# BAB IV
# HASIL DAN PEMBAHASAN

## 1.1 Hasil Deskripsi Data

Deskripsi data adalah mendeskripsikan atau menjelaskan data yang telah terkumpul tanpa bermaksud membuat simpulan yang umum. Dala deskripsi data ini penulis akan menggambarkan kondisi responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini dilihat dari karakteristik responden antara lain:

### 1.1.1 Hasil Dekripsi Krakteristik Responden

**a. Jenis Kelamin**

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

**Tabel 4.1**

**Karakteristik Responden Berdasarakan Jenis Kelamin**

| **Jenis Kelamin** | **Frekuensi (orang)** | **Persentase (%)** |
|---|---|---|
| Perempuan | 54 | 54% |
| Laki-laki | 46 | 46% |
| **Jumlah** | **100** | **100%** |

*Sumber: data diolah tahun 2019*

Berdasarkan tabel 4.1 diatas, responden dalam penelitian imi didominasi oleh pengunjung dengan jenis kelamin perempuan yang berjumlah 54 orang (54%) .

**b. Usia Responden**

Untuk mengetahui usia responden dapat dilihat pada tabel 4.2

**Tabel 4.2**

**Karakteristik Responden Berdasarakan Usia**

| **Usia** | **Frekuensi (orang)** | **Persentase (%)** |
|---|---|---|

| | | |
|---|---|---|
| 17-25 | 92 | 92% |
| 26-30 | 4 | 4% |
| 31-35 | 4 | 4% |
| **Jumlah** | **100** | **100%** |

*Sumber: data diolah tahun 2019*

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, responden dalam penelitian ini didominasi oleh pengunjung dengan rentang usia 17-25 tahun sebanyak 92 orang (92%).

**b. Pekerjaan Responden**

Untuk mengetahui pekerjaan responden dapat dilihat pada tabel 4.3

**Tabel 4.3**

**Karakteristik Responden Berdasarakan Pekerjaan**

| **Pekerjaan** | **Frekuensi (orang)** | **Persentase (%)** |
|---|---|---|
| Mahasiswa | 62 | 62% |
| Karyawan Swasta | 12 | 12% |
| Wiraswasta | 10 | 10% |
| PNS | 10 | 10% |
| Pelajar | 6 | 6% |
| **Jumlah** | **100** | **100%** |

*Sumber: data diolah tahun 2019*

Berdasarkan tabel 4.3 diatas, responden dalam penelitian ini adalah di dominasi oleh pekerjaan sebagai mahasiswa berjumlah 62 orang (62%).

### 1.1.2 Deskripsi Jawaban Responden

Hasil jawaban tentang variabel yang disebarkan kepada 100 responden berdasarkan indikatornya yaitu sebagai berikut:

**Tabel 4.4**

**Deskripsi *Platform Asisstance* Berdasarkan Pernyataan**

| No | Daftar Pernyataan | SS % | S % | CS % | TS % | STS % |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. | Instagram mempermudah eWOM ( *electronic Word of Mouth* ) dalam mendapatkan informasi mengenai FlipFlop Coffee. | 54% | 40% | 6% | | |
| 2. | Saya dapat merasakan bahwa Instagram adalah alat yang efektif untuk membantu promosi FlipFlop Coffee. | 54% | 42% | 4% | | |
| 3. | Saya merasa bahwa Instagram dapat menjadi media untuk berinteraksi antara pengelola dan konsumen. | 58% | 38% | 2% | 2% | |
| 4. | Instagram dapat menjadi alat untuk bertukar informasi antar konsumen. | 58% | 30% | 6% | 4% | 2% |

*Sumber: Data Diolah tahun 2019*

Berdasarkan Tabel 4.4 diketahui bahwa pernyataan tentang *Platform Asisstance* yang paling tinggi direspon adalah pernyataan nomor 3 pengunjung merasa bahwa Instagram dapat menjadi media untuk berinteraksi antara pengelola dan konsumen, sedangkan pernyataan paling rendah direspon adalah pernyataan nomor 4 yaitu Instagram dapat menjadi alat untuk bertukar informasi antar

konsumen. Persentase yang sangat setuju 58% dan sangat tidak setuju sebanyak 2%.

**Tabel 4.5**

**Deskripsi *Concern for The Others* Berdasarkan Pernyataan**

| No | Daftar Pernyataan | SS % | S % | CS % | TS % | STS % |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. | Melalui Instagram saya dapat terbantu untuk mendapatkan informasi mengenai pilihan menu di FllipFlop Coffee. | 44% | 44% | 12% | | |
| 2. | Melalui Instagram saya mendapatkan informasi mengenai kualitas pelayanan di FlipFlop Coffee. | 42% | 48% | 8% | 2% | |
| 3. | Melalui Instagram saya dapat merasakan kepedulian orang yang saat merekomendasikan pengguna Instagram untuk berkunjung ke FlipFlop Coffee. | 52% | 42% | 4% | 2% | |
| 4. | Melalui Instagram saya mendapatkan rekomendasi yang berkaitan dengan FlipFlop Coffee. | 48% | 50% | 2% | | |

*Sumber: Data diolah tahun 2019*

Berdasarkan Tabel 4.5 diketahui bahwa pernyataan tentang harga adalah pernyataan nomor 3 yaitu Melalui Instagram saya dapat merasakan kepedulian orang yang saat merekomendasikan pengguna Instagram untuk berkunjung ke FlipFlop Coffee, sedangkan pernyataan yang paling rendah direspon adalah pernyataan nomor 2 yaitu Melalui Instagram saya mendapatkan informasi

mengenai kualitas pelayanan di FlipFlop Coffee. Persentase yang sangat setuju 52% dan tidak setuju sebanyak 2%.

