

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Deskripsi data adalah menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat simpulan yang berbentuk umum atau generalisasi. Dalam deskripsi data ini penulis akan menggambarkan kondisi responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini dilihat dari karakteristik responden antara lain :

4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden

Deskripsi responden dalam penelitian ini menjelaskan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia responden, pekerjaan responden, penghasilan perbulan responden, pengeluaran untuk konsumsi perbulan dan intensitas mengkonsumsi Nuju coffe perbulan, berikut hasil deskripsi responden masing-masing karakteristik:

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki – Laki	111	55,5%
Perempuan	89	44,5%
Jumlah	200	100%

Sumber : Data Diolah, 2022

Tabel 4.1 diatas, menunjukkan bahwa dari total keseluruhan data 200 responden, didominasi oleh laki-laki sebanyak 111 responde atau sebesar 55,5%. Data selanjutnya mengenai karakteristik responden berdasarkan usia yang dirangkum pada tabel 4.2 berikut:

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
17Tahun–22Tahun	62	31,0%
23Tahun–28Tahun	81	40,5%
29Tahun–34Tahun	39	19,5%
>34Tahun	18	9,0%
Jumlah	200	100%

Sumber : Data Diolah, 2022

Tabel 4.2 diatas, menunjukkan bahwa dari total keseluruhan data 200 responden, didominasi oleh usia responden 23 Tahun - 28 Tahun sebanyak 81 atau 55,5%. Data selanjutnya mengenai karakteristik responden berdasarkan pekerjaan yang dirangkum pada tabel 4.3 berikut:

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Karyawan Swasta	82	41,0%
Pegawai Negeri	15	7,5%
Pelajar/Mahasiswa	70	35,0%
Wiraswasta	33	16,5%
Jumlah	200	100%

Sumber : Data Diolah, 2022

Tabel 4.3 diatas, menunjukkan bahwa dari total keseluruhan data 200 responden, didominasi oleh responden yang memiliki pekerjaan sebagai karyawan swasta sebanyak 82 atau 41,0%. Data selanjutnya mengenai karakteristik responden berdasarkan penghasilan perbulan yang dirangkum pada tabel 4.4 berikut:

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Perbulan

Penghasilan	Jumlah	Persentase
Rp.1.000.000–Rp.2.000.000	71	35.5%
Rp.2.100.000–Rp.3.000.000	71	35.5%
Rp.3.100.000–Rp.4.000.000	38	19.0%
>Rp.4.000.000	20	10.0%
Jumlah	200	100%

Sumber : Data Diolah, 2022

Tabel 4.4 diatas, menunjukkan bahwa dari total keseluruhan data 200 responden, didominasi oleh responden yang memiliki penghasilan perbulan sebesar Rp.1.000.000–Rp.2.000.000 dan Rp.2.100.000–Rp.3.000.000 sebanyak 71 atau

35,5%. Data selanjutnya mengenai karakteristik responden berdasarkan pengeluaran konsumsi Nuju Coffe yang dirangkum pada tabel 4.5 berikut:

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Konsumsi Nuju Coffe

Pengeluaran	Jumlah	Persentase
<Rp.500.000	141	70.5%
Rp.500.000–Rp.1.000.0000	49	24.5%
>Rp.1.000.000	10	5.0%
Jumlah	200	100%

Sumber : Data Diolah, 2022

Tabel 4.5 diatas, menunjukkan bahwa dari total keseluruhan data 200 responden, didominasi oleh responden yang melakukan pengeluaran konsumsi Nuju Coffee sebesar < Rp.500.000 sebanyak 141 atau 70,5%. Data selanjutnya mengenai karakteristik responden berdasarkan intensitas mengkonsumsi Nuju Coffe yang dirangkum pada tabel 4.6 berikut:

Tabel 4.6 Karakteristik Responen Berdasarkan Intensitas Mengkonsumsi Nuju Coffe

Intensitas	Jumlah	Persentase
1Kali	44	22,0%
2-3Kali	72	36,0%
>3Kali	84	42,0%
Jumlah	200	100%

Sumber : Data Diolah, 2022

Tabel 4.6 diatas, menunjukkan bahwa dari total keseluruhan data 200 responden, didominasi oleh responden dengan intensitas konsumsi Nuju Coffee > 3 kali, sebanyak 84 atau 42,0%.

