

## BAB IV

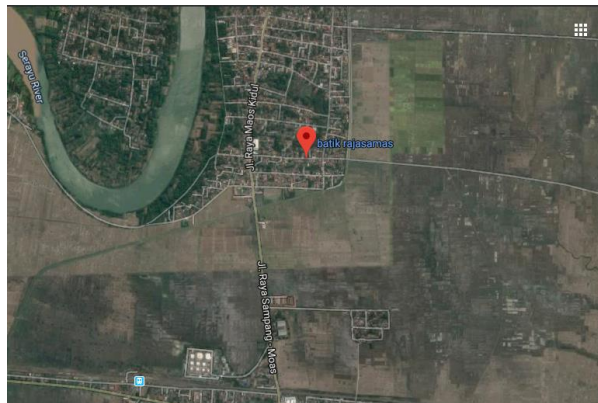
### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Data Penelitian

Bab ini menjelaskan mengenai lokasi penelitian, waktu pengambilan data oleh peneliti terhadap responden, uji instrumen, analisis statistik deskriptif, analisis faktor-faktor, dan pembahasan dari data yang telah dilakukan. Data yang telah terkumpul merupakan hasil jawaban responden dari kuesitwor yang telah disebar kepada konsumen batik Maos Rajasa Mas Jaya yang menjadi responden penelitian ini.

#### 1. Tempat Penelitian

**Gambar 4. 1** Lokasi penelitian via google maps



Batik Maos Rajasamas bertempat di desa maos kidul, Kecamatan Maos, Kabupaten Cilacap, perbatasan desa sebelah utara yakni desa Maos Lor, selatan desa Kalikudi, barat desa Kalijaran, dan timur desa

Kesugihan Timur. Berdiri sejak tahun 2007, kategori dari perusahaan adalah UMKM ( Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah ) diawasi dan diperdayakan oleh Disperindagkop Kabupaten Cilacap ( Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Koperasi ) sehingga perusahaan yang bertempat didesa maos kidul tersebut, bisa berkembang dan mampu bersaing dengan UMKM lainnya.

## **2. Sejarah**

Batik Maos sudah ada sejak abad 18 yang dibawa oleh para pembesar kraton Surakarta yang melakukan pengembaraan samapai daerah Maos. Batik Maos pernah mengalami kejayan dan sempat tenar sekitar tahun 1960-1980 dimana 1 kain batik tulis khasnya bisa ditukar dengan harga 1 kg emas. Namun seiring berjalannya waktu dan perubahan jaman dan berangsur-angsur padam karena kalah saing dengan batik dari Pekalongan, Jogya, dan Solo, baik dari segi produksi, pemasaran dan kualitas. Tahun 2007 dibangkitkan lagi oleh Euis Rohaini dan Tonik Sudarmaji melalui UMKM Rajasamas Batik dan pasar sudah menjangkau luar negeri yaitu ke Inggris dan Korea Selatan.