**Tabel 4.6**

**Deskripsi *Expressing Positive Feeling* Berdasarkan Pernyataan**

| No | Daftar Pernyataan | SS % | S % | CS % | TS % | STS % |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. | Melalui Instagram saya mendapatkan rekomendasi mengenai daya tarik di FlipFlop Coffee. | 54% | 40% | 4% | 2% | |
| 2. | Melalui Instagram saya dapat merasakan kesenangan orang lain saat ataupun setelah mengunjungi FlipFlop Coffee. | 38% | 54% | 8% | | |
| 3. | Melalui Instagram saya mendapatkan rekomendasi bahwa FlipFlop Coffee merupakan pilihan yang tepat untuk menikmati waktu bersama teman atau keluarga. | 40% | 48% | 12% | | |
| 4. | Melalui Instagram saya mendapatkan informasi mengenai pengalaman positif orang lain di FlipFlop Coffee. | 42% | 50% | 4% | 4% | |

*Sumber: Data diolah tahun 2019*

Berdasarkan Tabel 4.6 diketahui bahwa pernyataan tentang lokasi yang paling tinggi direspon adalah pernyataan nomor 1 yaitu Melalui Instagram saya dapat merasakan kesenangan orang lain saat ataupun setelah mengunjungi FlipFlop

Coffee, sedangkan pernyataan yang paling rendah direspon adalah pernyataan nomor 4 yaitu Melalui Instagram saya mendapatkan rekomendasi bahwa FlipFlop Coffee merupakan pilihan yang tepat untuk menikmati waktu bersama teman atau keluarga. Persentase yang sangat setuju 54% dan tidak setuju sebanyak 4%.

**Tabel 4.7**

**Deskripsi *Helping The Company* Berdasarkan Pernyataan**

| No | Daftar Pernyataan | SS % | S % | CS % | TS % | STS % |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. | Melalui Instagram saya dapat merasakan kesediaan orang lain dalam membantu publikasi tentang FlipFlop Coffee. | 46% | 46% | 6% | 2% | |
| 2. | Melalui Instagram saya dapat merasakan orang lain menginginkan FlipFlop Coffee semakin berkembang dan terkenal. | 46% | 46% | 6% | 2% | |
| 3. | Melalui Instagram saya dapat merasakan kesadaran orang lain akan potensi FlipFlop Coffee untuk menjadi cafe yang populer. | 52% | 38% | 8% | 2% | |
| 4. | Melalui Instagram pengelola dapat terbantu dengan kritik dan saran yang disampaikan pengguna sehingga dapat menjadikan tolak ukur untuk meningkatkan kualitas pelayanan. | 58% | 34% | 8% | | |

*Sumber: Data diolah tahun 2019*

Berdasarkan Tabel 4.7 diketahui bahwa pernyataan tentang lokasi yang paling tinggi direspon adalah pernyataan nomor 4 yaitu Melalui Instagram pengelola dapat terbantu dengan kritik dan saran yang disampaikan pengguna sehingga dapat menjadikan tolak ukur untuk meningkatkan kualitas pelayanan, sedangkan pernyataan yang paling rendah direspon adalah pernyataan nomor 3 yaitu Melalui Instagram saya dapat merasakan kesadaran orang lain akan potensi FlipFlop Coffee untuk menjadi cafe yang populer. Persentase yang sangat setuju 58% dan tidak setuju sebanyak 2%.

**Tabel 4.8**

**Deskripsi Keputusan Pembelian Berdasarkan Pernyataan**

| No | Daftar Pernyataan | SS % | S % | CS % | TS % | STS % |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1. | Desain dari FlipFlop Coffee sangat modern. | 46% | 50% | 4% | | |
| 2. | Suasana di FlipFlop Coffee sangat nyaman. | 50% | 42% | 8% | | |
| 3. | Harga yang di tawarkan FlipFlop Coffee tidak terlalu mahal. | 38% | 52% | 8% | 2% | |
| 4. | Harga yang di tawarkan FlipFlop Coffee lebih murah dari kafe lain yang sejenis. | 38% | 44% | 16% | 2% | |
| 5. | Akses ke FlipFlop Coffee sangat mudah. | 46% | 44% | 6% | 2% | |
| 6. | Lokasi FlipFlop Coffee strategis. | 38% | 48% | 10% | 4% | |
| 7. | Fasilitas yang disediakan lengkap. | 42% | 48% | 10% | | |
| 8. | Semua fasilitas berfungsi dengan baik. | 40% | 48% | 12% | | |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 9. | Menu yang ditawarkan bervariasi. | 48% | 42% | 10% | | |
| 10. | Coffee Latte semut adalah produk paling laku di FlipFlop Coffee. | 44% | 46% | 6% | 2% | 2% |

