

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Deskriptip merupakan penggambaran atau mendeskripsikan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tana bermaksud membuat simpulan untuk umum atau generlisasi. 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 Objek Penelitian

1. Karakteristik Responden

a. Jenis kelamin

Gambaran umum mengenai konsumen berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut :

Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki – Laki	61	61,0 %
Perempuan	39	39,0 %
Jumlah	100	100%

Sumber : Data diolah pada tahun 2017

Berdasarkan tabel 4.1 dapat dilihat bawa pelanggan Aditya Coffee & Eatery Bandar Lampung dominanya adalah berjenis kelamin Laki-laki yakni sebanyak 61 responden atau 61%. Hasil dapat di lihat pada lampiran 3.

b. Usia

Gambaran umum mengenai karakteristik responden berdasarkan usia pada saat pengambilan sampel adalah sebagai berikut :

Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah	Persentase
20-25	31	31 %
26 – 30	30	30%
31 – 35	26	26%
36-40	13	13%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data diolah pada tahun 2017

Berdasarkan tabel 4.2 dapat di lihat bahwa dari segi usia pelanggan Aditya Coffee & Eatery Bandar Lampung di dominasi oleh usia 26-35 tahun yakni sebanyak 52 responden atau 52%. Hasil dapat di lihat pada lampiran 4.

c. Ttingkat Pendidikan

Gambaran umum mengenai karakteristik responden berdasarkan Tingkat Pendidikan dapat di kelompokkan sebagai berikut :

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pekerjaan

Tingkat Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pegawai negeri Sipil	30	30%
Karyawan Swasta	26	26%
Wiraswasta	29	29%
Pelajar/Mahasiswa	15	15 %
Total	100	100%

Sumber : Data diolah pada tahun 2017

Dapat dilihat bahwa karakteristik pelanggan Aditya Coffee & Eatery Bandar Lampung dari segi pekerjaan didominasi oleh pekerjaan Pegawai Negri yakni sebanyak 30 responden atau 30%. Hasil dapat di lihat pada lampiran 5.

4.1.2 Deskriptif Variabel Penelitian

Hasil jawaban responden Variabel *Store Atmosphere* (X1) yang disebarakan kepada 100 responden adala sebagai berikut :

Tabel 4.4 Hasil Jawaban Responden Variabel *Store Atmosphere*

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS		S		N		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Karyawan di Aditya Coffe & Eatry mempunyai pengetahuan yang cukup mengenai produk yang dijual	21	21%	42	42%	23	23%	12	12%	2	2%
2	Kondisi lantai di Aditya Coffe & Eatry selalu bersih	27	27%	29	29%	19	19%	21	21%	4	4%
3	Kondisi bangunan Aditya Coffe & Eatry baik dan kokoh	17	17%	36	36%	16	16%	28	28%	3	3%
4	Papan nama Aditya Coffe & Eatry terlihat menarik	12	12%	28	28%	29	29%	24	24%	7	7%
5	Ruangan yang ada di Aditya Coffee & Eatery luas	12	12%	38	38%	23	23%	21	21%	6	6%
6	Penyusunan foto-foto contoh makanan yang ada di Aditya Coffe & Eatry tersusun rapih	24	24%	24	24%	33	33%	18	18%	1	1%
7	Gambar dan Poster di Aditya Coffee & Eatery sesuai dengan tema	24	24%	22	22%	23	23%	25	25%	6	6%
8	Hiasan di Aditya Coffe & Eatry Menyesuaika Hari-hari besar	25	25%	20	20%	21	21%	22	22%	12	12%