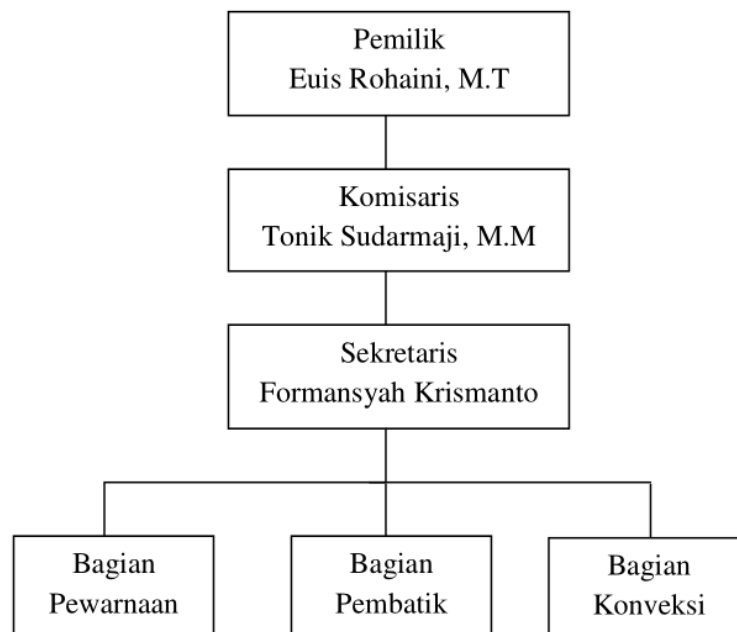
## **3. Produk**

Perusahaan memproduksi produk batik khas Cilacap antara lain batik tulis, batik cap, dan batik printing, dimana batik khas maos lah yang diutamakan penjualannya, sebab kebudayaan dan adat yang berada disekitar maos tertulis dan tergambar dimotif-motif batik

khasnya, dicanting oleh pengrajin batik asli masyarakat sekitar, membuat kekhasan yang dihasilkan oleh batik tulis yang bermotif klasik begitu kental dan khas. selain batik tulis yang menonjolkan kekhasan, terdapat pula batik cap dan printing yang menyesuaikan produk pesanan dari konsumen sehingga motif yang ada tidak hanya selalu motif khas disekitar. Selain batik, perusahaan memproduksi kerajinan dari bahan dasar bambu tali yang dibentuk seperti kotak tisu, *laundry bag*, lampion, dan interior lainnya dipadukan oleh batik yang disulam pula sehingga mampu menghasilkan nilai jual produk baru tentunya dengan kerjasama dengan desainer produk.

#### 4. Manajemen Perusahaan

**Gambar 4 2** Struktur Jabatan.



**Sumber: Dokumen Perusahaan.**

## 5. Visi dan Misi

### a. Visi

Melalui inovasi dan kreasi tanpa berhenti berusaha memberikan pelayanan produk dan jasa yang terbaik.

### b. Misi

Mewujudkan kreasi dan inovasi dengan pemberdayaan masyarakat didesa Maos, guna berkarya untuk bangsa dan negara, serta membangun melalui ekonomi kreatif.

## 6. Sarana dan Prasarana

Table 4. 1 Sarana dan Prasarana

No	Sarana dan prasarana	Banyak (unit)	Keadaan	keterangan
1.	Gedung membatik		Baik	Rumah pribadi dan rumah pembatik
2.	Kantor	2	Baik	Rumah Pribadi
3.	Galeri Batik	2	Baik	Milik Pribadi
4.	Kendaraan	5	Baik	Motor dan mobil
5.	Mesin jahit	20	Baik	Milik pribadi dan bantuan pemerintah
6.	Peralatan membatik	15	Baik	Canting, malam, kain mori,
7.	Peralatan pewarnaan	6	Batik	Meja, ember, pengering
8.	Komputer	2	Baik	Milik pribadi

Sumber: Dokumen perusahaan.

## B. Analisis data

Data sampel yang didapat melalui pemberian kepada kuesitwor, dengan memberi angket kepada konsumen yang membeli produk batik di perusahaan secara langsung. Jumlah kuesitwor sebanyak 84 buah responden dan semua dilakukan untuk menguji analisis faktor.

**Table 4. 2** Jenis Kelamin Responden

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase</b>
Laki-laki	40	48%
Perempuan	44	52%
<b>Total</b>	<b>84</b>	<b>100%</b>

Dilihat dari tabel diatas, maka responden laki-laki sebesar 40 dan perempuan sebesar 44 sehingga memiliki persentase perbandingan 48% dan 52% berjumlah keseluruhan 84 responden dengan persentase 100%.

**Table 4. 3** Pendidikan Terakhir Responden.

<b>Pendidikan Akhir</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase</b>
SD	0	0
SMP	2	2%
SMA	34	42%
SMK	5	6%
Diploma	13	15%
Sarjana	27	35%
<b>Total</b>	<b>84</b>	<b>100%</b>

Dilihat dari tabel diatas, dapat dilihat persentasi dari pendidikan akhir untuk SD 0 , SMP 2, SMA 34, Diploma 13 , dan Sarjana 27 yang dijumlahkan sebanyak 84 responden dengan persentase jumlah kuesitwor 100%.

