

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian

4.1.1. Sejarah Singkat Toko Kisa'

Toko Kisa' adalah sebuah perusahaan retail (Toko) penjualan Busana Muslim dan perlengkapan muslim yang berlokasi di Jl. Kyai Asy'ari No. 20 Kaliwungu, Kendal. Awal berdirinya pada tanggal 1 Mei 2008. pendirinya adalah Bapak Muhib dan Ibu Mahmudah. Kisa' menjadi toko busana muslim terlengkap di Kaliwungu, dari pakaian muslim anak-anak sampai dewasa. Seiring berjalannya waktu Toko Kisa' melengkapi berbagai macam produk, selain busana muslim gamis dan model-model baru. Kisa' juga menyediakan perlengkapan haji, oleh-oleh haji, mukena dan lain-lain.

Toko Kisa' mulai diterima oleh masyarakat dan mulai memiliki pelanggan yang cukup banyak, Toko Kisa' mempunyai cukup banyak pelanggan karena secara umum pola pemasaran Toko Kisa' lebih menekankan kepada kalangan menengah ke atas. Sehingga melihat pelanggan dari karakteristik itu baik dari asal domisilinya, tingkat pendapatan, golongan usia dan jenis kelamin. Adapun tujuan didirikannya Toko Kisa' untuk memenuhi ragam kebutuhan dan perlengkapan ibadah umat Muslim.

Layanan dan Fasilitas

1. Jasa pesan busana.
2. Area tunggu.
3. Toilet.
4. Ruang ganti.

4.2 Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang dimaksud dalam penelitian ini adalah data berdasarkan kriteria jenis kelamin dan usia. Adapun kriteria tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:

4.2.1 Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasar jenis kelamin dapat diketahui sebagaimana dalam tabel 4.1 berikut:

Tabel 4.1

Jenis Kelamin Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	37	38.9	38.9	38.9
perempuan	58	61.1	61.1	100.0
Total	95	100.0	100.0	

S

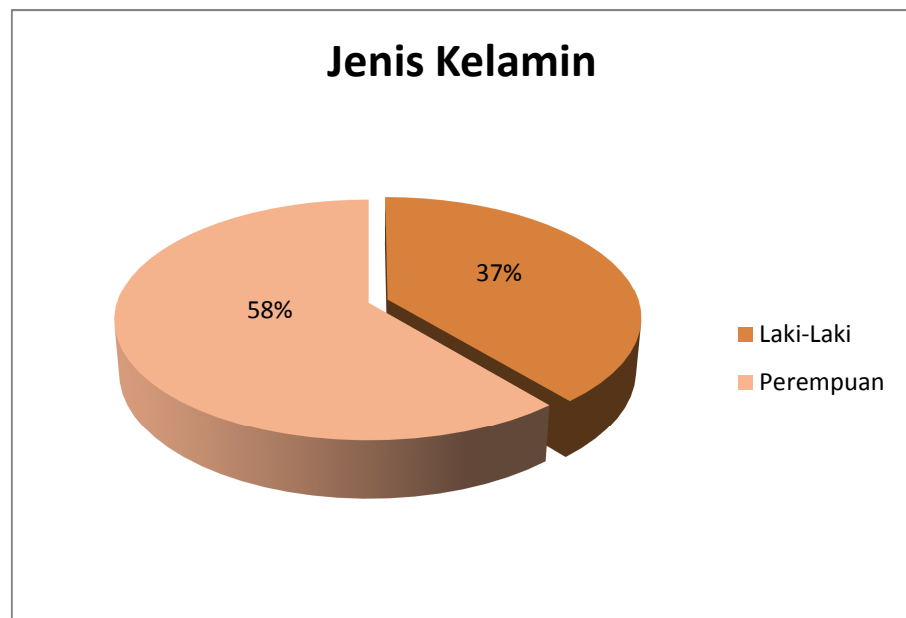
Sumber: data primer yang diolah, 2013

Tabel 4.1 Di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini adalah berjenis kelamin perempuan. Sejumlah 58

responden atau 58% dari total responden adalah berjenis kelamin perempuan, dan sisanya sebanyak 37 responden atau 37% adalah berjenis kelamin laki-laki.

Untuk lebih jelasnya, berikut gambar porsi dari karakteristik responden dilihat dari jenis kelamin yang dapat peneliti peroleh:

Gambar 4.1



Sumber: data primer yang diolah, 2013

4.2.2 Usia Responden

Karakteristik responden dalam klasifikasi usia, peneliti membaginya dalam 5 jenis, diantaranya adalah responden dengan usia dibawah 20 tahun, 21 s/d 30 tahun, 31 s/d 40 tahun, 41 s/d 50 tahun, 50 tahun keatas.

