data berasal dari populasi berdistribusi normal. Nilai untuk Citra Merek (X2) dengan tingkat signifikan diperoleh $0,427 > 0,05$

maka berasal dari populasi berdistribusi normal. Nilai untuk Keputusan Pembelian (Y) dengan tingkat signifikan diperoleh data $0,615 > 0,05$ maka data berasal dari populasi berdistribusi normal. Hasil data dapat dilihat pada lampiran 13.

4.3.2 Hasil Uji Homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui apakah data sampel yang diambil dari populasi bervariasi homogen atau tidak.

Hasil uji tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 4.12 Hasil Uji Homogenitas

Variabel	Sig	Alpha	Simpulan	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,541	0,05	Sig > Alpha	Homogenitas
Citra Merek (X2)	0,641	0,05	Sig > Alpha	Homogenitas

Sumber : Data diolah pada tahun 2017

Berdasarkan tabel 4.12 hasil perhitungan test of homogeneity of variances didapat nilai Sig 0,541 (Kualitas Produk) dan Sig 0,641 (Citra Merek) yang menunjukkan nilai > dari 0,05 yang berarti H_0 diterima yang menyatakan varians semua populasi bersifat homogenitas. Hasil data dapat dilihat pada lampiran 14.

4.3.3 Hasil Uji Linieritas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan.

Kriteria pengambilan keputusan :

1. Apabila Sig < α (0,05), maka model regresi tidak berbentuk linier.
2. Apabila Sig > α (0,05), maka model regresi berbentuk linier.

Tabel 4.13 Hasil Uji Linieritas

Variabel	Sig	Alpha	Simpulan	Keterangan
Kualitas Produk (X1) dan Keputusan Pembelian (Y)	0,144	0,05	Sig > Alpha	Linier
Citra Merek (X2) dan Keputusan Pembelian (Y)	0,929	0,05	Sig > Alpha	Linier

Sumber : Hasil data diolah tahun 2017.

Kualitas Produk (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Dari hasil perhitungan tabel ANOVA didapat nilai Sig pada baris *deviantion from linearity* 0,144 > dari Alpha (0,05). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi berbentuk linear.

Citra Merek(X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Dari hasil perhitungan tabel ANOVA didapat nilai Sig pada baris *deviantion from linearity* 0,929 > dari Alpha (0,05). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi berbentuk linear.

4.4 Hasil Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linier Berganda (R Square)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,369 ^a	,136	,118	4,780

a. Predictors: (Constant), X.1, X.2

Sumber: Hasil data diolah tahun 2017

Berdasarkan tabel 4.14 di atas, terlihat bahwa koefisien korelasi diperoleh R sebesar 0,369 artinya hubungan antara Kualitas Produk dan Citra Merek dengan Keputusan Pembelian sebesar 0,369 adalah positif dan lemah. Sedangkan R Square (R^2) diperoleh sebesar 0,136 atau 13.6% Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh Kualitas Produk dan Citra Merek. Selebihnya 86.4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil data dapat dilihat pada lampiran 16.

Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
	(Constant)	16,235	7,970		2,037	,044
1	X.1	,395	,141	,265	2,806	,006
	X.2	,385	,145	,251	2,658	,009

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil data diolah tahun 2017

Berdasarkan tabel 4.15 diatas merupakan hasil perhitungan regresi linear bergandadengan menggunakan SPSS diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut: dapat dilihat bahwa konstanta $a = 16,235$ koefisien $b_1=0,395$, $b_2= 0,385$ sehingga persamaan regresi yaitu :

$$Y = 16,235 + 0,395 X_1 + 0,385 X_2 + et$$

Keterangan:

Dari persamaan diatas, hasil yang didapat diterangkan Koefisien melalui penjelasan berikut ini:

1. Koefisien Konstanta Keputusan Pmbelian (Y)

Variabel Y atau dalam hal ini adalah Keputusan Pembelian tetap sebesar 16,235 dengan anggapan bahwa variable lainnya konstan.