4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden

Berikut hasil deskripsi data dalam penelitian analisis factor - faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada Nuju Coffe HQ Bandar Lampung, yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada 200 responden sebagai berikut:

Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden

No	Pernyataan	Jawaban
-----------	-------------------	----------------

		Tidak		Ya	
		F	%	F	%
1	Promosi media sosial	51	26%	149	75%
2	Pelayanan yang ramah	52	26%	148	74%
3	Potongan harga	40	20%	160	80%
4	Harga terjangkau	38	19%	162	81%
5	Kemudahan pembayaran	56	28%	144	72%
6	Ruangan yang bersih	46	23%	154	77%
7	Pelayanan yang cepat	58	29%	142	71%
8	Lokasi yang startegis	53	27%	147	74%
9	Cashback	49	25%	151	76%
10	Tema <i>coffe Shope</i> yang aesthetic	55	28%	145	73%
11	Gaya hidup	38	19%	162	81%
12	Lahan parkir yang luas	59	30%	141	71%
13	Ruangan yang nyaman	50	25%	150	75%
14	Fasilitas yang memadai	62	31%	138	69%
15	<i>Trend coffe shop</i> yang berkembang	36	18%	164	82%
16	Informasi produk	58	29%	142	71%
17	Varian minuman kopi yang lengkap	54	27%	146	73%
18	Bahan produk yang higienis	62	31%	138	69%
19	Kualitas produk yang terjamin	53	27%	147	74%
20	Kemasan yang menarik	75	38%	125	63%

Sumber : Data diolah, 2022

Keterangan:

F = Frekuensi/Jumlah

% = Nilai persentase

Tabel 4.7 diatas, jawaban responden yang memilih jawaban (Ya) dengan persentase tertinggi terdapat pada pernyataan 15, yaitu “berkunjung ke Nuju Coffee karena mengikuti tren yang sedang berkembang” berjumlah 164 orang responden (82%). Sedangkan jawaban (Tidak) dengan persentase tertinggi terdapat pada pernyataan 20, yaitu “Kemasan Nuju Coffee Sangat Menarik” berjumlah 75 orang responden (38%).

4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

4.2.1 Hasil Uji Validitas

Sebelum dilakukan pengolahan data maka seluruh jawaban yang diberikan oleh responden terlebih dahulu dilakukan uji validitas yang diujicobakan kepada 30 responden.

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas

Pernyataan	Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
Pernyataan 1	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Pernyataan 2	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid

Pernyataan 3	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Pernyataan 4	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Pernyataan 5	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Pernyataan 6	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Pernyataan 7	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Pernyataan 8	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Pernyataan 9	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Pernyataan 10	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Pernyataan 11	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Pernyataan 12	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Pernyataan 13	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Pernyataan 14	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Pernyataan 15	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Pernyataan 16	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Pernyataan 17	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Pernyataan 18	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Pernyataan 19	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid
Pernyataan 20	0,000	0,05	Sig<alpha	Valid

Sumber : Data diolah, 2022

Tabel 4.8 diatas, menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan yang bersangkutan dengan penelitian analisis faktor - faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada Nuju Coffe HQ Bandar Lampung, memperoleh nilai Sig < alpha. Dengan demikian seluruh item pernyataan dinyatakan valid dan dapat dipergunakan dalam penelitian.

4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

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

Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien Cronbach Alpha	Kondisi	Simpulan
Keputusan Pembelian	0,959	0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi

Sumber : Data diolah, 2022

Tabel 4.9 diatas, menunjukkan bahwa nilai cronbach's alpha sebesar 0,959 dalam penelitian analisis faktor - faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada Nuju Coffe HQ Bandar Lampung, dengan tingkat reliabilitas sangat tinggi.