Karakteristik berdasarkan usia yang terlihat pada Tabel 4.2 sebagai berikut:

Tabel 4.2
Umur Responden

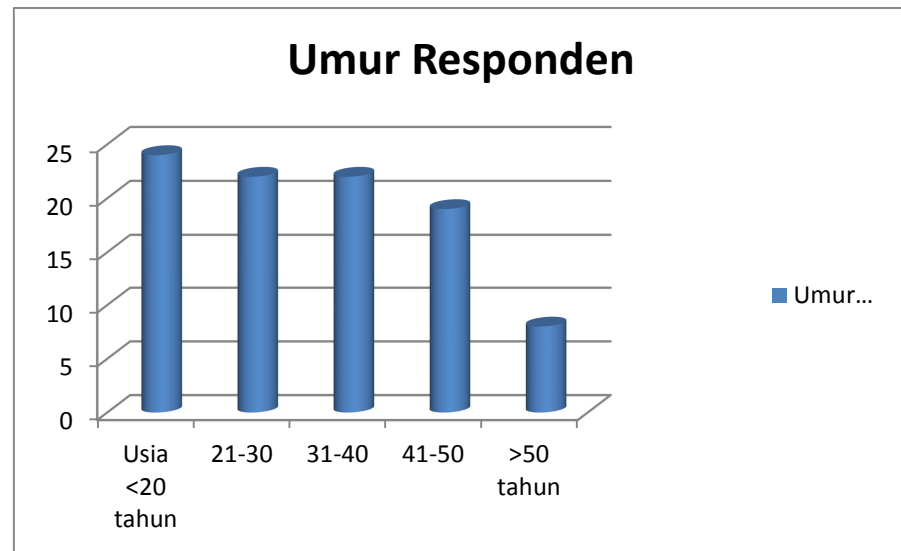
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <20 tahun	24	25.3	25.3	25.3
21-30	22	23.2	23.2	48.4
31-40	22	23.2	23.2	71.6
41-50	19	20.0	20.0	91.6
>50	8	8.4	8.4	100.0
Total	95	100.0	100.0	

Sumber: data primer yang diolah, 2013

Dari Tabel 4.2 dapat dilihat bahwa mayoritas responden berusia kurang dari 20 tahun yaitu 24 orang, antara 21 tahun sampai dengan 30 tahun ada 22 orang, antara 31 sampai dengan 40 tahun 22 orang, antara 41 sampai dengan 50 ada 19 orang dan yang berusia lebih dari 50 tahun ada 8 orang.

Untuk lebih jelasnya, berikut gambar porsi dari karakteristik usia responden yang dapat peneliti peroleh:

Gambar 4.2



Sumber: data primer yang diolah, 2013

4.3 Deskriptif Variabel Penelitian

Deskripsi data yang akan disajikan dari hasil penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran secara umum mengenai penyebaran data yang diperoleh di lapangan. Data yang disajikan berupa data mentah yang kemudian diolah menggunakan teknik statistik deskripsi.

Berdasarkan judul dan perumusan masalah penelitian dimana penelitian ini terdiri dari empat variabel bebas dan satu variabel terikat, yakni meliputi keputusan pembelian (Y), faktor budaya (X_1), faktor sosial (X_2), faktor pribadi (X_3), faktor psikologi (X_4). Sampel yang diambil data dalam penelitian ini adalah 95 orang konsumen di Toko Busana Muslim Kisa' Kaliwungu. Deskripsi dari masing-masing variabel berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 95 orang konsumen tersebut hasilnya dapat dijelaskan sebagaimana dibawah ini

Tabel 4.3
Hasil Skor Kuesioner Regresi

Variabel	Item pertanyaan	Total STS	%	Total TS	%	Total N	%	Total S	%	Total SS	%
Faktor Budaya (X1)	P1	1	1,1%	9	9,5%	41	43,2%	26	27,4%	18	18,9%
	P2	1	1,1%	14	14,7 %	32	33,7%	41	43,2%	7	7,4%
	P3	1	1,1%	16	16,8%	28	29,5%	42	44,2%	8	8,4%
Faktor Sosial (X2)	P4	2	2,1%	21	22,1%	37	38,9%	32	33,7%	3	3,2%
	P5	1	1,1%	17	17,9%	27	28,4%	43	45,3%	7	7,4%
	P6	1	1,1%	11	11,6%	35	36,8%	42	44,2%	6	6,3%
	P7	1	1,1%	5	5,3%	28	29,5%	49	51,6%	12	12,6%
Faktor Pribadi (X3)	P8	0	0	5	5,3%	32	33,7%	46	48,4%	12	12,6%
	P9	1	1,1%	18	18,9%	27	28,4%	42	44,2%	7	7,4%
	P10	0	0	2	4,2%	25	26,3%	55	57,9%	11	11,6%
Faktor Psikologi (X4)	P11	0	0	20	21,1%	40	42,1%	28	29,5%	7	7,4%
	P12	1	1,1%	5	5,3%	26	27,4%	51	53,7%	12	12,6%
	P13	0	0	7	7,4%	45	47,4%	38	40,0%	5	5,3%
	P14	1	1,1%	10	10,5%	50	52,6%	30	31,6%	4	4,2%
Keputusan Pembelian (Y)	P15	0	0	20	21,1%	37	38,9%	28	29,5%	10	10,5%
	P16	3	3,2%	8	8,4%	24	25,3%	52	54,7%	8	8,4%
	P17	0	0	3	3,2%	44	46,3%	44	46,3%	4	4,2%