Sumber : Data diolah pada tahun 2017

Berdasarkan tabel 4.4 jawaban responden diatas pernyataan yang terbesar pada jawaban sangat setuju terdapat pada butir 2 yaitu Kondisi lantai di Aditya Coffe & Eatry selalu bersih dengan jumlah 27 responden atau 2% dan yang terkecil pada butir 4 dan 5 yaitu Papan nama Aditya Coffe & Eatry terlihat menarik dan Posisi meja dan kursi di Aditya Coffe & Eatry sudah tepat dan sesuai dengan luas dalam toko dengan jumlah 17 responden atau 17%. Pernyataan yang terbesar pada jawaban setuju terdapat pada butir 1 yaitu Karyawan di Aditya Coffe & Eatry mempunyai pengetahuan yang cukup mengenai produk yang dijual dengan jawaban 42 responden atau 42% dan yang terkecil pada butir 8 yaitu Hiasan di Aditya Coffe & Eatry Menyesuaika Hari-hari besar dengan jumlah 20 responden atau 20% Jawaban netral pada tabel diatas yang terbesar terdapat pada butir 6 yaitu Penyusunan foto-foto contoh makanan yang ada di Aditya Coffe & Eatry tersusun rapih dengan jumlah 33 responden atau 33% dan jawaban terkecil terdapat pada butir 3 yaitu Kondisi bangunan Aditya Coffe & Eatry baik dan kokoh. dengan jawaban 16 responden atau 16%. Hasil dapat di lihat pada lampiran 6.

Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden Variabel Lokasi (X2)

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS		S		N		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
9	Jalan menuju Aditya Coffee & Eatery sering terjadi macet	15	15%	29	29%	18	18%	37	37%	1	1%
10	Aditya Coffee & Eatery berada di keramaian	13	13%	14	14%	20	20%	37	37%	16	16%
11	Area parkir Aditya Coffee & Eatery memadai	4	4%	45	45%	20	20%	28	28%	3	3%

12	Area parkir Aditya Coffee & Eatery aman	13	13%	28	28%	27	27%	28	28%	4	4%
13	Aditya Coffee & Eatery sering di lewati kendaraan umum	13	13%	29	29%	28	28%	27	27%	3	3%
14	Lokasi Aditya Coffee & Eatery mudah di capai dengan kendaraan umum atau pribadi	11	11%	14	14%	66	66%	3	3%	6	6%
15	Aditya Coffee & Eatery lebih baik dari pesaing di sekitarnya	14	14%	42	42%	9	9%	28	28%	7	7%
16	Aditya Coffee & Eatery lebi mudah di capai daripada toko pesaing	28	28%	23	23%	24	24%	20	20%	5	5%
17	Bangunan Aditya Coffee & Eatery mudah terlihat oleh pengendara dan pejalan kaki	36	36%	38	38%	22	22%	0	0%	14	14%
18	Aditya Coffee & Eatery bedara di sudut jalan	24	24%	26	26%	36	36%	11	11%	3	3%

Sumber : Hasil olah data tahun 2017

Berdasarkan tabel 4.5 jawaban responden diatas pernyataan yang terbesar pada jawaban sangat setuju terdapat pada butir 17 yaitu Bangunan Aditya Coffee & Eatery mudah terlihat oleh pengendara dan pejalan kaki dengan jumlah 36 responden atau 36% dan yang terkecil pada butir 11 Area parkir Aditya Coffee & Eatery memadai dengan jumlah 4 responden atau 4%. Pertanyaan yang terbesar pada jawaban setuju terdapat pada butir 11 yaitu Area parkir Aditya Coffee & Eatery memadai dengan jawaban 45 responden atau 45% dan yang terkecil pada butir 10 dan 14 yaitu Aditya Coffee & Eatery dektat dengan pusat perbelanjaan dengan jumlah dan Lokasi Aditya Coffee & Eatery mudah di capai dengan kendaraan umum atau pribadi dengan jumlah 14 responden atau 14% Jawaban

netral pada tabel diatas yang terbesar terdapat pada butir 14 yaitu Jalan menuju Aditya Coffee & Eatery sering terjadi kemacetan dengan jumlah 66 responden atau 66% dan jawaban terkecil terdapat pada butir 15 yaitu Aditya Coffee & Eatery lebi baik dari pesaing di sekitarnya dengan jawaban 9 responden atau 9%. Hasil dapat di lihat pada lampiran 6.

Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS		S		N		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
19	Makanan dan minuman di Aditiya coffee & Eatery yang dibeli sesuai dengan yang disediakan	12	12%	44	44%	18	18%	24	24%	2	2%
20	Makanan dan minuman yang ada pada Aditiya coffee & Eatery memiliki tampilan yang menarik	31	31%	20	20%	14	14%	31	31%	4	4%
21	Anda mengunjungi Aditiya coffee & Eatery melalui perbandingan cafe lain	8	8%	19	19%	31	31%	36	36%	6	6%
22	Anda memutuskan untuk melakukan pembelian di Aditya Coffee & Eatery	13	13%	19	19%	22	22%	26	26%	20	20%
23	Produk makanan dan minuman di Aditiya coffee & Eatery selalu disediakan dalam jumlah banyak	8	8%	37	37%	20	20%	33	33%	2	2%
24	Produk makanan dan minuman di Aditiya coffee & Eatery dapat dibeli setiap waktu	10	10%	26	26%	28	28%	33	33%	3	3%
25	Makanan yang disediakan selalu disajikan dengan cepat.	17	17%	26	26%	23	23%	20	20%	14	14%

26	Produk yang dijual di Aditiya coffee & Eatery mempunyai ciri khas tertentu	24	24%	18	18%	26	26%	18	18%	14	14%
----	--	----	-----	----	-----	----	-----	----	-----	----	-----

Sumber : Hasil olah data tahun 2017

Berdasarkan tabel 4.6 jawaban responden diatas pernyataan yang terbesar pada jawaban sangat setuju terdapat pada butir 20 yaitu Makanan dan minuman yang ada pada Aditiya coffee & Eatery memiliki tampilan yang menarik dengan jumlah 31 responden atau 31% dan yang terkecil pada butir 21 dan 23 yaitu Anda mengunjungi Aditiya coffee & Eatery melalui perbandingan cafe lain dan Produk makanan dan minuman di Aditiya coffee & Eatery selalu disediakan dalam jumlah banyak dengan jumlah 8 responden atau 8%. Pernyataan yang terbesar pada jawaban setuju terdapat pada butir 19 yaitu Makanan dan minuman di Aditiya coffee & Eatery yang dibeli sesuai dengan yang disediakan dengan jawaban 44 responden atau 44% dan yang terkecil pada butir 26 yaitu Produk yang dijual di Aditiya coffee & Eatery mempunyai ciri khas tertentu dengan jumlah 18 responden atau 18%. Jawaban netral pada tabel diatas yang terbesar terdapat pada butir 21 yaitu Anda mengunjungi Aditiya coffee & Eatery melalui perbandingan cafe lain dengan jumlah 31 responden atau 31% dan jawaban terkecil terdapat pada butir 20 yaitu Makanan dan minuman yang ada pada Aditiya coffee & Eatery memiliki tampilan yang menarik dengan jawaban 14 responden atau 14%. Hasil dapat di lihat pada lampiran 6.

4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

4.2.1 Uji Validitas

Dalam Penelitian ini, uji validitas digunakan sebagai analisis butir pernyataan pada kuesioner dengan menggunakan 30 responden dan pengujiannya dibantu dengan menggunakan SPSS 20.0.

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas *Store Atmosphere* (X1)

Pernyataan	r hitung	r table	Kondisi	Keterangan
1	0,698	0,361	r hitung > r tabel	Valid
2	0,774	0,361	r hitung > r tabel	Valid
3	0,929	0,361	r hitung > r tabel	Valid
4	0,726	0,361	r hitung > r tabel	Valid
5	0,872	0,361	r hitung > r tabel	Valid
6	0,813	0,361	r hitung > r tabel	Valid
7	0,947	0,361	r hitung > r tabel	Valid
8	0,955	0,361	r hitung > r tabel	Valid

Sumber : Hasil olah data tahun 2017

Berdasarkan tabel 4.7 hasil uji validitas variabel *store atmosphere* (X1) dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai *store atmosphere*. Hasil yang didapatkan yaitu nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0.361), dimana nilai r_{hitung} paling tinggi pada butir pernyataan 8 yaitu 0,955 dan paling rendah pada butir pernyataan 4 0,726. Dengan demikian seluruh item *store atmosphere* dinyatakan valid. Hasil dapat di lihat pada lampiran 7.