**Table 4. 4** Klasifikasi Usia Responden

<b>Usia</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase</b>
18-24 tahun	25	30%
25-35 tahun	32	38%
36-47 tahun	22	26%
48-60 tahun	5	6%
<b>Jumlah</b>	<b>84</b>	<b>100%</b>

Dilihat dari tabel diatas dapat kuesitwor dengan usia 18-24 tahun berjumlah 25 , 25-35 tahun berjumlah 32 , 36-47 tahun berjumlah 22 , dan 48-60 tahun berjumlah 5 dan jumlah keseluruhan 84 responden dengan persentase kuesitwor 100%.

Menurut Sugiyono (2008), menjelaskan bahwa dalam membedakan antara hasil penelitian yang valid dan reliabel dengan insrument yang valid dan reliable. Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sebenarnya terjadi pada obyek yang diteliti. Kalau obyek berwarna putih, sedangkan data yang terkumpul memberikan data berwarna merah maka hasil tidak valid. Selanjutnya hasil penelitian yang reliabel, bila kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Kalau obyek berwarna putih kemrin maka sekarang dan besok tetap berwarna putih. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur Sugiono (2017). Untuk memudahkan menganalisis data, peneliti menggunakan skala pengukuran yaitu Skala Likert. Untuk keperluan analisis, maka jawaban itu dapat diberi skor, misalnya:

- |    |                                       |   |
|----|---------------------------------------|---|
| a. | Sangat setuju (SS) diberi skor        | 5 |
| b. | Setuju (S) diberi skor                | 4 |
| c. | Kurang Setuju (KS) diberi skor        | 3 |
| d. | Tidak setuju (TS) diberi skor         | 2 |
| e. | Sangat tidak setuju (STS) diberi skor | 1 |

## 1. Validitas dan Reabilitas Instrumen

### a. Uji Validitas

Untuk menguji validitas, dilakukan uji korelasi pada indikator yang telah digunakan oleh peneliti. Proses penelitian dilakukan dengan mengkorelasikan setiap indikator yang telah ada terhadap jumlah indikator yang bersangkutan.

Apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka dinyatakan valid. Hasil dari per hitungan uji validitas telah diketahui bahwa keseluruhan pertanyaan yang diajukan peneliti terhadap responden bisa digunakan nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel.

#### 1) Uji validitas variabel faktor psikologi (X1)

Dari  $r$  tabel dengan responden 84 ( $n$ ) pada tingkat signifikansi 5% (0,05) dengan hitung ( $n-2$ ) diperoleh angka  $r$  tabel sebesar 0,2146 (2-tailed), sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan yang ada pada variabel faktor psikologi dapat dinyatakan **valid**. Berikut hasil perhitungan yang

dilakukan dengan bantuan SPSS 25 Windows 10 dengan dengan cara klik *Analyze -> Scale -> Reliability Analysis*

**Table 4. 5** Uji Validitas Variabel X1

		Correlations					
		x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	total_x1
x1.1	Pearson Correlation	1	.465**	.364**	.366**	.390**	.685**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	84	84	84	84	84	84
x1.2	Pearson Correlation	.465**	1	.343**	.818**	.485**	.848**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000	.000	.000
	N	84	84	84	84	84	84
x1.3	Pearson Correlation	.364**	.343**	1	.362**	.316**	.634**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.000	.002	.000
	N	84	84	84	84	84	84
x1.4	Pearson Correlation	.366**	.818**	.362**	1	.568**	.844**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	84	84	84	84	84	84
x1.5	Pearson Correlation	.390**	.485**	.316**	.568**	1	.722**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000		.000
	N	84	84	84	84	84	84
total_x1	Pearson Correlation	.685**	.848**	.634**	.844**	.722**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	84	84	84	84	84	84

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## 2) Uji validitas variabel faktor situasional (X2)

Dari r tabel dengan responden 84 (n) pada tingkat signifikansi 5% (0,05) dengan hitung (n-2) diperoleh angka r tabel sebesar 0,2146 (2-tailed), sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan yang ada pada variabel faktor psikologi dapat dinyatakan **valid**. Berikut hasil perhitungan yang



dilakukan dengan bantuan SPSS 25 Windows 10 dengan dengan cara klik *Analyze -> Scale -> Reliability Analysis*.