2. Koefisien Konstanta Kualitas Produk (X1)

Koefisien regresi $X_1 = 0,395$ menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan X_1 (Kualitas Produk) maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian sebesar 0,395.

3. Koefisien Konstanta Citra Merek (X2)

Koefisien regresi $X_2 = 0,385$ menyatakan bahwa setiap penambahan satu satuan X_2 (Citra Merek) maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian sebesar 0,385.

Dari persamaan diatas, hasil yang didapat diterangkan nilai Beta melalui penjelasan berikut ini:

1. Berdasarkan hasil nilai beta maka diketahui besar pengaruh Kualitas Produk (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah 0,265
2. Berdasarkan hasil nilai beta maka diketahui besar pengaruh Citra Merek (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah 0,251

4.5 Hasil Pengujian Hipotesis

4.5.1 Pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) dan Citra Merek (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada PT. Tripanca di Bandar Lampung (Uji t).

Tabel 4.16 Hasil Uji t Variabel Kualitas Produk dan Citra Merek

	t_{hitung}	t_{tabel}	Kondisi	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	2,780	1,66	$2,780 > 1,66$	H_0 ditolak dan H_a diterima
Citra Merek (X2)	2,629	1,66	$2,629 > 1,66$	H_0 ditolak dan H_a diterima

Sumber: Hasil data diolah tahun 2017

Berdasarkan tabel 4.16 didapat perhitungan pada Kualitas Produk (X_1) diperoleh nilai t hitung sebesar 2,780 sedangkan nilai t tabel dengan $dk = n -$

$4 = 100 - 4 = 96$ adalah 1,66088 jadi $t_{hitung} (2,780) > t_{tabel} (1,66088)$, dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga disimpulkan bahwa Kualitas Produk (X_1) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) AMDK PT. Tripanca di Bandar Lampung.

Pada perhitungan untuk variabel Citra Merek (X_2) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,629 sedangkan nilai t_{tabel} dengan $dk = n - 4 = 100 - 4 = 96$ adalah 1,66088 jadi $t_{hitung} (2,629) > t_{tabel} (1,66088)$, dengan demikian H_0 ditolak dan H_a di terima sehingga disimpulkan bahwa Citra Merek (X_2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) AMDK PT. Tripanca di Bandar Lampung. Hasil data dapat dilihat pada lampiran 17.

4.5.2 Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan PT. Tripanca di Bandar Lampung (Uji F)

Tabel 4.17 Tabel Hasil Uji F

Model	F_{hitung}	F_{tabel}	Kondisi	Keterangan
1	7,635	3,09	$7,635 > 3,09$	H_0 ditolak dan H_a diterima

Sumber: Hasil data diolah tahun 2017

Pengujian Anova dalam Uji F dipakai untuk menggambarkan tingkat pengaruh antara variabel kualitas produk (X_1) dan citra merek (X_2) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) secara bersama-sama. Untuk menguji F dengan tingkat kepercayaan 95% atau alpha 5% dan tingkat derajat kebebasan pembilang sebesar $k - 1 = 2$ dan derajat kebebasan penyebut sebesar $n - k = 100 - 5 = 95$, sehingga diperoleh F_{tabel} sebesar 3,09 dan $F_{hitung} 7,635$.

Berdasarkan hasil analisis data 4.17, maka diperoleh F_{hitung} sebesar 7,635 sedangkan nilai $F_{tabel} (\alpha 0,05)$ sebesar 3,09. Dengan demikian $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa

terdapat pengaruh antara kualitas produk (X1) dan citra merek (X2) secara simultan terhadap keputusan pembelian AMDK PT. Tripanca di Bandar Lampung (Uji F).