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi (X2)

Pernyataan	r hitung	r table	Kondisi	Keterangan
1	0,822	0,361	r hitung > r table	Valid
2	0,564	0,361	r hitung > r table	Valid
3	0,690	0,361	r hitung > r table	Valid
4	0,794	0,361	r hitung > r table	Valid
5	0,685	0,361	r hitung > r table	Valid
6	0,707	Valid	r hitung > r table	Valid
7	0,796	Valid	r hitung > r table	Valid
8	0,886	Valid	r hitung > r table	Valid
9	0,647	Valid	r hitung > r table	Valid

10	0,774	Valid	r hitung > r tabel	Valid
----	-------	-------	--------------------	-------

Sumber : Hasil olah data tahun 2017

Berdasarkan tabel 4.8 hasil uji validitas variabel lokasi (X2) dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai lokasi. Hasil yang didapatkan yaitu nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0.361), dimana nilai r_{hitung} paling tinggi pada butir pernyataan 8 yaitu 0,886 dan paling rendah pada butir pernyataan 2 yaitu 0,564. Dengan demikian seluruh item pernyataan lokasi dinyatakan valid. Hasil dapat di lihat pada lampiran 7.

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Pernyataan	r hitung	r tabel	Kondisi	Keterangan
1	0,728	0,361	r hitung > r tabel	Valid
2	0,772	0,361	r hitung > r tabel	Valid
3	0,740	0,361	r hitung > r tabel	Valid
4	0,405	0,361	r hitung > r tabel	Valid
5	0,702	0,361	r hitung > r tabel	Valid
6	0,808	0,361	r hitung > r tabel	Valid
7	0,642	0,361	r hitung > r tabel	Valid
8	0,729	0,361	r hitung > r tabel	Valid

Sumber : Hasil olah data tahun 2017

Berdasarkan tabel 4.9 hasil uji validitas variabel Keputusan Pembelian (Y) dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai Keputusan Pembelian. Hasil yang didapatkan yaitu nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0.361), dimana nilai r_{hitung} paling tinggi pada butir pernyataan 6 yaitu 0,808 dan paling rendah pada butir pernyataan 4 yaitu 0,405. Dengan demikian seluruh item pernyataan Keputusan Pembelian dinyatakan valid. Hasil dapat di lihat pada lampiran 7.

4.2.2 Uji Reabilitas

Reabilitas adalah tingkat kepercayaan hasil suatu pengukuran. Pengukuran yang memiliki reabilitas yang tinggi, yaitu pengukuran yang mampu memberikan hasil ukur yang terpercaya (reliabel). Reabilitas merupakan salah satu ciri atau karakter utama dalam instrumen pengukuran yang baik. Uji reabilitas dilakukan dengan menggunakan *Cronbach Alpha*, hasil reabilitas setelah di konsultasikan dengan daftar interpretasi koefisien r. Dari pengolahan data diperoleh hasil uji reabilitas sebagai berikut :

Tabel 4.10 interpretasi nilai r

Realibilitas	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

Tabel 4.11 Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
<i>Store Atmosphere</i> (X1)	0,941	Sangat Tinggi
Lokasi (X)	0,906	Sangat Tinggi
Keputusan Pembelian (Y)	0,836	Sangat Tinggi

Sumber : Hasil olah data tahun 2017

Berdasarkan hasil uji reliabilitas tabel 4.11 nilai cronbach's alpha sebesar 0,941 untuk store atmosphere (X1) dengan tingkat reliabel sangat tinggi, 0,906 untuk variabel Lokasi (X2) dengan tingkat reliabel

sangat tinggi dan 0,836 untuk variabel keputusan pembelian (Y) yang artinya tingkat reliabel sangat tinggi. Hasil dapat di lihat pada lampiran 8.