4.3 Hasil Analisis Data

4.3.1 Hasil Uji Chocran

Untuk mengetahui mana saja faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada Nuju Coffe HQ Bandar Lampung digunakan uji Cochran. Dalam penelitian ini terdapat dua puluh atribut yang diduga menjadi penentu keputusan pembelian Di konsumen pada Nuju Coffe HQ Bandar Lampung. Untuk mencari atribut yang akan menjadi penentu dalam keputusan pembelian konsumen pada Nuju Coffe HQ Bandar Lampung data yang diperoleh (terlampir) diolah dengan uji Cochran pada SPSS

1. Langkah Pertama

Langkah pertama adalah pengujian 20 faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen pada Nuju Coffe HQ Bandar Lampung. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan *Chi-Square* tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas (df) $k-1 = 20-1=19$. tabel diperoleh sebesar 30,145 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.10 Hasil Uji *Chocran Q Test* (Langkah Pertama)

Test Statistics	
N	200
Cochran's Q	60.284 ^a
Df	19
Asymp. Sig.	.000

a. 1 is treated as a success.
Sumber: Data Diolah, 2022

Dari tabel 4.10 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 60,284, karena nilai $Q 60,284 > X^2$ tabel 30.145 ($df = k-1 = 20-1=19$), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,000 yang berarti kemungkinan jawaban ya adalah berbeda untuk seluruh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada Nuju Coffe HQ Bandar Lampung. Maka proses analisis *chocran q test* dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis *chocran q test*. Berdasarkan tabel frekuensi

Langkah pertama terdapat 1 faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu faktor “**Kemasan Yang Menarik (P20)**” dengan 125 jawaban Ya, selanjutnya faktor tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (*Asymtotic Significante*) lebih dari 0,05 atau nilai *Cochran Q* lebih kecil dari *Chi-square tabel*.

2. Langkah Kedua

Langkah kedua adalah pengujian 19 faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen pada Nuju Coffe HQ Bandar Lampung. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan Chi-square tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas (df) $k-1 = 19-1=18$. tabel diperoleh sebesar 28,869 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.12 Hasil Uji *Chocran Q Test* (Langkah Kedua)

Test Statistics	
N	200
Cochran's Q	42.043 ^a
Df	18
Asymp. Sig.	.001

a. 1 is treated as a success.

Sumber: Data Diolah, 2022

Dari tabel 4.12 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 42,043, karena nilai $Q 42,043 > X^2$ tabel 28,869 ($df = k-1 = 19-1=18$), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,001 yang berarti kemungkinan jawaban ya adalah berbeda untuk seluruh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada Nuju Coffe HQ Bandar Lampung. Maka proses analisis *chocran q test* dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis *chocran q test*. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah kedua terdapat 1 faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu faktor “**Fasilitas Yang Memadai (P14)**” dengan 138 jawaban Ya, selanjutnya faktor tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (*Asymtotic Significante*) lebih dari 0,05 atau nilai *Cochran Q* lebih kecil dari *Chi-square tabel*.

3. Langkah Ketiga

Langkah ketiga adalah pengujian 18 Faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen pada Nuju Coffe HQ Bandar Lampung. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan Chi-square tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas (df) $k-1 = 18-1=17$. tabel diperoleh sebesar 27,587 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.14 Hasil Uji *Chocran Q Test* (Langkah Ketiga)

Test Statistics	
N	200
Cochran's Q	37.542 ^a
Df	17
Asymp. Sig.	.003

a. 1 is treated as a success.

Sumber: Data Diolah, 2022

Dari tabel 4.14 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 37,542, karena nilai $Q 37,542 > X^2$ tabel 27,587 ($df = k-1 = 18-1=17$), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,003 yang berarti kemungkinan jawaban ya adalah berbeda untuk seluruh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada Nuju Coffe HQ Bandar Lampung. Maka proses analisis *chocran q test* dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis *chocran q test*. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah ketiga terdapat 1 faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu faktor “**Bahan Produk Yang Higienis (P18)**” dengan 138 jawaban Ya, selanjutnya faktor tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (*Asymtotic Significante*) lebih dari 0,05 atau nilai *Cochran Q* lebih kecil dari *Chi-square tabel*.

4. Langkah Keempat

Langkah keempat adalah pengujian 17 Faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen pada Nuju Coffe HQ Bandar Lampung. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan Chi-square tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas (df) $k-1 = 17-1=16$. tabel diperoleh sebesar 26,296 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.16 Hasil Uji *Chocran Q Test* (Langkah Keempat)

Test Statistics

N	200
Cochran's Q	32.569 ^a
Df	16
Asymp. Sig.	.008

a. 1 is treated as a success.