*Sumber: Data diolah tahun 2019*

Berdasarkan Tabel 4.8 diketahui bahwa pernyataan tentang lokasi yang paling tinggi direspon adalah pernyataan nomor 2 yaitu Suasana di FlipFlop Coffee sangat nyaman, sedangkan pernyataan yang paling rendah direspon adalah pernyataan nomor 10 yaitu Coffee Latte semut adalah produk paling laku di FlipFlop Coffee. Persentase yang sangat setuju 50% dan sangat tidak setuju sebanyak 2%.

## 1.2 Hasil Uji Instrumen Prasyarat

### 1.2.1 Hasil Uji Validitas

Sebelum dilakukan pengolahan data maka seluruh jawaban yang diberikan oleh responden diuji dengan uji validitas dan uji reliabilitas yang diuji cobakan pada responden. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi *product moment.* Dalam penelitian ini, uji validitas untuk menghitung data yang akan dihitung dan proses pengujiannya dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS 25.0.Hasil pengujian validitas menggunakan kriteria pengujian "apabila *r* hitung > *r* tabel, maka valid dan apabila *r* hitung < *r* tabel maka tidak valid.

**Tabel 4.9**

**Hasil Uji Validitas *Platform Asisstance* (X1)**

| Pernyataan | *r* hitung | *r* tabel | Kondisi | Simpulan |
|---|---|---|---|---|
| Butir 1 | 0,754 | 0,361 | *r* hitung > *r* tabel | Valid |
| Butir 2 | 0,549 | 0,361 | *r* hitung > *r* tabel | Valid |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Butir 3 | 0,706 | 0,361 | *r* hitung > *r* tabel | Valid |
| Butir 4 | 0,606 | 0,361 | *r* hitung > *r* tabel | Valid |

*Sumber: Data diolah tahun 2019*

Berdasarkan tabel 4.9 Hasil uji validitas variabel *Platform Asisstance* dengan menampilkan seluruh butir pernyataan yang bersangkutan mengenai bentuk. Hasil yang didapatkan yaitu *r* hitung > *r* tabel dimana nilai *r* hitung paling tinggi yaitu 0,706 dan terendah 0,549. Dengan demikian seluruh butir pernyataan dinyatakan valid.

**Tabel 4.10**

**Hasil Uji Validitas Concern For The Others (X2)**

| **Pernyataan** | ***r* hitung** | ***r* tabel** | **Kondisi** | **Simpulan** |
|---|---|---|---|---|
| Butir 1 | 0,683 | 0,361 | *r* hitung > *r* tabel | Valid |
| Butir 2 | 0,661 | 0,361 | *r* hitung > *r* tabel | Valid |
| Butir 3 | 0,734 | 0,361 | *r* hitung > *r* tabel | Valid |
| Butir 4 | 0,628 | 0,361 | *r* hitung > *r* tabel | Valid |

*Sumber: Data diolah 2019*

Berdasarkan tabel 4.10 Hasil uji validitas *Concern for The Others* dengan menampilkan seluruh butir pernyataan yang bersangkutan mengenai bentuk. Hasil yang didapatkan yaitu *r* hitung > *r* tabel dimana nilai *r* hitung paling tinggi yaitu 0,734 dan terendah 0,628. Dengan demikian seluruh butir pernyataan dinyatakan valid.

**Tabel 4.11**

**Hasil Uji Validitas *Expressing Postive Feeling*(X3)**

| **Pernyataan** | ***r* hitung** | ***r* tabel** | **Kondisi** | **Simpulan** |
|---|---|---|---|---|
| Butir 1 | 0,705 | 0,361 | *r* hitung > *r* tabel | Valid |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Butir 2 | 0,803 | 0,361 | *r* hitung > *r* tabel | Valid |
| Butir 3 | 0,812 | 0,361 | *r* hitung > *r* tabel | Valid |
| Butir 4 | 0,788 | 0,361 | *r* hitung > *r* tabel | Valid |

*Sumber: Data diolah tahun 2019*

Berdasarkan tabel 4.11 Hasil uji validitas *Expresssing Positive Feeling* dengan menampilkan seluruh butir pernyataan yang bersangkutan mengenai bentuk. Hasil yang didapatkan yaitu *r* hitung > *r* tabel dimana nilai *r* hitung paling tinggi yaitu 0,812 dan terendah 0,705. Dengan demikian seluruh butir pernyataan dinyatakan valid.