4.3 Uji Persyaratan Analisis Data

4.3.1 Hasil Uji Normalitas

Untuk mengetahui data normal atau mendekati normal bisa dilakukan Uji Non Parametik *One-Sampel Kolmogorov – Smirnov Test*.

Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
<i>Store Atmosphere</i>	1,212	0,05	Sig > 0,05	Normal
Lokasi	0,911	0,05	Sig > 0,05	Normal
Keputusan Pembelian	1,089	0,05	Sig > 0,05	Normal

Sumber : diolah pada tahun 2017

Berdasarkan tabel 4.12 *One-Sample Kolmogorov Test-Smirnov* diatas, menunjukkan bahwa *store atmosphere* (X1) dengan tingkat signifikan diperoleh $1,212 > 0,05$ maka data berasal dari populasi berdistribusi normal. Nilai untuk lokasi (X2) dengan tingkat signifikan diperoleh $0,911 > 0,05$ maka berasal dari populasi berdistribusi normal. Nilai untuk Keputusan Pembelian (Y) dengan tingkat signifikan diperoleh data $1,089 > 0,05$ maka data berasal dari populasi berdistribusi normal. Hasil dapat di lihat pada lampiran 9.

4.3.2 Hasil Uji Linearitas

Uji linearitas adalah untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan salah atau benar. Dalam penelitian ini pengujian dilakukan dengan menggunakan program SPSS 20.

Berikut merupakan hasil dari uji linearitas :

Tabel 4.13 Hasil Uji Linearitas X1 terhadap Y

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Keterangan
Store atmosphere terhadap Keputusan Pembelian	0,542	0,05	Sig>alpha	Linier

Dari hasil perhitungan ANOVA table 4.13 didapat nilai Sig pada baris *Deviantion from linierity* 0,542 > dari 0,05. Dengan demikian Sig > alpha, maka Ho diterima yang menyatakan model regresi berbentuk linier. Hasil dapat di lihat pada lampiran 10.

Tabel 4.14 Hasil Uji Linieritas X2 terhadap Y

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Keterangan
Lokasi terhadap Keputusan Pembelian	0,872	0,05	Sig>alpha	Linier

Sumber : Data diolah pada tahun 2017

Dari hasil perhitungan ANOVA table 4.14 didapat nilai Sig pada baris *Deviantion from linierity* 0,872 > dari 0,05. Dengan demikian Sig > alpha, maka Ho diterima yang menyatakan model regresi berbentuk linier. Hasil dapat di lihat pada lampiran 10.

4.3.3 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas untuk membuktikan atau menguji ada tidaknya hubungan yang linier antara variabel bebas (independen) satu dengan variabel bebas (independen) yang lainnya.

Kriteria pengujian :

1. Jika nilai VIF ≥ 10 maka ada gejala multikolinearitas.

- Jika nilai $VIF \leq 10$ maka tidak ada gejala multikolinearitas.
2. Jika nilai $tolerance < 0.10$ maka ada gejala multikolinearitas.
- Jika nilai $tolerance > 0.10$ maka tidak ada gejala multikolinearitas.

Tabel 4.15

Hasil Uji Multikolinearitas

No	Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
		Tolerance	VIF	
1.	Store Atmospheret (X_1)	0.451	2.217	Tidak Ada Multikolinearitas
2.	Keputusan Pembelian (X_2)	0.451	2.217	Tidak Ada Multikolinearitas

Berdasarkan tabel 4.15 diatas, hasil perhitungan *tolerance Store Atmosphere* (X_1) menunjukkan nilai *tolerance* $0.451 > 0.10$ yang berarti tidak ada korelasi antara variable, sedangkan nilai *VIF Store Atmosphere* $2.217 < 10$ berarti tidak ada gejala multikolinearitas dari variabel (X_1), Lokasi (X_2) menunjukkan nilai *tolerance* $0.251 > 0.10$ yang berarti tidak ada korelasi antara variabel, sedangkan nilai *VIF Lokasi* $2.217 < 10$ berarti tidak ada gejala multikolinearitas dari variabel (X_2). Hasil dapat di lihat pada lampiran 11.