Sumber: Data Diolah, 2022

Dari tabel 4.16 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 32,589, karena nilai $Q > X^2$ tabel 26,296 ($df = k-1 = 17-1=16$), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,008 yang berarti kemungkinan jawaban ya adalah berbeda untuk seluruh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada Nuju Coffe HQ Bandar Lampung. Maka proses analisis *chocran q test* dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis *chocran q test*. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah keempat terdapat 1 faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu faktor “**Lahan Parkir Yang Luas (P12)**” dengan 141 jawaban Ya, selanjutnya faktor tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (*Asymtotic Significante*) lebih dari 0,05 atau nilai *Cochran Q* lebih kecil dari *Chi-square tabel*.

5. Langkah Kelima

Langkah kelima adalah pengujian 16 Faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen pada Nuju Coffe HQ Bandar Lampung. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan Chi-square tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas (df) $k-1 = 16-1=15$. tabel diperoleh sebesar 24,995 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.18 Hasil Uji Chocran Q Test (Langkah Kelima)

Test Statistics

N	200
Cochran's Q	29.322 ^a
Df	15
Asymp. Sig.	.015

a. 1 is treated as a success.

Sumber: Data Diolah, 2022

Dari tabel 4.18 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 29,322, karena nilai $Q 29,322 > X^2$ tabel 24,995 ($df = k-1 = 16-1=15$), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,015 yang berarti kemungkinan jawaban ya adalah berbeda untuk seluruh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada Nuju Coffe HQ Bandar Lampung. Maka proses analisis *chocran q test* dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis . *chocran q test* Berdasarkan tabel frekuensi Langkah kelima terdapat 1 faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu faktor “**Pelayanan Yang Cepat (P7)**” dengan 142 jawaban Ya, selanjutnya faktor tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (*Asymtotic Significante*) lebih dari 0,05 atau nilai *Cochran Q* lebih kecil dari *Chi-square tabel*.

6. Langkah Keenam

Langkah keenam adalah pengujian 15 Faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen pada Nuju Coffe HQ Bandar Lampung. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan Chi-square tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas (df) $k-1 = 15-1=14$. tabel diperoleh sebesar 23,684 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 4.20 Hasil Uji *Chocran Q Test* (Langkah Keenam)

Test Statistics	
N	200
Cochran's Q	26.893 ^a
Df	14
Asymp. Sig.	.020

a. 1 is treated as a success.

Sumber: Data Diolah, 2022

Dari tabel 4.20 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 26,893, karena nilai $Q 26,893 > X^2$ tabel 23,684 ($df = k-1 = 15-1=14$), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,020 yang berarti kemungkinan jawaban ya adalah berbeda untuk seluruh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada Nuju Coffe HQ Bandar Lampung. Maka proses analisis *chocran q test* dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat

pada tabel perhitungan analisis *chocran q test* berikut. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah keenam terdapat 1 faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu faktor “**Informasi Produk (P16)**” dengan 144 jawaban Ya, selanjutnya faktor tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (*Asymtotic Significante*) lebih dari 0,05 atau nilai *Cochran Q* lebih kecil dari *Chi-square tabel*.

7. Langkah Ketujuh

Langkah ketujuh adalah pengujian 14 Faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen pada Nuju Coffe HQ Bandar Lampung. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan Chi-square tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas (df) $k-1 = 14-1 = 13$. tabel diperoleh sebesar 22,362 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 4.22 Hasil Uji *Chocran Q Test* (Langkah Ketujuh)

Test Statistics	
N	200
Cochran's Q	23.840 ^a
Df	13
Asymp. Sig.	.033

a. 1 is treated as a success.

Sumber: Data Diolah, 2022

Dari tabel 4.20 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 23,840, karena nilai $Q\ 23,840 > X^2$ tabel 22,362 ($df = k-1 = 14-1 = 13$), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,0033 yang berarti kemungkinan jawaban ya adalah berbeda untuk seluruh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada Nuju Coffe HQ Bandar Lampung. Maka proses analisis *chocran q test* dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis *chocran q test*. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah ketujuh terdapat 1 faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu faktor “**Kemudahan Pembayaran (P5)**” dengan 144 jawaban Ya, selanjutnya faktor tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (*Asymtotic Significante*) lebih dari 0,05 atau nilai *Cochran Q* lebih kecil dari *Chi-square tabel*.