**Tabel 4.12**

**Hasil Uji Validitas Kuesioner *Helping The Company* (X4)**

| **Pernyataan** | ***r* hitung** | ***r* tabel** | **Kondisi** | **Simpulan** |
|---|---|---|---|---|
| Butir 1 | 0,705 | 0,361 | *r* hitung > *r* tabel | Valid |
| Butir 2 | 0,803 | 0,361 | *r* hitung > *r* tabel | Valid |
| Butir 3 | 0,845 | 0,361 | *r* hitung > *r* tabel | Valid |
| Butir 4 | 0,788 | 0,361 | *r* hitung > *r* tabel | Valid |

*Sumber: Data diolah tahun 2019*

Berdasarkan tabel 4.12 Hasil uji validitas *Helping The Company* dengan menampilkan seluruh butir pernyataan yang bersangkutan mengenai bentuk. Hasil yang didapatkan yaitu *r* hitung > *r* tabel dimana nilai *r* hitung paling tinggi yaitu 0,845 dan terendah 0,705. Dengan demikian seluruh butir pernyataan dinyatakan valid.

**Tabel 4.13**

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

| **Pernyataan** | ***r* hitung** | ***r* tabel** | **Kondisi** | **Simpulan** |
|---|---|---|---|---|

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Butir 1 | 0,400 | 0,361 | *r* hitung > *r* tabel | Valid |
| Butir 2 | 0,712 | 0,361 | *r* hitung > *r* tabel | Valid |
| Butir 3 | 0,599 | 0,361 | *r* hitung > *r* tabel | Valid |
| Butir 4 | 0,689 | 0,361 | *r* hitung > *r* tabel | Valid |
| Butir 5 | 0,762 | 0,361 | *r* hitung > *r* tabel | Valid |
| Butir 6 | 0,610 | 0,361 | *r* hitung > *r* tabel | Valid |
| Butir 7 | 0,712 | 0,361 | *r* hitung > *r* tabel | Valid |
| Butir 8 | 0,853 | 0,361 | *r* hitung > *r* tabel | Valid |
| Butir 9 | 0,912 | 0,361 | *r* hitung > *r* tabel | Valid |
| Butir 10 | 0,703 | 0,361 | *r* hitung > *r* tabel | Valid |

*Sumber: Data diolah tahun 2019*

Berdasarkan tabel 4.13 Hasil uji validitas keputusan pembelian dengan menampilkan seluruh butir pernyataan yang bersangkutan mengenai bentuk. Hasil yang didapatkan yaitu *r* hitung > *r* tabel dimana nilai *r* hitung paling tinggi yaitu 0,912 dan terendah 0,400. Dengan demikian seluruh butir pernyataan dinyatakan valid.

### 1.2.1 Hasil Uji Realiabilitas

Setelah uji validitas maka penguji kemudian melakukan uji reliabiltas terhadap masing-masing instrumen variabel $X_1$, $X_2$, $X_3$, $X_4$ dan instrumen variabel Y menggunakan rumus *Alpha Cronbach* dengan bantuan program aplikasi SPSS 25.0. Hasil uji reliabilitas setelah dikonsultasikan dengan daftar interpretasi koefisien r dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.14**

**Hasil Uji Reliabilitas**

| Variabel | Koefisien *Alpha Cronbach's* | Koefisien *r* | Simpulan |
|---|---|---|---|
| *Platform Asisstance* | 0,753 | 0,6000 – 0,7999 | Tinggi |
| *Concern for The Others* | 0,765 | 0,6000 – 0,7999 | Tinggi |
| *Expressing Positive Feeling* | 0,795 | 0,6000 – 0,7999 | Tinggi |
| *Helping The Company* | 0,811 | 0,6000 – 0,7999 | Tinggi |
| Keputusan Pembelian | 0,769 | 0,6000 – 0,7999 | Tinggi |