4.6 Pembahasan

4.6.1 Pengaruh Kualitas Produk (X₁Y)

Nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas produk (X₁) terhadap keputusan pembelian (Y) berdasarkan hasil perhitungan pada tabel koefisien diatas diperoleh nilaisebesar $2,780 > 1,66088$ artinya H_0 ditolak, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk (X₁) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Menurut Kotler Keller (2009,p.49) kualitas produk adalah keseluruhan ciri dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan.Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa dengan tingkat kepercayaan 95 % nilai signifikansinya di bawah alpha yang ditetapkan 5% ini berarti secara statistik dapat dikatakan ada dua indikator yang diambil yaitu sangat setuju dan setuju, sangat setuju tanggapan retailer terhadap Kualitas Produk, Tripanca memiliki kualitas AMDK yang baik, yang merupakan indikator dari Kinerja (*Perfomance*), dan setuju tanggapan retailer terhadap Produk Tripanca memiliki kemasan yang dapat dengan mudah dikenal oleh konsumen, yang merupakan indikator dari keistimewaan (*Feature*).

Dari kedua indikator tersebut sudah sesuai untuk menyampaikan informasi kepada retailer dari PT. Tripanca di Bandar Lampung yang mudah dipahami, maka retailer akan melakukan Keputusan Pembelian terhadap PT. Tripanca. Indikator-indikator yang menjadi tolak ukur variabel Kualitas Produk yaitu Kinerja, Keistimewaan, Kesesuaian, Kualitas yang dipresepsikan, dan Daya Tahan. Hal tersebut tentu menjadi pertimbangan Retailer dalam melakukan pembelian Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) PT. Tripanca di Bandar Lampung.

Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kualitas produk maka semakin tinggi keputusan pembelian terhadap suatu produk.

4.6.2 Pengaruh Citra Merek (X_2 Y)

Nilai t_{hitung} untuk variabel citra merek (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) berdasarkan hasil perhitungan pada tabel koefisien diatas diperoleh nilaisebesar $2,629 > 1,66088$ artinya H_0 ditolak, maka dapat disimpulkan bahwa citra merek (X_2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Menurut Kotler Keller (2009,p.288) sebuah merek dapat memainkan peran yang berbeda dalam sebuah portofolio merek. Merek dapat memperluas cakupan, memberikan proteksi, memperluas sebuah citra merek, atau memenuhi beragam peran lain bagi perusahaan. Masing-masing produk nama merek harus memiliki *positioning* yang didefinisikan dengan baik. Dengan demikian, merek dapat memaksimalkan cakupan dan meminimalkan tumpang tindih dan ujungnya mengoptimalkan sebuah perusahaan.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa dengan tingkat kepercayaan 95 % nilai signifikansinya di bawah alpha yang ditetapkan 5% ini berarti secara statistik dapat dikatakan ada dua indikator yang diambil yaitu sangat setuju dan setuju, sangat setuju tanggapan retailer terhadap Citra Merek, Produk Tripanca memiliki kemasan yang aman, yang merupakan indikator dari Kualitas atau Mutu, dan setuju tanggapan retailer terhadap Produk Tripanca memiliki izin BPOM yang tertera langsung dalam kemasan, yang merupakan indikator dari dapat dipercaya atau diandalkan.

Dari kedua indikator tersebut sudah sesuai untuk memenuhi keinginan retailer, sehingga retailer melakukan Keputusan Pembelian pada PT. Tripanca. Indikator-indikator yang menjadi tolak ukur Citra Merek yaitu Kualitas atau Mutu, Dapat dipercaya atau diandalkan, Kegunaan atau

Manfaat, Pelayanan, dan Resiko Hal tersebut menjadi pertimbangan Retailer dalam melakukan pembelian Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) PT. Tripanca di Bandar Lampung.

Citra Merek (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) PT. Tripanca di Bandar Lampung.

4.6.3 Pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Citra Merek (X2)

Menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan antara Kualitas Produk (X1), Citra Merek (X2), terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hal ini didukung oleh nilai nilai $F_{Hitung} 7,635 > F_{Tabel} 3,09$. Terdapat indikator-indikator yang menjadi tolak ukur Keputusan Pembelian yaitu Keputusan tentang jenis Produk, Keputusan tentang bentuk Produk, Keputusan tentang Merek, Keputusan tentang Penjualan, Keputusan tentang jumlah Produk, Keputusan tentang waktu Pembelian. Yang mengartikan Keputusan Pembelian retailer terhadap PT Tripanca sudah baik.