Sumber: data primer yang diolah, 2013

1. Faktor Budaya

Data pada tabel di atas menunjukkan untuk variabel faktor budaya, item pertanyaan 1, 1,1% sangat tidak setuju, 9,5% tidak setuju, 43,2% netral, 27,4% setuju, sisanya 18,9% menyatakan sangat setuju bahwa responden membeli Busana Muslim karena dapat menutup aurat. Pada

item pertanyaan 2, 1,1% sangat tidak setuju, 14,7% tidak setuju, 33,7% netral, 43,2% setuju, sisanya 7,4% menyatakan sangat setuju bahwa responden membeli Busana Muslim di Toko Kisa' agar menjadi bagian dari masyarakat modern. Item pertanyaan 3, 1,1% sangat tidak setuju, 16,8 % tidak setuju, 29,5% netral, 44,2% setuju, sedangkan sisanya sebanyak 8,4% menyatakan sangat setuju bahwa responden membeli busana muslim di Toko Kisa' untuk menunjukkan status sosial dalam masyarakat.

2. Faktor Sosial

Untuk variabel faktor sosial, item pertanyaan 4, 2,1% sangat tidak setuju, 22,1% tidak setuju, 38,9% netral, 33,7% setuju, sedangkan sisanya sebanyak 3,2% menyatakan sangat setuju bahwa responden membeli Busana Muslim di Toko Kisa' karena saran dari teman. Pada item pertanyaan 5, 1,1% sangat tidak setuju, 17,8 % tidak setuju, 28,4% netral, 45,3% setuju, sedangkan sisanya sebanyak 7,4% menyatakan sangat setuju bahwa menggunakan busana muslim karena organisasi didaerah menggunakannya. Pada item pertanyaan 6, 1,1% sangat tidak setuju, 11,6 % tidak setuju, 36,8% netral, 44,2% setuju, sedangkan sisanya sebanyak 6,3% menyatakan sangat setuju bahwa responden membeli Busana Muslim di Toko Kisa' anggota keluarga pernah membelinya. Pada item pertanyaan 7, 1,1% sangat tidak setuju, 5,3% tidak setuju, 29,5% netral, 51,6% setuju, sedangkan sisanya sebanyak 12,6% menyatakan sangat setuju bahwa responden setuju membeli

Busana Muslim di Toko Kisa' dengan memperhatikan merek yang populer saat ini.

3. Faktor Pribadi

Untuk variabel pribadi, item pertanyaan 8, 5,3% tidak setuju, 33,7% menyatakan netral, 48,4% menyatakan setuju dan 12,6% menyatakan sangat setuju bahwa responden membeli Busana Muslim di Toko Kisa' karena harganya relatif terjangkau. Pada item pertanyaan 9, 1,1% sangat tidak setuju, 18,9% tidak setuju, 28,4% netral, 44,2% setuju, sedangkan sisanya sebanyak 7,4 % menyatakan sangat setuju bahwa responden membeli Busana Muslim karena sudah menjadi gaya hidup masyarakat sekarang.. Pada item pertanyaan 10, 4,2 % tidak setuju, 26,3 % netral, 57,9% setuju, sedangkan sisanya sebanyak 11,6% menyatakan sangat setuju bahwa responden membeli Busana Muslim di Toko Kisa' Karena memiliki model yang menarik.

