

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Responden

Deskripsi responden dalam penelitian ini adalah mendeskripsikan tentang responden penelitian, dimana responden pada penelitian ini merupakan ibu rumah tangga di Desa Afdeling 3 Sisumut. Para responden ini didapatkan dengan cara menyebarkan kuisisioner kepada para ibu rumah tangga di Desa Afdeling 3 Sisumut dan kemudian dari hasil pengisian kuisisioner tersebut akan diolah dan digunakan datanya sebagai penelitian.

No	Usia	Frekuensi	Presentase
1	<35 Tahun	18	20,9%
2	>36 Tahun	68	79,1%

.Tabel 4.1 : Data Responden

Sumber : Kepala Dusun Afd 3 Sisumut

Dari data responden diatas, berdasarkan hasil identifikasi penyebaran kuisisioner kepada 86 responden ibu rumah tangga di Desa Afdeling 3 Sisumut menunjukkan bahwa responden yang berusia <35 tahun sebanyak 18 orang (20,9%) dan responden yang berumur >36 tahun sebanyak 68 orang (79,1%).

4.2 Analisis Data

4.2.1 Uji validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu instrument. Untuk mengukur kevalidan suatu kuisisioner dapat dilakukan dengan

melakukan korelasi hasil jawaban responden pada masing-masing pertanyaan dalam setiap variabel dengan menggunakan spss dan dengan output bernama *corrected item correlation* hasil r hitung kemudian dibandingkan dengan r tabel, dimana dengan $df = n - 2 = 86 - 2 = 84$ dan $\alpha = 0,05$, maka didapat r tabel sebesar 0,212.

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Motivasi (X1)	pernyataan 1	0,696	0,2120	VALID
	pernyataan 2	0,405	0,2120	VALID
	pernyataan 3	0,578	0,2120	VALID
	pernyataan 4	0,786	0,2120	VALID
	pernyataan 5	0,365	0,2120	VALID
	pernyataan 6	0,681	0,2120	VALID
Persepsi (X2)	pernyataan 1	0,535	0,2120	VALID
	pernyataan 2	0,612	0,2120	VALID
	pernyataan 3	0,590	0,2120	VALID
	pernyataan 4	0,682	0,2120	VALID
	pernyataan 5	0,510	0,2120	VALID
	pernyataan 6	0,750	0,2120	VALID
Keputusan Pembelian (Y)	pernyataan 1	0,595	0,2120	VALID
	pernyataan 2	0,674	0,2120	VALID
	pernyataan 3	0,466	0,2120	VALID
	pernyataan 4	0,300	0,2120	VALID
	pernyataan 5	0,322	0,2120	VALID
	pernyataan 6	0,438	0,2120	VALID
	pernyataan 7	0,572	0,2120	VALID
	pernyataan 8	0,488	0,2120	VALID
	pernyataan 9	0,494	0,2120	VALID
	pernyataan 10	0,304	0,2120	VALID

Tabel 4.2 : Uji Validitas

Sumber : Pengolahan SPSS (2021)

Dari tabel 4.1 diatas, dapat dilihat bahwa semua instrumen memiliki r hitung $>$ r tabel (0,212), dimana tiap-tiap item variabel valid sehingga disimpulkan bahwa item-item tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuisisioner indikator dari variabel. Uji reliabilitas ini dilakukan dengan menggunakan *cronbach alpha* yang dimana jika hasil $\alpha = 0,6$ maka data tersebut dikatakan variabel.

Variabel	Hasil <i>Cronbach Alpha</i>	<i>Standar</i> <i>Reliabilitas</i>	Keterangan
Motivasi	0,694	0,6	Reliabel
Persepsi	0,651	0,6	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,634	0,6	Reliabel

Tabel 4.3 : Uji Reliabilitas

Sumber : Pengolahan Data SPSS (2021)

Dari tabel 4.2 diatas dapat dilihat bahwa nilai *cronbach alpha* dari variabel motivasi, persepsi dan keputusan pembelian masing-masing memiliki nilai diatas 0,6 yang berarti item-item tersebut dapat digunakan sebagai alat ukur penelitian.