**Table 4. 6** Uji validitas variabel X2

		<b>Correlations</b>			
		x2.1	x2.2	x2.3	total_x2
x2.1	Pearson Correlation	1	.473**	.391**	.769**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	84	84	84	84
x2.2	Pearson Correlation	.473**	1	.357**	.783**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	84	84	84	84
x2.3	Pearson Correlation	.391**	.357**	1	.777**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	84	84	84	84
total_x2	Pearson Correlation	.769**	.783**	.777**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	84	84	84	84

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### 3) Uji validitas variabel faktor sosial (X3)

Dari r tabel dengan responden 84 (n) pada tingkat signifikansi 5% (0,05) dengan hitung (n-2) diperoleh angka r tabel sebesar 0,2146 (2-tailed), sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan yang ada pada variabel faktor psikologi dapat dinyatakan **valid**. Berikut hasil perhitungan yang dilakukan dengan bantuan SPSS 25 Windows 10 dengan dengan cara klik *Analyze -> Scale -> Reliability Analysis*

Table 4. 7 Uji validitas variabel X3

		Correlations					
		x3.1	x3.2	x3.3	x3.4	x3.5	total_x3
x3.1	Pearson Correlation	1	.427**	.486**	.349**	.442**	.754**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.000	.000
	N	84	84	84	84	84	84
x3.2	Pearson Correlation	.427**	1	.325**	.516**	.358**	.742**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000	.000	.000
	N	84	84	84	84	84	84
x3.3	Pearson Correlation	.486**	.325**	1	.323**	.433**	.709**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.001	.000	.000
	N	84	84	84	84	84	84
x3.4	Pearson Correlation	.349**	.516**	.323**	1	.272**	.685**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.001		.006	.000
	N	84	84	84	84	84	84
x3.5	Pearson Correlation	.442**	.358**	.433**	.272**	1	.696**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.006		.000
	N	84	84	84	84	84	84
total_x3	Pearson Correlation	.754**	.742**	.709**	.685**	.696**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	84	84	84	84	84	84

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

#### 4) Uji validitas variabel keputusan pembelian (Y)

Dari r tabel dengan responden 84 (n) pada tingkat signifikansi 5% (0,05) dengan hitung (n-2) diperoleh angka r tabel sebesar 0,2146 (2-tailed), sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan yang ada pada variabel faktor psikologi dapat dinyatakan **valid**. Berikut hasil perhitungan yang dilakukan dengan bantuan SPSS 25 Windows 10 dengan dengan cara klik *Analyze -> Scale -> Reliability Analysis*.

**Table 4. 8** Uji validitas variabel Y

		<b>Correlations</b>					
		y1.1	y1.2	y1.3	y1.4	y1.5	total_y
y1.1	Pearson Correlation	1	.421**	.309**	.335**	.394**	.606**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.001	.000	.000
	N	84	84	84	84	84	84
y1.2	Pearson Correlation	.421**	1	.714**	.617**	.452**	.859**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	84	84	84	84	84	84
y1.3	Pearson Correlation	.309**	.714**	1	.554**	.477**	.819**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000		.000	.000	.000
	N	84	84	84	84	84	84
y1.4	Pearson Correlation	.335**	.617**	.554**	1	.491**	.795**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000	.000
	N	84	84	84	84	84	84
y1.5	Pearson Correlation	.394**	.452**	.477**	.491**	1	.725**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	84	84	84	84	84	84
total_y	Pearson Correlation	.606**	.859**	.819**	.795**	.725**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	84	84	84	84	84	84

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## b. Uji Reabilitas

Uji reabilitas adalah apakah data konsistens saat pengumpulan respon. Pengukuran reliabilitas menggunakan indeks numerik yang disebut dengan koefisien.

### 1) Pengujian Reliabilitas variabel faktor psikologis

**Table 4. 9** Uji Reabilitas variabel X1

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.804	5

Berdasarkan hasil per hitungan tersebut di atas, diperoleh nilai *Cronbach's alpha* yaitu sebesar 0,804. Batas reliabel *Cronbach's alpha* yaitu 0,600. Hasil variabel faktor psikologis memiliki reliabilitas.