4. Faktor Psikologi

Untuk variabel psikologi, item pertanyaan 11, 21,1% tidak setuju, 42,1% netral, 29,5% setuju, sedangkan sisanya sebanyak 7,4 % menyatakan sangat setuju bahwa responden membeli Busana Muslim biar tampil lebih sopan. Pada item pertanyaan 12, 1,1% sangat tidak setuju, 5,3% tidak setuju, 27,4 % netral, 53,7% setuju, sedangkan sisanya sebanyak 12,6 % menyatakan sangat setuju bahwa membeli Busana Muslim di Toko Kisa' karena memiliki kualitas jahitan yang bagus. Pada item pertanyaan 13, 7,4% tidak setuju, 47,4% netral, 40,0% setuju,

sedangkan sisanya sebanyak 5,3 % menyatakan sangat setuju bahwa responden membeli Busana Muslim di Toko Kisa' karena bahan yang digunakan mudah di setrika. Pada item pertanyaan 14, 1,1% sangat tidak setuju, 10,5% tidak setuju, 52,6% netral, 31,6% setuju, sedangkan sisanya sebanyak 4,2 % menyatakan sangat setuju bahwa responden membeli Busana Muslim di Toko Kisa' karena mengetahui dengan baik informasi mengenai kualitas produknya.

5. Keputusan Pembelian

Untuk variabel Keputusan Pembelian, pada item pertanyaan 15, 21,1% tidak setuju, 38,9% netral, 29,5% setuju, sedangkan sisanya sebanyak 10,5 % menyatakan sangat setuju bahwa saya melakukan pembelian setelah mencari informasi tentang Produk yang ada di Toko Kisa'. Pada item pertanyaan 16, 3,2% sangat tidak setuju, 8,4% tidak setuju, 25,3% netral, 54,7% setuju, sedangkan sisanya sebanyak 8,4 % menyatakan sangat setuju bahwa responden membeli Busana Muslim di Toko Kisa' setelah membandingkan dengan produk di Toko lain.. Pada item pertanyaan 17, 3,2% tidak setuju, 46,3% netral, 46,3% setuju, sedangkan sisanya sebanyak 4,2 % menyatakan sangat setuju bahwa membeli Busana Muslim yang sesuai dengan harapan dan kebutuhan.

4.4 Uji Validitas dan Uji Reabilitas

4.4.1 Uji Validitas Instrumen

Untuk menguji validitas dan reabilitas instrumen, penulis menggunakan analisis dengan SPSS. Berikut hasil pengujian validitas.

Uji validitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur (kuesioner). Uji validitas dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan bantuan program excel. Kriteria pengukuran yang digunakan adalah:

- Apabila r hitung $>$ r tabel dengan $df = n-2$, maka kesimpulannya item kuesioner tersebut valid.
- Apabila r hitung $<$ r tabel dengan $df = n-2$, maka kesimpulannya item kuesioner tidak valid.

Untuk tingkat validitas dilakukan uji signifikan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Untuk derajat kebebasan (*degree of freedom*) (df) = $n-k$ dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah konstruk. Pada kasus ini besarnya df dapat dihitung $95-2$ atau $df= 93$ dengan α 0,05 didapat r tabel 0,2 jika r hitung (untuk tiap-tiap butir pertanyaan dapat dilihat di tabel) lebih besar dari r tabel dan nilai r positif, maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid.

Pengujian validitas dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan bantuan komputer program excel. Dari perhitungan diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.4

Tabel Uji Validitas

Variabel	Item	Corrected item total Correlation (<i>r_{hitung}</i>)	<i>r_{tabel}</i>	Keterangan
Faktor Budaya (X1)	P1	0,588	0,201	Valid
	P2	0,612	0,201	Valid
	P3	0,639	0,201	Valid
Faktor Sosial (X2)	P4	0,537	0,201	Valid
	P5	0,698	0,201	Valid
	P6	0,215	0,201	Valid
	P7	0,203	0,201	Valid
Faktor Pribadi (X3)	P8	0,602	0,201	Valid
	P9	0,356	0,201	Valid
	P10	0,334	0,201	Valid
Faktor Psikologi (X4)	P11	0,265	0,201	Valid
	P12	0,541	0,201	Valid
	P13	0,351	0,201	Valid
	P14	0,591	0,201	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	P15	0,291	0,201	Valid
	P16	0,228	0,201	Valid
	P17	0,574	0,201	Valid

Sumber: data primer yang diolah, 2013

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing item pertanyaan memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,201) dan bernilai positif. Dengan demikian setiap butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

4.4.2 Uji Reabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur reliabilitas menggunakan uji statistik *cronbach alpha* (α). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* lebih dari 0.60 ($\alpha > 0.60$). Adapun hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel 4.6 sebagai berikut:

Tabel 4.5

Hasil Uji Reabilitas Instrumen

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.818	.822	5

Sumber: Data yang diolah, 2013

Dari keterangan tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki Cronbach Alpha $> 0,60$. Dengan demikian variabel (faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologi dan keputusan pembelian busana muslim) dapat dikatakan reliabel.