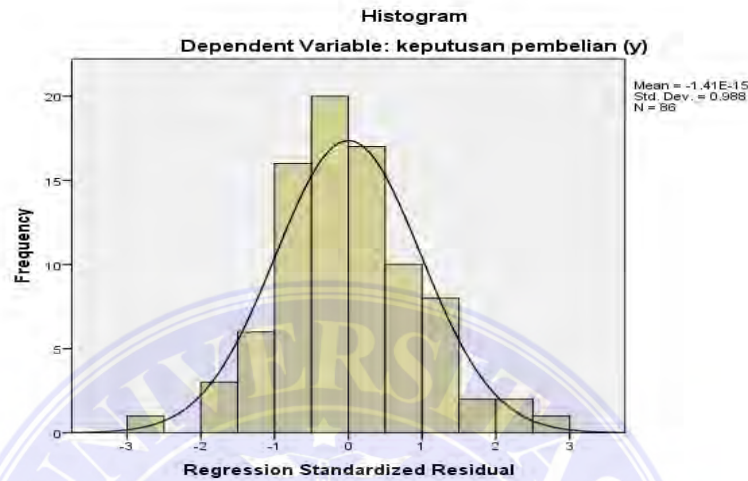
4.2.2 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian digunakan untuk mengetahui apakah model regresi variabel terikat dan variabel bebas mempunyai distribusi normal

atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini dapat dilihat dengan tiga cara sebagai berikut:

a. Histogram

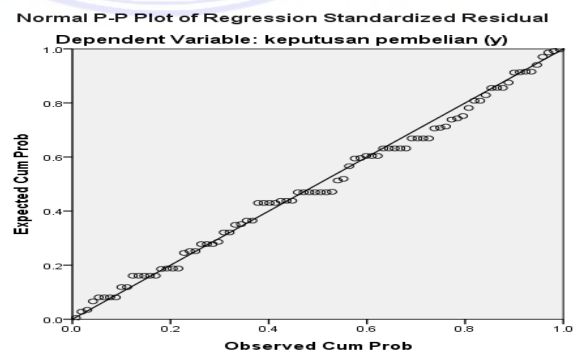


Gambar 4.1 : Histogram

Sumber : Data diolah, 2021

Dari gambar diatas dapat di lihat bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi yang melenceng ke kanan yang dapat diartikan bahwa data berdistribusi normal.

b. P-Plot



Gambar 4.2 : P-Plot

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan gambar P-Plot diatas menunjukkan adanya persebaran titik-titik berada disekitar garis diagonal dan tersebar mengikuti arah garis diagonal. Maka dapat disimpulkan bahwa data telah terdistribusi normal.

c. Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		86
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.92576637
Most Extreme Differences	Absolute	.064
	Positive	.064
	Negative	-.057
Kolmogorov-Smirnov Z		.592
Asymp. Sig. (2-tailed)		.874

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Tabel 4.4 : Kolmogorov-Smirnov Test

Sumber : Data diolah, 2021

Dari tabel Kolmogorov-Smirnov Test didapatkan nilai sig. $0,874 > 0,05$, maka dapat diartikan bahwa instrument dalam penelitian normal.

2. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui bahwa tidak terjadi hubungan yang sangat kuat atau tidak terjadi hubungan linier yang sempurna.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	14.613	3.351		4.360	.000		
	motivasi (x1)	.398	.130	.311	3.070	.003	.715	1.399
	persepsi (x2)	.615	.155	.403	3.978	.000	.715	1.399

a. Dependent Variable: keputusan pembelian (y)