## 2) Pengujian Reliabilitas variabel faktor situasional

**Table 4. 10** Uji Reabilitas variabel X2

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.665	3

Berdasarkan hasil per hitungan tersebut di atas, diperoleh nilai *Cronbach's alpha* yaitu sebesar 0,662. Batas reliabel *Cronbach's alpha* yaitu 0,600. Hasil variabel faktor situasional memiliki reliabilitas.

## 3) Pengujian Reliabilitas variabel faktor sosial

**Table 4. 11** Uji Reabilitas variabel X3

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.764	5

Berdasarkan hasil per hitungan tersebut di atas, diperoleh nilai *Cronbach's alpha*, yaitu sebesar 0,764. Batas reliabel *Cronbach's alpha* yaitu 0,600. Hasil variabel faktor sosial memiliki reliabilitas.

## 4) Pengujian Reliabilitas variabel keputusan pembelian

**Table 4. 12** Uji Reabilitas variabel Y

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.824	5

Berdasarkan hasil per hitungan tersebut di atas, diperoleh nilai *Cronbach's alpha* yaitu sebesar 0,824. Batas reliabel *Cronbach's alpha* yaitu 0,600. Hasil variabel keputusan pembelian memiliki reliabilitas.

c. **Asumsi Klasik**1. **Uji Normalitas**

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Dilihat dari tabel berikut:

**Table 4 13** One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
		Unstandardized Residual
N		84
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.07262143
Most Extreme Differences	Absolute	.074
	Positive	.068
	Negative	-.074
Test Statistic		.074
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Dari hasil tabel diatas Asymp. Sig. (2-tailed)  $0,2 > 0,05$  maka uji normalitas dinyatakan **normal**.

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi hubungan yang kuat antar variabel. Dasar penilaian uji Multikolinearitas melalui nilai Tolerance, jika nilai Tolerance lebih besar dari  $> 0,10$  maka tidak terjadi multikolinearitas, selain itu dapat dilihat dari melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF), jika nilai VIF lebih kecil dari  $< 10,0$  maka **tidak terjadi** multikolinearitas.

**Table 4. 14** Uji Multikolinearitas

		<b>Coefficients<sup>a</sup></b>					<b>Collinearity Statistics</b>	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients				
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.768	2.129		3.648	.000		
	Faktor Psikologis	.691	.125	.692	5.527	.000	.395	2.534
	Faktor Situasional	-.206	.146	-.118	-1.406	.164	.884	1.131
	Faktor Sosial	.065	.140	.058	.459	.647	.384	2.607

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil per hitungan yang ada pada tabel multikolinearitas diatas dapat dilihat variabel bebas menunjukkan bahwa ;

$$\text{Nilai VIF } X_1 = 2,534 < 10,0$$

$$\text{Nilai VIF } X_2 = 1,131 < 10,0$$

$$\text{Nilai VIF } X_3 = 2,607 < 10,0$$

Maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini **tidak** terjadi multikolinearitas.

### 3. Uji Heterokedisitas

**Table 4. 15** Uji Heterokedisita

		<b>Coefficients<sup>a</sup></b>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-1.214	1.322		-.918	.361
	Faktor Psikologis	.074	.078	.164	.954	.343
	Faktor Situasional	.165	.091	.209	1.819	.073

Faktor Sosial	-.045	.087	-.090	-.514	.609
---------------	-------	------	-------	-------	------

a. Dependent Variable: RES2

Berdasarkan hasil uji heterokedastisitas diatas dapat dilihat nilai Signifikansi variabel faktor psikologis (X1) yaitu 0,343, lebih besar dari  $> 0,05$  dan variabel faktor situasional (X2) sebesar  $0,073 > 0,05$  lalu variabel faktor sosial (X3) sebesar  $0,609 > 0,05$  terhadap keputusan pembelian (Y) dan nilai terhadap keputusan pembelian (Y). Maka dapat disimpulkan bahwa **tidak** terjadi gejala heterokedastisitas pada penelitian ini.