4.5 Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil pengujian segala penyimpangan klasik terhadap data penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut :

4.5.1 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem Multikolinieritas (Multi) Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Hasil uji multikolinieritas dapat disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.6

Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.080	1.080		3.778	.000		
Faktor Budaya	-.038	.087	-.053	-.438	.662	.522	1.917
Faktor Sosial	-.051	.083	-.071	-.612	.542	.568	1.762
Faktor Pribadi	.245	.122	.257	2.005	.048	.462	2.165
Faktor Psikologi	.347	.084	.448	4.128	.000	.644	1.554

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data primer diolah 2013.

Pedoman suatu regresi yang bebas multikolonieritas adalah dengan melihat VIF dan tolerance. Jika $VIF < 10$ dan toleran $> 0,1$ maka tidak terjadi multikolonieritas. Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil perhitungan nilai VIF, semua variabel yakni faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Dan hasil perhitungan nilai tolerance juga menunjukkan hal yang sama yakni tidak ada variabel independen yang memiliki nilai tolerance kurang dari 0,1. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolonieritas antar variabel independen dalam model regresi.

4.5.2 Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Tentu saja model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi, uji durbin-watson (uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika d lebih kecil dari dL atau lebih besar dari $(4-dL)$ maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
- 2) Jika d terletak antara dU dan $(4-dU)$, maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada korelasi.
- 3) Jika d terlatak antara dL dan dU atau di anantara $(4-dU)$ dan $(4-dL)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

Nilai dU dan dL dapat diperoleh dari table statistic durbin Watson yang bergantung banyaknya observasi dan banyaknya variable yang menjelaskan. dapat disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.7

Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.563 ^a	.317	.286	1.270	1.925

a. Predictors: (Constant), X4, X1, X2, X3

b. Dependent Variable: Y

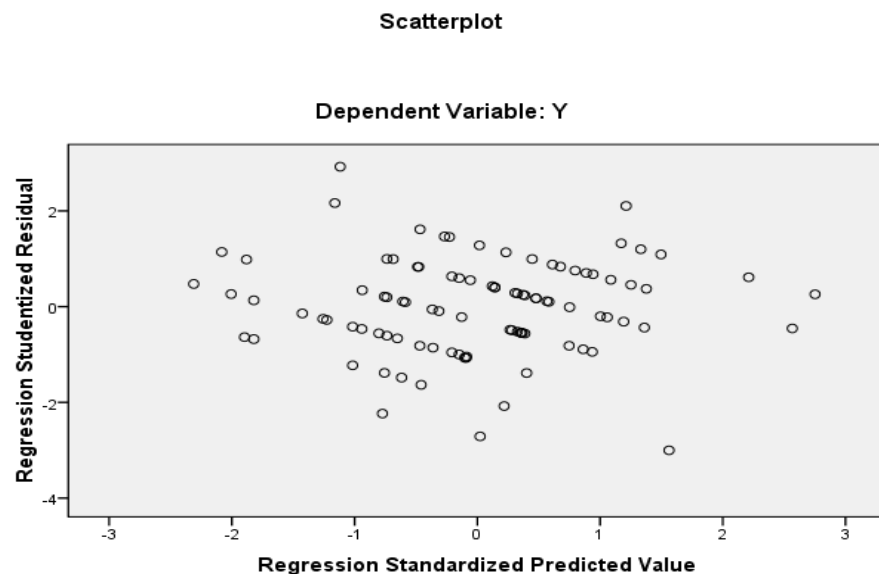
Dari hasil output di atas didapat nilai DW yang dihasilkan dari model regresi adalah 1,925, sedangkan dari table DW dengan signifikasi 0,05 dan jumlah data (n) = 95, serta k = 4 (k adalah jumlah variable independen) diperoleh nilai dL sebesar 1,579 dan dU sebesar 1,755 (lihat tabel). Karena nilai DW (1,925) berada diatas dL dan dU, maka autokorelasi negatif atau tidak ada autokorelasi pada variabel bebas.

4.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari

suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas. Dan jika varians berbeda, disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

Dari hasil pengujian heteroskedastisitas yang dapat dilihat pada tampilan grafik *Scatterplot*, menunjukkan bahwa persebaran antara nilai prediksi variabel terikat dengan residualnya tidak membentuk suatu pola yang pasti, atau terjadi persebaran yang tidak menggerombol membentuk suatu pola yang teratur, dapat disajikan dalam gambar dibawah ini:



Sumber : Data primer yang diperoleh, 2013

Dari grafik di atas, terlihat titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi Heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi

layak dipakai untuk prediksi keputusan pembelian berdasarkan masukan variabel independennya.