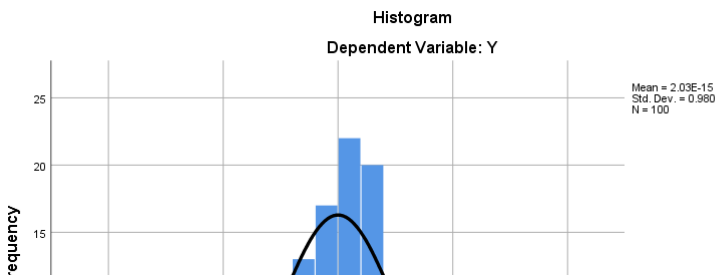
*Sumber: Data diolah tahun 2019*

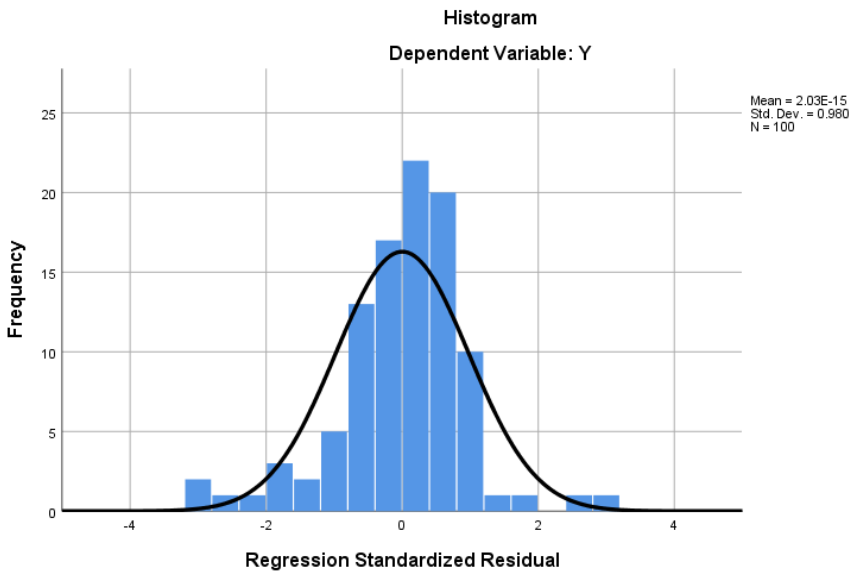
Berdasarkan hasil uji reliabilitas tabel 4.14 nilai *Cronbach's Alpha* variabel *Platform Asisstance* (X1) sebesar 0,753 dengan tingkat reliabilitas tinggi, varibel *Concern for The Others* (X2) sebesar 0,765 dengan tingkat reliabilitas tinggi, *Expressing Positive Feeling* (X3) sebesar 0,795 dengan reliabilitas tinggi, *Helping The Company* (X4) sebesar 0,811 dengan reliabilitas sangat tinggi, dan keputusan pembelian sebesar 0,769 dengan reliabilitas tinggi.

## 1.3 Hasil Prasyaratan Analisis Data

### 1.3.1 Hasil Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang datanya berdistribusi normal atau mendekatai normal. Jika data tidak berada disekitar wilayah garis diagonal dan tidak mengikuti garis diagonal atau tidak mengikuti pola sebaran distribusi normal maka akan diperoleh taksiran yang bias. Pengujian normalitas dalam penelitian ini yaitu melalui normal probability plot dan historam dengan menggunakan SPSS 25.0 dan diperoleh hasil sebagai berikut:

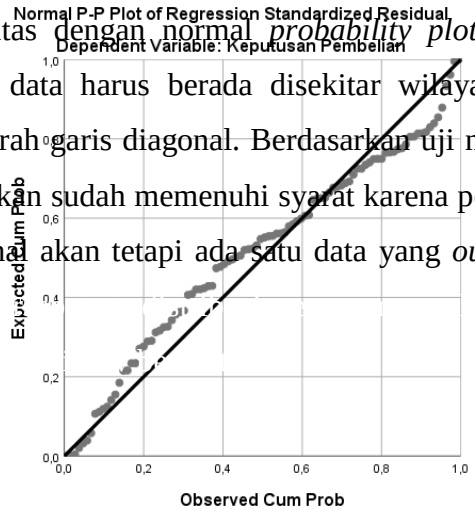





**Gambar 4.1**

**Hasil Uji Normalitas Residual**

Uji normalitas dengan normal *probability plot* mensyaratkan bahwa penyebaran data harus berada disekitar wilayah garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Berdasarkan uji normal *Probability plot* yang dilakukan sudah memenuhi syarat karena peyebaran data disekitar garis diagonal akan tetapi ada satu data yang *outlier* (pencilan).




**Gambar 4.2**

**Hasil Uji Normalitas P-Plot**

Dari gambar diatas terlihat bahwa grafik histogram memberikan pancaran data terletak di sekitar garis miring melintang atau berada pada sekitar garis diagonal sehingga dapat dikatakan bahwa asumsi ini terpenuhi, dan data terdistribusi secara normal.

### 1.3.2 Hasil Uji Linieritas

Uji ini untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Dari hasil pengolahan data dari SPSS 25 di peroleh hasil uji linieritas sebagai berikut:

**Tabel 4.15**

**Hasil Uji Linieritas**

| Variabel | Sig | Keterangan |
|---|---|---|
| *Platform Asisstance (X1)* terhadap Keputusan Pembelian (Y) | 0,535 | Linier |
| *Concern for The Others (X2)* terhadap Keputusan Pembelian (Y) | 0,052 | Linier |
| *Expressing Positive Feeling (X3)* terhadap Keputusan Pembelian (Y) | 0,218 | Linier |
| *Helping The Company (X4)* terhadap Keputusan Pembelian (Y) | 0,261 | Linier |

*Sumber : Hasil data diolah tahun 2019*

Berdasarkan hasil tabel 4.15 didapat nilai masing-masing variabel *Platform Asisstance* diperoleh nilai sig 0,535 > 0,05 (Alhpa), *Concern for The Others* diperoleh nilai sig 0,052 > 0,05 (Alpha), *Expressing Positive Feeling* diperoleh nilai sig 0,218 > 0,05 (Alpha), *Helping The Company* diperoleh nilai sig 0,261 > 0,05 (Alpha) maka dapat disimpulkan bahwa data yang diperoleh dari 100 sampel dalam penelitian ini semua variabel independen menyatakann model regresi berbentuk linier terhadap variabel dependen.