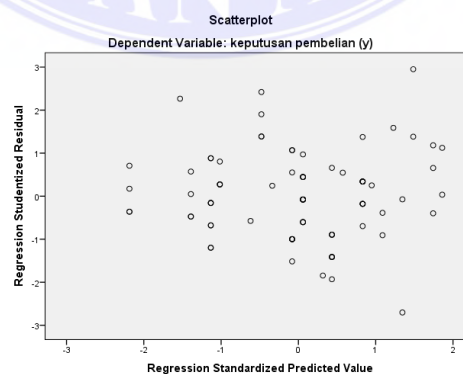
Tabel 4.5 : Uji Multikolonieritas

Sumber : Pengoahan data SPSS (2021)

Berdasarkan tabel diatas di dapat nilai VIF dari masing-masing variabel sebesar $1,399 < 10$ dan nilai *Tolerance* sebesar $0,715 > 0,1$ maka disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolonieritas antar variabel bebas.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual pengamatan yang satu dengan pengamatan yang lainnya.



Gambar 4.3 : Uji Heterokedastisitas

Sumber : Data diolah, 2021

Dari gambar diatas, terdapat tampilan *scatterplot* menyebar dan tidak membentuk pola tertentu, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

4.2.3 Metode Analisis Regresi Linier Berganda

Uji analisis regresi linier berganda antara motivasi, persepsi dan keputusan pembelian digunakan untuk membuktikan apakah memberikan pengaruh yang signifikan.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	14.613	3.351		4.360	.000
	motivasi (x1)	.398	.130	.311	3.070	.003
	persepsi (x2)	.615	.155	.403	3.978	.000

a. Dependent Variable: keputusan pembelian (y)

Tabel 4.6 : Uji Regresi Linier Berganda

Sumber : Data diolah, 2021

$$\text{Keputusan pembelian} = 14,613 + 0,398 (\text{motivasi}) + 0,615 (\text{persepsi})$$

Dari hasil persamaan regresi linier berganda diatas dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. Konstanta (α) =14,613. Dari hasil ini dapat diartikan bahwa apabila variabel motivasi dan persepsi bernilai nol maka keputusan pembelian minyak goreng kemasan masih bernilai positif.

- b. b_1 (nilai koefisien regresi X_1), bernilai positif sebesar 0,398 yang berarti bahwa jika motivasi (X_1) semakin meningkat maka keputusan pembelian akan meningkat.
- c. b_2 (nilai koefisien regresi (X_2), bernilai positif sebesar 0,615 yang berarti bahwa jika persepsi (X_2) semakin meningkat maka keputusan pembelian semakin meningkat.

4.2.3 Uji Hipotesis

1. Uji T

Uji t digunakan dengan tujuan untuk mengukur besarnya semua variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini uji t digunakan untuk mengukur apakah variabel motivasi (X_1) dan persepsi (X_2) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y) minyak goreng kemasan pada ibu rumah tangga di Desa Afdeling 3 Sisumut.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	14.613	3.351		4.360	.000
1 motivasi (x1)	.398	.130	.311	3.070	.003
persepsi (x2)	.615	.155	.403	3.978	.000

a. Dependent Variable: keputusan pembelian (y)

Tabel 4.7 : Uji T

Sumber : Data diolah, 2021

Berdasarkan hasil dari uji t diatas maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

a. Pengaruh variabel motivasi terhadap keputusan pembelian

Dari hasil nilai uji t pada motivasi sebesar 3,070 dan nilai sig. $0,003 < 0,05$ maka menerima H1 yang menyatakan motivasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

b. Pengaruh variabel persepsi terhadap keputusan pembelian

Dari hasil nilai uji t pada variabel persepsi sebesar 3,978 dan nilai sig. $0,000 < 0,05$ maka menerima H2 yang menyatakan bahwa persepsi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji f digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh semua variabel secara bersamaan (simultan).