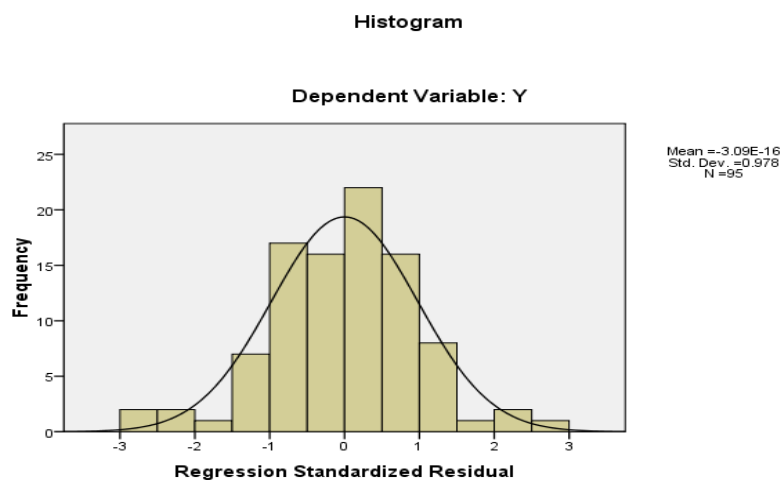
4.5.4 Uji Normalitas

Uji Heterokedasitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians. Adapun hasil uji statistic Heterokedasitas yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai Cara yang bisa ditempuh untuk menguji kenormalan data adalah dengan menggunakan Grafik Normal P-P Plot dengan cara melihat penyebaran datanya. Jika pada grafik tersebut penyebaran datanya mengikuti pola garis lurus, maka datanya normal. Jika pada tabel test of normality dengan menggunakan Kolmogorov-Smirnov nilai sig > 0.05, maka data berdistribusi normal.

Adapun Uji Normalitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 4.4

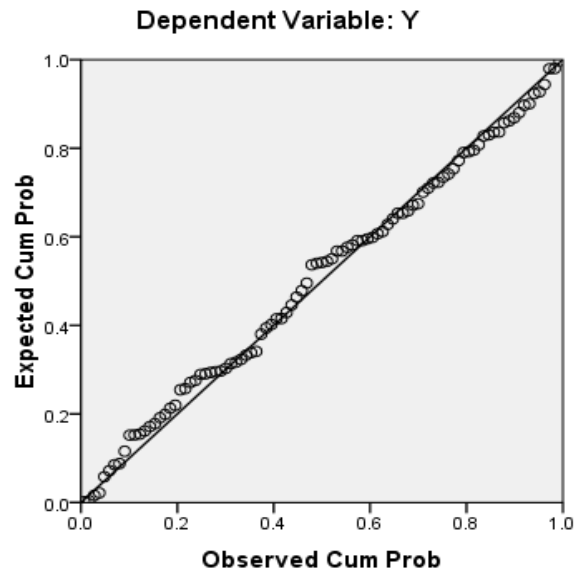
Grafik Histogram



Sumber: Data primer yang diolah, 2013

Grafik 4.5
Normal Probability Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Data primer yang diolah, 2013

Tabel 4.8

Nilai Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

Uji kolmogorov-smirnov	Unstandarize Residual
Nilai kolmogorov-smirnov	0.417
Sig	0.995

Sumber: Data primer yang diolah, 2013

Berdasarkan pada grafik histogram, residual data telah menunjukkan kurva normal yang membentuk lonceng sempurna. Namun, pada grafik normal P-P Plot residual penyebaran data belum mengikuti garis normal (garis lurus). Untuk lebih memastikan residual data telah

mengikuti asumsi normalitas, maka residual data diuji kembali dengan menggunakan uji *Kolomorov Smirnov*. Pada tabel 4.9. pada uji *Kolomorov Smirnov* menunjukkan bahwa residual data yang didapat tersebut mengikuti distribusi normal, berdasarkan hasil output menunjukkan nilai *Kolmogorov-Smirnov* 0,417 dengan signifikan 0,995. Dengan demikian, residual data berdistribusi normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

4.6 Persamaan Regresi Linier Berganda

Persamaan dasar regresi linear berganda ditulis dengan $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$. Nilai konstanta (a) menunjukkan besarnya nilai variabel Y jika variabel X adalah 0. Sedangkan nilai b menunjukkan besarnya perubahan variabel Y jika variabel X berubah sebesar satu satuan.