4.3.4 Hasil Uji Homogenitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh memiliki varian yang sama atau sebaliknya

Tabel 4.16 Hasil Uji Homogenitas

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Keterangan
Store atmosphere	0,00	0,05	Sig < Alpha	Tidak Homogen
Lokasi	0,000	0,05	Sig < Alpha	Tidak Homogen

Sumber : Data diolah pada tahun 2017

Berdasarkan tabel 4.16 hasil perhitungan *test of homogeneity of variances* didapat nilai Sig 0,00 (store atmosphere) dan Sig 0,000 (lokasi) yang menunjukkan nilai sig < dari alpha (0,05) yang berarti Ho diterima yang menyatakan varians semua populasi bersifat tidak homogenitas. Hasil dapat di lihat pada lampiran 12.

4.3.5 Hasil Uji Autokorelasi

Tabel 4.17

Tabel DW

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	DW
1	0,819	0,671	0,664	3,450	2,012

Sumber: Hasil data diolah tahun 2017

Berdasarkan tabel 4.17 maka nilai DW yang diperoleh akan dibandingkan dengan nilai tabel menggunakan derajat kepercayaan 95%, dengan jumlah sampel sebanyak 100 dengan 2 variabel bebas. Autokorelasi menunjukkan adanya korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1. Untuk mengetahui adanya autokorelasi dalam suatu model regresi, dilakukan pengujian Durbin-Watson (DW) dengan ketentuan yang dapat dilihat pada Tabel 4.18 sebagai berikut:

Tabel 4.18

Durbin Watson d Test : Pengambilan Keputusan

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada auto korelasi positif	Tolak	$0 < d < d_L$
Tidak ada autokorelasi positif	Tidak ada keputusan	$d_L \leq d \leq d_u$
Tidak ada autokorelasi negatif	Tolak	$4 - d_L < d < 4$
Tidak ada autokorelasi negatif	Tidak ada keputusan	$4 - d_u \leq d \leq 4 - d_L$
Tidak ada autikorelasi positif maupun negatif	Tidak ditolak	$d_u < d < 4 - d_u$

Sumber: Ghazali, 2009

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan diperoleh hasil Tabel DW sebagai berikut:

Tabel 4.19

Hasil Uji DW pada tingkat kepercayaan 95%

Dw hitung	Du	4-du	Kesimpulan
2,012	1,715	2,285	Ho diterima

Sumber: Hasil data diolah tahun 2017

Hasil perhitungan di atas memperlihatkan bahwa nilai Dw hitung terletak diantara nilai du dan 4-du yaitu $2,012 > 1,715 < 2,285$ sehingga dapat dikatakan bahwa pada model regresi ini tidak terjadi autokorelasi baik positif maupun negatif dan tidak terjadi pelanggaran terhadap asumsi dasar sehingga penelitian dapat dilanjutkan. Hasil dapat di lihat pada lampiran 13 .

4.4 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

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

Tabel 4.20

Hasil Uji Linear Berganda

Variabel	Nilai regresi
Constant	1.781
Store atmosphere	0,082
Lokasi	0,078

Sumber: Hasil data diolah tahun 2017

Berdasarkan tabel 4.20 diatas merupakan hasil perhitungan regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut: dapat dilihat bahwa konstanta $a = 1.781$ koefisien $b_1 = 0,082$, $b_2 = 0,078$ sehingga persamaan regresi yaitu :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 +$$
$$Y = 1.781 + 0,082X_1 + 0,078X_2$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

et = Error trem / unsur kesalahan

X_1 = Store Atmosphere

X_2 = Lokasi

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Koevisien konstant (Y)

Variabel (Y) atau dalam hal ini adalah Keputusan Pembelian sebesar 1.781 dengan anggapan variabel lainnya konstan.