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	203.480	2	101.740	26.788	.000 ^b
Residual	315.229	83	3.798		
Total	518.709	85			

a. Dependent Variable: keputusan pembelian (y)

b. Predictors: (Constant), persepsi (x2), motivasi (x1)

Tabel 4.8 : Uji F

Sumber : Pengolahan data SPSS (2021)

Dari hasil uji f diatas didapatkan nilai sebesar 26,788 dan nilai sig. 0,000 < 0,05 maka dapat diambil kesimpulan bahwa motivasi (X1) dan persepsi (X2) secara bersamaan (simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian minyak goreng kemasan pada ibu rumah tangga di Desa Afdeling 3 Sisumut.

3. Koefisien Determinasi (R²)

Uji analisis data ini digunakan untuk menjelaskan kemampuan motivasi dan persepsi dalam mempengaruhi keputusan pembelian minyak goreng kemasan pada ibu rumah tangga di Desa Afdeling 3 Sisumut. Koefisien determinasi dapat dilihat pada hasil *Adjusted R square*.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.626 ^a	.392	.378	1.949

a. Predictors: (Constant), persepsi (x2), motivasi (x1)

Tabel 4.9 Uji Koefisien Determinasi

Sumber : Pengolahan data SPSS (2021)

Dari nilai *adjusted R²* sebesar 0,378 yang berarti variasi dari semua variabel bebas yaitu motivasi dan persepsi dapat mempengaruhi variabel keputusan pembelian sebesar 37,8% sedangkan sisanya sebesar 63,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk kedalam penelitian ini.

4.3 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang didapat mengenai pengaruh motivasi dan persepsi terhadap keputusan pembelian minyak goreng kemasan pada ibu rumah tangga di Desa Afdeling 3 Sisumut, maka dibuat kesimpulan sebagai berikut:

4.3.1 Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian

Dari hasil uji hipotesis yang telah dilakukan membuktikan bahwa motivasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian minyak goreng kemasan pada ibu rumah tangga di Desa Afdeling 3 Sisumut Kecamatan Kotapinang. Hal tersebut dibuktikan dari hasil uji t sebesar 3,070 dan nilai sig. $0,003 < 0,05$. Nilai positif dari hasil analisis tersebut mengartikan bahwa semakin tinggi motivasi konsumen maka semakin tinggi keinginan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian minyak goreng kemasan pada ibu rumah tangga di Desa Afdeling 3 Sisumut Kecamatan Kotapinang.

Dari hasil penelitian ini dapat dilihat bahwa motivasi (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) yang artinya semakin tinggi motivasi konsumen maka semakin tinggi pula keputusan pembelian konsumen. Dan hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Fernando, Dewi (2019) dan penelitian yang telah dilakukan oleh Kurniawati (2014).

4.3.2 Pengaruh Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian

Uji hipotesis yang telah dilakukan membuktikan bahwa persepsi konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian minyak goreng kemasan pada ibu rumah tangga di Desa Afdeling 3 Sisumut Kecamatan Kotapinang. Hal ini dibuktikan dari hasil uji t sebesar 3,978 dan nilai sig. $0,000 < 0,05$. Nilai positif yang didapat menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi konsumen maka semakin tinggi keputusan pembelian minyak goreng kemasan pada ibu rumah tangga di Desa Afdeling 3 Sisumut Kecamatan Kotapinang.

Dari hasil penelitian ini dapat dilihat bahwa persepsi (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) yang artinya semakin tinggi persepsi konsumen maka semakin tinggi pula keputusan pembelian konsumen. Dan hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Fernando, Dewi (2019) dan Kurniawati (2014)

4.3.3 Pengaruh Motivasi dan Persepsi Secara Bersamaan Terhadap Keputusan Pembelian

Pada uji hipotesis yang telah dilakukan membuktikan bahwa motivasi (X1) dan persepsi (X2) berpengaruh secara bersamaan terhadap keputusan pembelian minyak goreng kemasan pada ibu rumah tangga di Desa Afdeling 3 Sisumut Kecamatan Kotapinang Kabupaten Labuhan Batu Selatan. Hal ini dibuktikan dari hasil uji f sebesar 26,788 dan nilai sig. $0,000 < 0,05$.