#### 4. Regresi Linear Berganda

Table 4. 16 Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	6.759	3.438		1.966	.053
	X1	-.197	.082	-.198	-2.392	.019
	X2	.306	.153	.175	2.003	.049
	X3	.684	.099	.618	6.901	.000

a. Dependent Variable: Y

$$Y = 6,759 + -0,197 (X1) + 0,306 (X2) + 0,684 (X3)$$

Apabila X1 naik sebesar 1% maka Y turun sebesar -0,197.

Apabila X2 naik 1% maka Y naik sebesar 0,306. Apabila

x3 naik sebesar 1% maka Y naik sebesar 0,684.



## 5. Uji T

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.759	3.438		1.966	.053
	X1	-.197	.082	-.198	-2.392	.019
	X2	.306	.153	.175	2.003	.049
	X3	.684	.099	.618	6.901	.000

a. Dependent Variable: Y

Dasar pengambilan hasil dari uji t adalah jika nilai sig < 0,05, atau t hitung > t tabel maka terdapat pengaruh variabel X1, X2, dan X3 terhadap variabel Y. Namun jika hasil dari uji t adalah jika nilai sig > 0,05, atau t hitung < t tabel maka tidak terdapat pengaruh. Berikut cara menentukan pengaruh:

### a. Hipotesis 1

Pengaruh antara faktor psikologis terhadap keputusan pembelian. Hasil dari analisis dapat diketahui bahwa nilai regresi nilai yaitu  $-2.392 > -1.989$  artinya bahwa ada pengaruh **Negatif** antara faktor psikologis.

### b. Hipotesis 2

Pengaruh antara faktor situasional terhadap keputusan pembelian. Hasil dari analisis dapat bahwa nilai regresi yaitu  $2,003 > 1.989$  artinya bahwa ada

pengaruh **Positif** antara faktor situasional terhadap keputusan pembelian.

c. Hipotesis 3

Pengaruh antara faktor sosial terhadap keputusan pembelian. Hasil dari analisis dapat diketahui bahwa nilai regresi yaitu  $6,901 > 1.989$  artinya bahwa ada pengaruh **Positif** antara faktor sosial terhadap keputusan pembelian.

## 6. Uji F

Dasar pengambilan hasil dari uji f adalah jika nilai  $\text{sig} < 0,05$ , atau  $f \text{ hitung} > f \text{ tabel}$  maka terdapat seluruh pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Namun jika hasil dari uji f adalah nilai  $\text{sig} > 0,05$ , atau  $f \text{ hitung} < f \text{ tabel}$  maka tidak terdapat pengaruh. Berikut cara menentukan pengaruh:

$$f \text{ tabel} = F(k ; n-k) = F(3 : 81) = 2,72$$

Table 4. 17 Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	536.279	4	178.760	557.018	.000 <sup>b</sup>
	Residual	25.674	80	.321		
	Total	561.952	84			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Berdasarkan output diatas diketahui pengaruh nilai variabel X1, X2, dan X3 terhadap variabel Y adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai f hitung  $557.018 > 2,72$ . Sehingga disimpulkan Hipotesis 4 **diterima** terhadap keseluruhan variabel X terhadap pengaruh variabel Y.

## 7. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui berapa persen pengaruh yang diberikan variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil uji koefisien determinasi pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Table 4. 18** Uji Koefisien Determinasi

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.977 <sup>a</sup>	.954	.953	.56650

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

dilihat dari hasil uji tersebut, dalam kolom  $R^2$  (R Square) pengaruh dari variabel independen mempengaruhi terhadap variabel dependen sebesar  $0,954 = 95,4\%$  sisanya  $4,6\%$  dipengaruhi variabel yang tidak masuk dalam penelitian ini.

## C. Pembahasan

Dari hasil pengolahan data dari 84 responded yang diperoleh melalui pengumpulan kuesioner yang disebar dan diolah menggunakan SPSS 25 Windows 10 menggunakan rumus hitungan data *two-tailed* dapat diketahui sebagai berikut:

### 1. Faktor Psikologis

Variabel faktor psikologi (X1) dari hasil uji t yaitu  $-2.392 > 1.989$  artinya bahwa ada pengaruh **Negatif** antara faktor psikologis terhadap keputusan pembelian, dikarenakan adanya pandemi Covid-19.