### 1.3.3 Hasil Uji Multikolinieritas Data

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji ada tidaknya korelasi antara variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat) dalam suatu model regresi. Uji multikolinieritas dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai *variance inflation factor* (VIF) dengan menggunakan SPSS 25.0 dan diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.16**

**Hasil Uji Multikolineritas**

| Variabel | VIF |
|---|---|
| *Platform Asisstance* | 2,068 |
| *Concern for The Others* | 1,874 |
| *Expressing Positive Feeling* | 1,218 |
| *Helping The Company* | 1,591 |

*Sumber : Hasil data diolah tahun 2019*

Berdasarkan uji diatas nilai VIF untuk variabel *Platform Asisstance* adalah 2,068 < 10 , sementara *Concern for The Others* adalah 1,874 < 10, *Expressing Positive Feeling* adalah 1,218 < 10, serta besar nilai VIF *Helping The Company* adalah 1,591 < 10. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa tidak terdapat masalah multikolinieritas.

## 4.1 Hasil Analisis Data

### 4.1.1 Hasil Determinasi (R Square)

Koefisien determinasi R (R2) digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model dalam merangkai variasi variabel depeden koefisien determinsi R square (R2) mempunyai interval mulai dari 0 sampai 1 (0<R2,1) semakin besar R2 (mendekati 1), semakin baik hasil untuk

model regresi tersebut dan semakin mendekati 0, maka variabel independen secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel dependen. Adapun hasil pengujian ini koefisien determinasi adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.17**

**Hasil Determinasi**

| Model | R | R Square | Adj. R Square | Std. error of the Estimate |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 0,658 | 0,433 | 0,409 | 3,669 |

*Sumber: Data primer, diolah tahun 2019*

Berdasarkan hasil tabel 4.17, diketahui bahwa analisis regresi menghasilakn R Square sebesar 0,433. Hal ini berarti bahwa keputusan dapat dijelaskan oleh variabel *platform asisstance, concern for the others, expressing positive feeling* dan *helping the company* sebesar 43%. Sedangkan sisanya sebesar 57% (100%-43%), dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk ke dalam penelitian ini.

### 4.1.2 Hasil Analisis Regresi Berganda

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data maka diperoleh data analisis regresi linier berganda sebagai berikut:

**Tabel 4.18**

**Analisis Regresi Berganda**

| Model | B |
|---|---|
| (Constant) | 11,037 |
| *Platform Asisstance* | 0,561 |
| *Concern for The Others* | 0,059 |
| *Expressing Positive Feeling* | 0,925 |

| | |
|---|---|
| *Helping The Company* | 0,291 |

*Sumber: Data diolah tahun 2019*

Berdasarkan tabel di atas, kemudian dimasukkan dalam persamaan:

$$\mathbf{Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e}$$

$$\mathbf{Y = 10{,}953 + 0{,}598\ X_1 + 0{,}033\ X_2 + 0{,}952\ X_3 + 0{,}257\ X_4 + e}$$

Hasil persamaan tersebut menunjukkan *platform asisstance*, *concern for the others* , *expressing positive feeling* dan *helping the company*, berpengaruh secara positif dan searah terhadap keputusan pembelian.

1. $b_0$ = Nilai konstanta yaitu sebesar 11,037 menyatakan bahwa jika *platform asisstance* ($X_1$), *concern for the others* ($X_2$), *expressing positive feeling* ($X_3$) dan *helping the company* ($X_4$), dianggap konstan maka nilai dari keputusan penjualan (Y) adalah sebesar 11,037.
2. $b_1$ = Nilai koefisien variabel *platform asisstance* nilainya sebesar 0,561 artinya jika *platform asisstance* ($X_1$) mengalami kenaikan setiap 1 satuan, maka keputusan pembelian (Y) mengalami kenaikan sebesar 0,561 satuan.
3. $b_2$ = Nilai koefisien *concern for the others* nilainya sebesar 0,059 artinya jika *concern for the others* ($X_2$) mengalami kenaikan setiap 1 satuan maka keputusan pembelian (Y) mengalami kenaikan sebesar 0,059 satuan.
4. $b_3$ = Nilai koefisien *expressing positive feeling* nilainya sebesar 0,925 artinya jika *expressing positive feeling* ($X_3$) mengalami kenaikan setiap 1 satuan maka keputusan pembelian (Y) mengalami kenaikan sebesar 0,925 satuan.
5. $b_4$ = Nilai koefisien *helping the company* nilainya sebesar 0,291 artinya jika *helping the company* ($X_4$) mengalami kenaikan setiap 1 satuan maka keputusan pembelian (Y) mengalami kenaikan sebesar 0,291 satuan.

Berdasarkan keterangan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai koefisien regresi *expressing positive feeling* lebih besar dari *platform asisstance*, *concern for the others* dan *helping the company* dan tampilan fisik ini menunjukkan bahwa konstributsi variabel *expressing positive feeling* lebih tinggi atau dominan dibandingkan variabel *platform asisstance*, *concern for the others* dan *helping the company* dan tampilan fisik dalam meningkatkan keputusan pembelian pada FlipFlop Coffee.