- Koefisien Store atmosphere (X1)
Jika jumlah store atmosphere naik sebesar satu satuan maka Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 0,082 satu satuan.
- Koefisien Lokasi (X2)
Jika jumlah lokasi naik satu satuan maka Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 0,078 satu satuan.

Berdasarkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilihat dari nilai beta. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Store Atmosphere merupakan faktor yang paling dominan pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian (Y) karena diperoleh nilai beta sebesar 0,082.

Tabel 4.21 Hasil Uji Model Summary

Variabel	R (korelasi)	Rsquares (koefisien determinasi)
Store atmosphere dan lokasi	0,819	0,671

Sumber: Hasil data diolah tahun 2017

Dari tabel 4.21 diatas, diperoleh nilai koefisien determinan R Squares sebesar 0,819 artinya variabel Store atmosphere (X1) dan Lokasi (X2) mempengaruhi Keputusan Pembelian (Y). Nilai R menunjukkan arah hubungan antara Store atmosphere (X1), Lokasi (X2) dan Keputusan Pembelian (Y) adalah positif artinya jika Store atmosphere (X1) dan Lokasi (X2) naik maka Keputusan Pembelian (Y) akan meningkat. Tingkat keeratan hubungan adalah sangat tinggi karena 0,819 berada pada rentan 0,8000 – 1,0000. Hasil dapat di lihat pada lampiran 14.

4.5 Hasil Pengujian Hipotesis

4.5.1 Hasil Uji t

1. Pengaruh Store atmosphere(X_1) terhadap keputusan pembelian(Y)

Tabel 4.22 Hasil Perhitungan Coefficients^a

Store Atmosphere				
Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Kondisi	Keterangan
Store atmosphere	5,307	1,660	$t_{hitung} > t_{tabel}$	Ha diterima Ho ditolak

Sumber: Hasil data diolah tahun 2017

Berdasarkan tabel 4.22 didapat perhitungan pada store atmosphere (X_1) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 5,307 sedangkan nilai t_{tabel} adalah 1.660 jadi $t_{hitung} (5,307) > t_{tabel} (1,660)$, dengan demikian H_a diterima dan H_o ditolak sehingga di simpulkan bahwa store atmosphere (X_1) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) di Aditya Coffee & Eatery Pengajaran Bandar Lampung. Hasil dapat di lihat pada lampiran 15.

2. Pengaruh Lokasi(X_2) terhadap Keputusan Pembelian(Y)

Tabel 4.23 Hasil Perhitungan Coefficients^a

Lokasi				
Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Kondisi	Keterangan
Lokasi	4,824	1,660	$t_{hitung} > t_{tabel}$	Ha diterima Ho ditolak

Sumber: Hasil data diolah tahun 2017

Berdasarkan tabel 4.23 didapat perhitungan pada variable lokasi (X_2) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,824 sedangkan nilai t_{tabel} adalah 1.660 jadi $t_{hitung} (4,824) > t_{tabel} (1,660)$, dengan demikian H_o ditolak dan H_a di terima sehingga disimpulkan bahwa lokasi (X_2) berpengaruh terhadap keputusan Pembelian (Y) di Aditya Coffee & Eatery Pengajaran Bandar Lampung. Hasil dapat di lihat pada lampiran 15.