Berdasarkan hasil pengolahan data oleh peneliti, maka persamaan regresi linier berganda diperoleh dari table sebagai berikut:

Tabel 4.9

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.080	1.080		3.778	.000
	Faktor Budaya	-.038	.087	-.053	-.438	.662
	Faktor Sosial	-.051	.083	-.071	-.612	.542
	Faktor Pribadi	.245	.122	.257	2.005	.048
	Faktor Psikologi	.347	.084	.448	4.128	.000

a. Dependent Variable: Y

Dari tabel 4.10 diatas, dapat diketahui hasil analisis regresi diperoleh koefisien untuk variabel faktor budaya sebesar -0,038 , untuk variabel faktor sosial sebesar -.051, untuk variabel faktor pribadi sebesar 0,245, faktor psikologi sebesar 0,347, dengan konstanta sebesar 4,080 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = 4,080 + -0,038 X1 +- 0,51 X2 + 245 X3+ 0,347 X4$$

4.7 Pengujian hipotesis

4.7.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Dalam output SPSS, koefisien determinasi terletak pada Tabel Model Summary dan tertulis R square. Besarnya R square berkisar antara 0-1 yang berarti semakin kecil besarnya R square, maka hubungan kedua variabel semakin lemah. Sebaliknya jika Rsquare semakin mendekati 1 maka hubungan kedua variabel semakin kuat.

Tabel 4.10
Model summary

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X4, X3, x1, X2 ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel-variabel yang dikeluarkan atau dimasukan kedalam persamaan, dapat dilihat bahwa semua variabel X_1 , X_2 , X_3 , dan X_4 tidak ada yang keluar dari persamaan (kolom removed variable kosong). Setelah mengetahui seluruh variabel dimasukkan dalam analisis persamaan, maka dilakukan pengujian koefisien determinasi.

Hasil pengujian koefisien determinasi dalam penelitian ini menggunakan bantuan SPSS versi 16, seperti terlihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.11

Hasil Uji Koofisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.563 ^a	.317	.286	1.270

a. Predictors: (Constant), Faktor Budaya (X1), Faktor Sosial (X2), Faktor Pribadi (X3), Faktor Psikologi (X4)

b. Dependent Variable:
keputusan pembelian (Y)

Sumber : data primer diolah, 2013

Hasil analisis data di atas terlihat bahwa besarnya *Adjusted R Square* adalah 0,286 atau 28,6%. Hal ini berarti sebesar 28,6%.

kemampuan model regresi dari penelitian ini dalam menerangkan variabel dependen. Artinya 28,6%. variabel keputusan pembelian bisa dijelaskan oleh variansi dari variabel independen faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi . Sedangkan sisanya (100% - 28,6%. = 71,4%) dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diperhitungkan dalam analisis penelitian ini

4.7.2 Uji F (uji signifikan simultan)

Uji pengaruh simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen. Hasil uji F dalam penelitian dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.12

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	67.221	4	16.805	10.421	.000 ^a
	Residual	145.136	90	1.613		
	Total	212.358	94			

a. Predictors: (Constant), Psikologi X3, Budaya X1, Sosial X2, Pribadi X3

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian Y

M

Model hipotesis yang digunakan dalam uji F ini adalah sebagai berikut:

Ho: Tidak ada pengaruh secara signifikan antara faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian.

Ha: Ada pengaruh secara signifikan faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian.

Nilai F hitung akan dibandingkan dengan nilai F tabel dengan tingkat kesalahan $\alpha = 5\%$ (signifikansi 5% atau 0,05 adalah ukuran standar yang sering digunakan dalam penelitian). Dengan menggunakan tingkat keyakinan 95%, $\alpha = 5\%$, df 1 (jumlah variabel-1) = 4, dan df 2 (n-k-1) atau $95-4-1= 90$ (n adalah jumlah kasus dan k jumlah variabel independen), hasil peroleh untuk F tabel sebesar 2,479 dapat dicari di Ms Excel dengan cara pada cell kosong ketik =finv(0,05;4;90) lalu enter. Dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

Ho diterima jika $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$

Ho ditolak jika $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$

Pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ ($10,421 > 2,479$) dan signifikan pada 0,00 maka Ho ditolak, hal ini berarti ada pengaruh secara signifikan faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi terhadap keputusan pembelian busana muslim. Jadi dari kasus ini dapat disimpulkan bahwa faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi secara

bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian busana muslim di Toko Kisa' Kaliwungu.

4.7.3 Uji t (Uji Signifikansi Parameter Individual)

Untuk menguji hipotesis maka analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi linier berganda. Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

Hasil uji t dalam penelitian dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Gambar 4.13

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.080	1.080		3.778	.000
Faktor Budaya	-.038	.087	-.053	-.438	.662
Faktor Sosial	-.051	.083	-.071	-.612	.542
Faktor Pribadi	.245	.122	.257	2.005	.048
Faktor Psikologi	.347	.084	.448	4.128	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data primer diolah 2013.