## 4.2 Hasil Pengujian Hipotesis

### 4.2.1 Hasil Uji t

**1. Pengaruh *Platform Asisstance* ($X_1$) terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

H0= *Platform Asisstance* ($X_1$) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) pada FlipFlop Coffee

Ha= *Concern for The Others* ($X_1$) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) pada FlipFlop Coffee

**Tabel 4.19**

**Hasil Uji t *Platform Asisstance* Terhadap Keputusan Pembelian**

| Variabel | t | Sig |
|---|---|---|
| *Platform Asisstance* | 2,650 | 0,009 |

*Sumber: Hasil data diolah tahun 2019*

Berdasarkan tabel 4.19 didapat perhitungan pada *Platform Asisstance* ($X_1$) diperoleh nilai sig sebesar 0,009 < 0,05 (Alpha) dan t hitung sebesar 2,650 > t tabel (1.660), dengan demikian Ha diterima dan Ho ditolak sehingga di simpulkan bahwa *Platform Asisstance* ($X_1$) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada FlipFlop Coffee.

2. **Pengaruh *Concern for The Others* ($X_2$) terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

H0 = *Concern for The Others* ($X_2$) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada FlipFlop Coffee

Ha = *Concern for The Others* ($X_2$) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) pada FlipFlop Coffee

**Tabel 4.20**

**Hasil Uji t *Concern for The Other* Terhadap Keputusan Pembelian**

| Variabel | t | Sig |
|---|---|---|
| *Concern for The Others* | 0,242 | 0,810 |

*Sumber: Hasil data diolah tahun 2019*

Berdasarkan tabel 4.20 didapat perhitungan pada *Concern for The Other* ($X_2$) diperoleh nilai sig sebesar 0,810 > 0,05 (Alpha) t hitung sebesar 0,242 < t tabel (1.660), dengan demikian H0 diterima dan Ha ditolak sehingga di simpulkan bahwa *Concern for The Other* ($X_2$) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada FlipFlop Coffee.

3. **Pengaruh *Expressing Positive Feeling* ($X_3$) terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

H0= *Expressing Positive Feeling* ($X_3$) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada FlipFlop Coffee

Ha= *Expressing Positive Feeling* ($X_3$) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) pada FlipFlop Coffee

**Tabel 4.21**

**Hasil Uji t *Expressing Positive Feeling* Terhadap Keputusan Pembelian**

| Variabel | t | Sig |
|---|---|---|

| | | |
|---|---|---|
| *Expressing Positive Feeling* | 5,021 | 0,000 |

*Sumber: Hasil data diolah tahun 2019*

Berdasarkan tabel 4.21 didapat perhitungan pada *Expressing Positive Feeling* ($X_3$) diperoleh nilai sig sebesar 0,000 < 0,05 (Alpha) dan t hitung sebesar 5,021 > t tabel (1,660), dengan demikian Ha diterima dan H0 ditolak sehingga di simpulkan bahwa *Expressing Positive Feeling* ($X_3$) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada FlipFlop Coffee.

**4. Pengaruh *Helping The Company* ($X_4$) terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

H0= *Helping The Company* ($X_4$) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada FlipFlop Coffee

Ha= *Helping The Company* ($X_4$) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) pada FlipFlop Coffee

**Tabel 4.22**

**Hasil Uji t *Helping The Company* Terhadap Keputusan Pembelian**

| Variabel | t | Sig |
|---|---|---|
| *Helping The Company* | 0,932 | 0,354 |

*Sumber: Hasil data diolah tahun 2019*

Berdasarkan tabel 4.22 didapat perhitungan pada *Helping The Company* ($X_4$) diperoleh nilai sig sebesar 0,354 > 0,05 (Alpha) dan t hitung sebesar 0,932 < t tabel (1,660), dengan demikian H0 diterima dan Ha ditolak sehingga di simpulkan bahwa *Helping The Company* ($X_4$) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada FlipFlop Coffee.

### 4.2.2 Hasil Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pengujian regresi secara Bersama-sama dilakukan untuk menguji hipotesis:

H0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *platform asisstance, concern for the others, expressing positive feeling* dan *helping the company* secara simultan terhadap keputusan pembelian pada FlipFlop Coffee

Ha = Terdapat pengaruh yang signifikan antara *platform asisstance, concern for the others, expressing positive feeling* dan *helping the company* secara simultan terhadap keputusan pembelian pada FlipFlop Coffee

**Tabel 4.23**

**Hasil Uji F**

| **Variabel** | **F** | **Sig** |
|---|---|---|
| *Platform asisstance*($X_1$), *Concern for The Others*($X_2$), *Expressing Positive Feeling*($X_3$) dan *Helping The Company*($X_4$) terhadap keputusan pembelian (Y) | 18,127 | 0,000 |

*Sumber: Hasil data diolah tahun 2019*

Pengujian Anova dipakai untuk menggambarkan tingkat pengaruh antara variabel *platform asisstance*($X_1$), *concern for the others*($X_2$), *expressing positive feeling*($X_3$) dan *helping the company*($X_4$) terhadap keputusan pembelian (Y) secara bersama-sama. Untuk menguji F dengan tingkat kepercayaan 95% atau *alpha* 5% dan derajat kebebasan pembilang sebesar k – 1 = 2 dan derajat kebebasan penyebut sebesar n – k = 100-3 = 97 sehingga diperoleh F tabel sebesar 3,09 dan F hitung 18,127.