### 2. Faktor Situasional

Variabel faktor situasional dari hasil uji t yaitu  $2.003 < 1.989$  artinya bahwa pengaruh **Positif** antara faktor situasional terhadap keputusan pelanggan untuk melakukan keputusan pembelian.

### 3. Faktor Sosial

Variabel faktor situasional dari hasil uji t yaitu  $6.901 > 1.989$  artinya bahwa pengaruh **Positif** antara faktor sosial terhadap keputusan pelanggan.

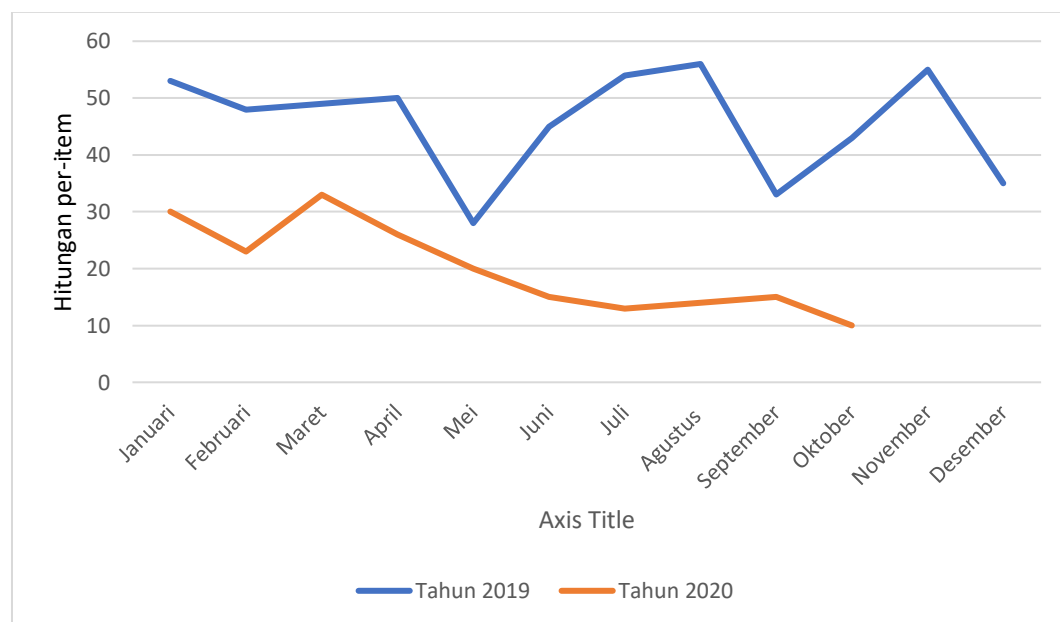
### 4. Keputusan Pembelian

Variabel Y dari hasil uji f yaitu  $557.018 > 2,72$  artinya bahwa ada pengaruh seluruh variabel terhadap keputusan pelanggan, sehingga

seluruh variabel terkait yang peneliti lakukan **berpengaruh tinggi** kepada keputusan pembelian yang konsumen lakukan.

Dengan keadaan yang dilanda oleh pandemi saat penelitian berlangsung yang telah disinggung di bab sebelumnya, maka hasil penelitian pun bisa **berdampak pada hasil** yang telah peneliti lakukan. Seperti yang terlihat dari hasil rekap berbanding penjualan yang didapat oleh perusahaan melalui kurva penjualan, sebagai berikut:

**Gambar 4. 3** Kurva Penjualan dalam periode terakhir.



**Sumber: Data Penjualan Perusahaan 2019 dan 2020.**

Terlihat dari gambar kurva diatas, penjualan yang dialami oleh perusahaan akibat pandemi saat ini **berpengaruh**, dari hasil rekap yang peneliti dapat dari arsip perusahaan mengenai penjualan batik. Demikian pengaruh yang tidak terduga dialami peneliti sewaktu pengambilan data melalui kuesitwor kepada responden, meski terlambat dari yang

direncanakan sebelumnya dan pengaruh data terhadap responden yang diakibatkan oleh pandemik.