8. Langkah Kedelapan

Langkah kedelapan adalah pengujian 13 Faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen pada Nuju Coffe HQ Bandar Lampung. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan Chi-square tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas (df) $k-1 = 13-1=12$. tabel diperoleh sebesar 21,026 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 4.23 Hasil Uji *Chocran Q Test* (Langkah Kedelapan)

Test Statistics	
N	200
Cochran's Q	21.424 ^a
df	12
Asymp. Sig.	.045

a. 1 is treated as a success.
Sumber: Data Diolah, 2022

Dari tabel 4.23 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 21,424, karena nilai Q $21,424 > X^2$ tabel 21,026 ($df = k-1 = 13-1=12$), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,045 yang berarti kemungkinan jawaban ya adalah berbeda untuk seluruh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada Nuju Coffe HQ Bandar Lampung. Maka proses analisis *chocran q test* dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis *chocran q test*. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah kedelapan terdapat 1 faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu faktor “**Tema Coffe Shop Yang Aesthetic (P10)**” dengan 145 jawaban Ya, selanjutnya faktor tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (*Asymtotic Significante*) lebih dari 0,05 atau nilai *Cochran Q* lebih kecil dari *Chi-square tabel*.

9. Langkah Kesembilan

Langkah kesembilan adalah pengujian 12 Faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen pada Nuju Coffe HQ Bandar Lampung. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan Chi-square tabel ($df = k-1$ dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas (df) $k-1 = 12-1=11$. tabel diperoleh sebesar 19,675 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.25 Hasil Uji *Chocran Q Test* (Langkah Kesembilan)

Test Statistics	
N	200
Cochran's Q	19.659 ^a
Df	11
Asymp. Sig.	.050

a. 1 is treated as a success.

Sumber: Data Diolah, 2022

Dari tabel 4.25 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 19,659 karena nilai Q 19,659 > X^2 tabel 19,675 (df = k-1= 12-1=11), hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig bernilai 0,050 yang berarti kemungkinan jawaban ya adalah berbeda untuk seluruh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada Nuju Coffe HQ Bandar Lampung. Maka proses analisis *chocran q test* dilanjutkan dengan cara menghilangkan salah satu faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yang dapat dilihat pada tabel perhitungan analisis *chocran q test*. Berdasarkan tabel frekuensi Langkah kesembilan terdapat 1 faktor yang mempunyai jawaban Ya terendah yaitu faktor “**Varian Minuman Kopi Yang Lengkap (P17)**” dengan 146 jawaban Ya, selanjutnya faktor tersebut akan dihilangkan. Penghilangan atribut ini akan terus dilakukan sampai Asymp. Sig. (*Asymtotic Significante*) lebih dari 0,05 atau nilai *Cochran Q* lebih kecil dari *Chi-square tabel*.

10. Langkah Kesepuluh

Langkah kesepuluh adalah pengujian 11 Faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen pada Nuju Coffe HQ Bandar Lampung. Pengujian statistik dilakukan dengan cara menggunakan Chi-square tabel (df = k-1 dan $\alpha = 0,05$) derajat bebas (df) k-1= 11-1=10. tabel diperoleh sebesar 18,307 hasil dari pengolahan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.27 Hasil Uji *Chocran Q Test* (Langkah Kesepuluh)

Test Statistics	
N	200
Cochran's Q	17.752 ^a
Df	10
Asymp. Sig.	.059

a. 1 is treated as a success.

Sumber: Data Diolah, 2022

Dari tabel 4.27 hasil uji statistik diperoleh nilai Q sebesar 17,752, karena nilai $Q 17,752 < X^2$ tabel 18,307 ($df = k-1=5-1= 4$ dan $\alpha = 0,05$) dan hasil pengolahan data menunjukkan Asymp. Sig 0,059 $> 0,05$ yang berarti kemungkinan jawaban ya (1) sama untuk seluruh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada Nuju Coffe HQ Bandar Lampung maka proses uji Cochran dihentikan. Dengan menggunakan rumus analisis data *Cochran Q Test* melalui program SPSS. Analisis faktor-faktor yang paling dominan dan saling berhubungan dalam membentuk suatu pengambilan keputusan pembelian konsumen pada Nuju Coffe HQ Bandar Lampung, dilihat dari 20 atribut, Dalam hal ini, diperoleh faktor-faktor yang dominan dan saling berhubungan sebagai faktor pembentuk pengambilan keputusan pembelian konsumen pada Nuju Coffe HQ Bandar Lampung, sebagai berikut :