Berdasarkan tabel 4.23 menunjukan nilai F hitung (18,127) > F tabel (3,09) serta nilai sig F (0,000) < 0,05. Hal ini menunjukan bahwa model penelitian dengan variabel indepeden *platform asisstance, concern for the others, expressing positive feeling* dan *helping the company* secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

## 4.3 Pembahasan

Berikut ini adalah hasil pembahasan berdasarkan pertanyaan dari rumusan masalah dalam penelitian ini:

### 4.3.1 H1 : *Platform Assistance* berpengaruh terhadap keputusan pembelian di FlipFlop Coffee.

Hasil jawaban dari rumusan masalah pertanyaan yang pertama adalah apakah ada pengaruh variabel *Platform Asisstance* (X1) terhadap keputusan pembelian di FlipFlop Coffee. Hasil analisis melalui uji t menunjukkan bahwa variabel Platform Assistance (X1) memiliki nilai sig sebesar 0,007 < 0,05 (Alpha). Hal ini hal ini menunjukkan bahwa pengaruh X1 terhadap keputusan pembelian adalah positif. dengan demikian dapat disimpulkan bahwa X1 ada pengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini kemungkinan disebabkan bahwa para konsumen menggunakan Instagram untuk mencari informasi mengenai FlipFlop Coffee.

### 4.3.2 H2 : *Concern For The Others* berpngaruh terhadap keputusan pembelian di FlipFlop Coffee.

Hasil jawaban dari rumusan masalah pertanyaan yang kedua adalah apakah ada pengaruh variabel *Concern For The Others* (X2) terhadap keputusan pembelian di FlipFlop Coffee. Hasil analisis melalui uji t menunjukkan bahwa variabel *Concern For The Others* (X2) memiliki nilai sig sebesar 0,896 > 0,05 (Alpha). Hal ini hal ini menunjukkan bahwa pengaruh X2 terhadap keputusan pembelian adalah negatif. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa X2 tidak ada pengaruh

terhadap keputusan pembelian. Hal ini kemungkinan disebabkan bahwa para konsumen tidak memperdulikan perasaan orang lain ketika berkunjung dan merekomendasikan FlipFlop Coffee.

### 4.3.3 H3 : *Expressing Possitive Feeling* berpngaruh terhadap keputusan pembelian di FlipFlop Coffee.

Hasil jawaban dari rumusan masalah pertanyaan yang ketiga adalah apakah ada pengaruh variabel *Expressing Positive Feeling* (X3) terhadap keputusan pembelian di FlipFlop Coffee. Hasil analisis melalui uji t menunjukkan bahwa variabel *Expressing Positive Feeling* (X3) memiliki nilai sig sebesar 0,000 < 0,05 (Alpha). Hal ini hal ini menunjukkan bahwa pengaruh X3 terhadap keputusan pembelian adalah positif. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa X3 ada pengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini kemungkinan disebabkan bahwa para konsumen mendapatkan informasi mengenai daya tarik dan rekomendasi pengalaman positif terhadap FlipFlop Coffee.

### 4.3.4 H4 : *Helping for The Company* berpengaruh terhadap keputusan pembelian di FlipFlop Coffee.

Hasil jawaban dari rumusan masalah pertanyaan yang keempat adalah apakah ada pengaruh variabel *Helping The Company* (X4) terhadap keputusan pembelian di FlipFlop Coffee. Hasil analisis melalui uji t menunjukkan bahwa variabel *Helping The Company* (X4) memiliki nilai sig sebesar 0,417 < 0,05 (Alpha). Hal ini hal ini menunjukkan bahwa pengaruh X4 terhadap keputusan pembelian adalah negatif. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa X4 tidak ada pengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini kemungkinan disebabkan bahwa tidak semua konsumen ingin membantu publikasi FlipFlop Coffee dengan bentuk merekomendasikan kepada orang lain dan memberikan saran dan kritik terhadap FlipFlop Coffee.

### 4.3.5 H5 : *Platform Assistance, Concern for The Others, Expressing Possitive Feeling* dan *Helping The Company* berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian.

Hasil jawaban dari rumusan masalah pertanyaan yang kelima. Melihat dari hasil uji F pada tabel Anova diperoleh nilai F hitung (18,266) > F tabel (3,09) dengan nilai probabilitas (Sig.) = 0,000 < 0,05 maka H0 ditolak. Artinya ada pengaruh signifikan antara *platform asisstance, concern for the others, expressing positive feeling* dan *helping the company* terhadap keputusan pembelian pada FlipFlop Coffee. Hal ini menyatakan bahwa *platform asisstance, concern for the others, expressing positive feeling* dan *helping the company* menjadi pertimbangan konsumen dalam memutuskan pembelian pada FlipFlop Coffee. Dari hasil penelitian persamaan regresi, variabel yang paling dominan yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah *platform asisstance* ($X_1$) dan *expressing positive feeling* (X2). Berdasarkan hasil uji F yang dapat dilihat pada nilai F, maka diketahui bahwa variabel *platform asisstance, concern for the others, expressing positive feeling* dan *helping the company* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.