4.5.2 Uji F

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

Tabel 4.24 Hasil Uji F

Variabel	F_{hitung}	F_{tabel}	Kondisi	Keterangan
Store atmosphere dan lokasi	99,031	3,09	$F_{hitung} > F_{tabel}$	Ho ditolak dan Ha diterima

Sumber: Hasil data diolah tahun 2017

Pengujian Anova dipakai untuk menggambarkan tingkat pengaruh antara variabel store atmosphere (X1) dan lokasi (X2) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) secara bersama-sama. Untuk menguji F dengan tingkat kepercayaan 95% atau alpha 5% dan derajat kebebasan pembilang sebesar $k - 1 = 2$ dan derajat kebebasan penyebut sebesar $n - k = 100 - 2 = 98$ sehingga diperoleh f_{tabel} sebesar 3,09 dan f_{hitung} 99,031

Berdasarkan hasil analisis data, maka diperoleh F_{hitung} sebesar 99,031 sedangkan nilai F_{tabel} 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 *store atmosphere* (X1) dan lokasi (X2) secara simultan terhadap keputusan pembelian di Aditya Coffee & Eatery Pengajaran Bandar Lampung. Hasil dapat di lihat pada lampiran 16.

4.1 Pembahasan

4.6.1 Pengaruh Store Atmosphere (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Store Atmosphere berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Aditya Coffee & Eatery . Diperoleh nilai t hitung sebesar 5,307 sedangkan nilai t tabel dengan dk ($dk=100-2=98$) adalah 1,660 jadi t hitung ($5,307$) > t tabel (1,660), dengan demikian H_a diterima dan H_o ditolak. Hubungan tersebut mempengaruhi, artinya terdapat dampak yang dapat diandalkan di dalam penelitian. Menurut Barry dan Evans (2004), dalam Resti Meldarianda dan Henky Lisan S. (2010) "*Atmosphere can be divided into several elements: exterior, general interior, store layout, and displays.*" Cakupan *Store atmosphere* ini meliputi : bagian luar toko, bagian dalam toko, tata letak ruangan, dan pajangan (*interior point of interest display*). Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa store atmosphere merupakan sesuatu yang dilihat konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian. Suasana yang nyaman akan membuat kesan yang baik dan akan membuat konsumen akan kembali melakukan pembelian disana. Rasa nyaman dapat memberikan kesan yang baik dalam benak konsumen sehingga mereka akan kembali datang untuk melakukan keputusan pembelian di Aditya Coffee & Eatery Kedaton.

4.6.2 Lokasi (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Aditya Coffee & Eatery. Diperoleh nilai t hitung sebesar 4,824 sedangkan nilai t tabel dengan dk ($dk=100-2=98$) adalah 1,660 jadi t hitung ($4,824$) > t tabel (1,660), dengan demikian H_a diterima dan H_o ditolak. Hubungan tersebut mempengaruhi, artinya terdapat dampak yang dapat diandalkan di dalam penelitian. Menurut Buchari Alma (2003:105) dalam Afra Wibawa Makna Hayat memilih lokasi usaha yang tepat sangat menentukan keberhasilan dan kegagalan usaha dimasa yang akan datang. Lokasi berpengaruh terhadap konsumen yang akan

melakukan keputusan pembelian di Aditya Coffee & Eatery . Konsumen akan datang jika akses dan lokasi yang dituju mudah untuk dijangkau karena pengaruh Lokasi bagi konsumen menghabiskan waktu luang mereka, dan bagaimana konsumen memilih untuk menikmati waktu santai mereka, hasil dari prasurvei yang menyebutkan lokasi tidak di keramaian ternyata tidak memiliki pengaruh yang besar terhadap konsumen yang akan berkunjung ke Aditya Coffee & Eatery.

4.6.4 Pengaruh store atmosphere (X1) dan Lokasi (X2) terhadap keputusan pembelian (Y)

4.2 Store atmosphere dan Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Diperoleh F_{hitung} sebesar 99,013 sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 3,09. Dengan demikian $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya ada dampak yang dapat diandalkan dalam penelitian. Menurut teori yang dikemukakan oleh Kotler dalam Indra Wijaya (2013,p.16) Keputusan pembelian adalah suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan. Store atmosphere dan Lokasi dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Store atmosphere dan Lokasi oleh konsumen dalam mengambil keputusan pembelian produk dijadikan tahapan dalam melakukan keputusan pembelian. Konsumen akan melakukan keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor-faktor tersebut.