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

Ho = Jawaban responden memiliki proporsi jawaban YA yang sama

Ha = Jawaban responden memiliki proporsi jawaban YA yang berbeda

Kriteria pengujian :

Jika Q hitung $>$ dari X^2 tabel/Sig $<$ Alpha (0,05), maka Ho : ditolak

ika Q hitung $<$ dari X^2 tabel/Sig $>$ Alpha (0,05), maka Ho : diterima

Menentukan kesimpulan dan hasil uji hipotesis

Tabel 4.10 Tahap Uji Cochran Q Test

Tahapan Penelitian	Q Hitung	X2 Tabel	Uji Hipotesis	Jawaban (YA) Terendah
1	60,284	30,145	Ditolak	Kemasan yang menarik (P20)
2	42,043	28,869	Ditolak	Fasilitas yang memadai (P14)
3	37,542	27,587	Ditolak	Bahan produk yang higienis (P18)
4	32,569	26,296	Ditolak	Lahan parkir yang luas (P12)
5	29,322	24,995	Ditolak	Pelayanan cepat (P7)
6	26,893	23,684	Ditolak	Informasi produk (P16)
7	23,84	22,362	Ditolak	Kemudahan pembayaran (P5)
8	21,424	21,026	Ditolak	Tema coff Shope yang aesthetic (P10)
9	19,659	19,675	Ditolak	Varian minuman kopi yang lengkap (P17)
10	17,752	18,307	Diterima	Semua jawaban memiliki jawaban ya sama (terdapat 11 faktor)

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.10 diatas, dapat dilihat bahwa uji Cochran diadakan adalah sebanyak 10 tahap setelah mengeluarkan 9 atribut yang memiliki jawaban Ya terendah, untuk mencari faktor mana yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada Nuju Coffe HQ Bandar Lampung. Dari 20 Faktor akhirnya didapatkan 11 faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen melakukan keputusan pembelian konsumen pada Nuju Coffe HQ Bandar Lampung, yaitu Kemasan yang menarik (P20), Fasilitas yang memadai (P14), Bahan produk yang higienis (P18), Lahan parkir yang luas (P12), Pelayanan cepat (P7), Informasi produk (P16), Kemudahan pembayaran (P5), Tema coffe shop yang aesthetic (P10) dan Varian minuman kopi yang lengkap (P17). Setelah mengetahui faktor-faktor apa saja yang terpenting bagi keputusan pembelian konsumen pada Nuju Coffe HQ Bandar Lampung, tahapan selanjutnya adalah membuat peringkatan kepentingan faktor-faktor tersebut berdasarkan jawaban “Ya dan “Tidak “ yang diberikan kepada konsumen Nuju Coffe HQ Bandar Lampung. Hasil peringkatan faktor-faktor penting yang dipertimbangkan oleh para Nuju Coffe HQ Bandar Lampung dapat di lihat pada tabel 4.10

**Tabel 4.11 Daftar Rangking Keputusan Pembelian Konsumen
Nuju Coffe HQ Bandar Lampung**

Peringkat	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Nuju Coffe HQ Bandar Lampung	Jawaban	
		Tidak	Ya
1	<i>Trend coffe shop yang berkembang</i> (P15)	36	164
2	Harga terjangkau (P4)	38	162
3	Gaya hidup (P11)	38	162
4	Potongan harga (P3)	40	160
5	Ruangan yang bersih (6)	46	154
6	<i>Cashback</i> (P9)	49	151
7	Ruangan yang nyaman (P13)	50	150
8	Promosi Media Sosial (P1)	51	149
9	Pelayanan yang ramah (P2)	52	148
10	Lokasi yang startegis (8)	53	147
11	Kualitas produk yang terjamin (19)	53	147

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.11 di atas, telah didapatkan bahwa terdapat 11 faktor penting yang diperhatikan konsumen, yaitu Trend coffe shop yang berkembang (P15), Harga terjangkau (P4), Gaya hidup (P11), Potongan harga (P3), Ruangn yang bersih (6), *Cashback* (P9), Ruangn yang nyaman (P13), Promosi Media Sosial (P1), Pelayanan yang ramah (P2), Lokasi yang startegis (8) dan Kualitas produk yang terjamin (19).

Tiga faktor yang paling dominan yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Nuju Coffe HQ Bandar Lampung, yaitu Trend coffe shop yang berkembang (P15), Harga terjangkau (P4) dan Gaya hidup (P11). Apabila kita menganalisa kembali faktor yang ada diperingkat awal, maka dapat disimpulkan bahwa konsumen melakukan keputusan pembelian dikarenakan mengikuti *trend coffee shop* yang terus berkembang di Bandar Lampung, Nuju Coffe HQ merupakan salah satu *coffee shop* yang dapat mendukung gaya hidup konsumen, 11 Faktor yang telah dikeluarkan belum menjadi faktor-faktor yang menentukan keputusan pembelian konsumen. Dapat kita interpretasikan bahwa 9 faktor yang telah dikeluarkan belum dirasakan oleh para konsumen Nuju Coffe HQ di Bandar Lampung

4.4 Pembahasan

Penelitian ini menggunakan Uji Cochran Q-Test yang digunakan untuk menganalisis tingkat keberhasilan/kesuksesan data secara statistik, menguji hipotesa pada beberapa variable yang berhubungan secara dikotomi yang memiliki nilai yang sama. Pada awalnya, terdapat 20 faktor yang diduga menjadi pertimbangan dalam menentukan keputusan pembelian konsumen, tetapi setelah dilakukan pengujian, Hasil dari penelitian ini menyebutkan terdapat 11 faktor yang diperhatikan atau dianggap penting oleh konsumen Nuju Coffe HQ di Bandar Lampung yang menjadi faktor keputusan pembelian konsumen. Dapat disimpulkan kembali bahwa 9 faktor lainnya belum dirasakan oleh para konsumen, hal ini tentunya mendukung fenomena empiris atau temuan dilapangan yang terdapat pada Latar Belakang.

Uji Cochran ini dilakukan sebanyak 10 tahap untuk menentukan faktor yang paling diperhatikan dengan respon (1) dan (0) atau “Ya” dan “Tidak” dengan hipotesis Ho: semua faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen memiliki proporsi jawaban YA yang sama dan Ha: semua faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen memiliki proporsi jawaban YA yang berbeda, dengan Keputusan inferensi adalah tolak Ho dan terima Ha, jika $Q \text{ hitung} > Q \text{ Tabel}$, dan terima Ho dan tolak Ha, jika $Q \text{ hitung} < Q \text{ tabel}$. Setelah dilakukan Uji Cochran Q Test, maka dilakukan kembali uji analisis faktor untuk menentukan faktor yang paling berpengaruh diantara 11 faktor yang telah didapatkan pada uji sebelumnya, hasil uji Analisis Faktor menyatakan bahwa hanya ada

satu faktor yang paling berpengaruh diantara ke-11 faktor, yaitu : Faktor P15 “berkunjung ke Nuju Coffee karena mengikuti tren yang sedang berkembang”

Berkunjung ke Nuju Coffee karena mengikuti tren yang sedang berkembang merupakan faktor yang paling dominan yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Nuju Coffe HQ di Bandar Lampung, hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup sangat mempengaruhi perilaku masyarakat Bandar Lampung dalam mengkonsumsi kopi dengan merk Nuju Coffe HQ. Selvi dan Ningrum (2021) menyatakan bahwa gaya hidup mencakup pola hidup konsumen yang melibatkan pemilihan produk dan gaya konsumsi sehari-hari konsumen tersebut. Hal ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Auliyanti (2021) menyatakan bahwa variabel gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen. pihak Nuju Coffee Bandar Lampung sudah memiliki *spot-spot* foto bagi konsumen sehingga dapat menunjang gaya hidup konsumen yang suka membagikan foto atau video disosial media, namun sebaiknya Nuju Coffee Bandar Lampung mengadakan *live music* sehingga semakin menunjang gaya hidup konsumen dalam berkunjung dan membeli Nuju Coffe HQ di Bandar Lampung