Pada tabel diatas diketahui bahwa nilai t hitung untuk faktor budaya (X_1) adalah -,438 faktor sosial (X_2) adalah -,612, faktor pribadi (X_3) adalah 2,005, faktor psikologi (X_4) adalah 4,128.

Berdasarkan kriteria uji hipotesis maka dapat disimpulkan:

1. Variabel faktor budaya(X_1)

Nilai t hitung variabel ini adalah $-0,438$ dengan tingkat signifikan $0,662$. Nilai t tabel pada $\alpha = 5\%$, dengan derajat kebebasan $df = 90$ adalah $1,661$. Berdasarkan kriteria uji hipotesis yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 diterima, maka dapat dinyatakan bahwa dengan nilai $-0,438 < 1,661$ dan dinyatakan signifikan karena $0,662 > 0,05$ sehingga hipotesis ditolak. Artinya bahwa variabel X_1 (faktor budaya) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Busana Muslim di Toko Kisa'.

2. Variabel faktor sosial (X_2)

Nilai t hitung variabel ini adalah $-0,612$, dengan tingkat signifikan $0,542$. Nilai t tabel pada $\alpha = 5\%$, dengan derajat kebebasan $df = 90$ adalah $1,661$. Berdasarkan kriteria uji hipotesis yaitu $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, maka dapat dinyatakan bahwa dengan nilai $-0,612 < 1,661$ dan dinyatakan tidak signifikan karena $0,542 > 0,05$ sehingga hipotesis ditolak. Artinya bahwa variabel X_2 (faktor sosial) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Busana Muslim di Toko Kisa'.

3. Variabel faktor pribadi (X_3)

Nilai t hitung variabel ini adalah $2,005$ dengan tingkat signifikan $0,048$. Nilai t tabel pada $\alpha = 5\%$, dengan derajat

kebebasan $df = 90$ adalah 1,661. Berdasarkan kriteria uji hipotesis yaitu $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak, maka dapat dinyatakan bahwa dengan nilai $2,005 > 1,661$ dan dinyatakan tidak signifikan karena $0,048 < 0,05$ sehingga hipotesis diterima. Artinya bahwa variabel X_3 (faktor pribadi) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Busana Muslim di Toko Kisa'.

4. Variabel faktor psikologi (X_4)

Nilai t hitung variabel ini adalah 4.128 dengan tingkat signifikan 0,00. Nilai t tabel pada $\alpha = 5\%$, dengan derajat kebebasan $df = 90$ adalah 1,661. Berdasarkan kriteria uji hipotesis yaitu $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_0 diterima, maka dapat dinyatakan bahwa dengan nilai $4.128 > 1,661$ dan dinyatakan signifikan karena $0,00 < 0,05$ sehingga hipotesis diterima. Artinya bahwa variabel X_4 (faktor psikologi) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Busana Muslim di Toko Kisa'.

4.8 Pembahasan

Pengaruh masing-masing variabel independen (faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi) variabel dependen (keputusan pembelian busana muslim) dapat dijelaskan sebagai berikut .

Dari hasil pengujian faktor budaya memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap keputusan pembelian busana muslim di Toko Kisa'. Hasil

pengujian yang dilakukan terbukti faktor budaya tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian busana muslim. Ini ditunjukkan dengan hasil yang sesuai dengan jawaban responden pada masing-masing item pertanyaan.

Pada item pertanyaan 1, 1,1% sangat tidak setuju, 9,5% tidak setuju, 43,2% netral, 27,4% setuju, sisanya 18,9% menyatakan sangat setuju bahwa responden membeli Busana Muslim karena dapat menutup aurat. Pada item pertanyaan 2, 1,1% sangat tidak setuju, 14,7% tidak setuju, 33,7% netral, 43,2% setuju, sisanya 7,4% menyatakan sangat setuju bahwa responden membeli busana muslim di Toko Kisa' agar menjadi bagian dari masyarakat modern. Item pertanyaan 3, 1,1% sangat tidak setuju, 16,8 % tidak setuju, 29,5% netral, 44,2% setuju, sedangkan sisanya sebanyak 8,4% menyatakan sangat setuju bahwa responden membeli busana muslim di Toko Kisa' untuk menunjukkan status sosial dalam masyarakat.

Dari uraian di atas dapat diketahui bahwa pada variabel faktor budaya masing-masing item pertanyaan dijawab dengan mayoritas netral dan setuju. Hal ini tidak sejalan dengan pengujian hipotesa satu yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor budaya dengan keputusan pembelian busana muslim di Toko Kisa' dengan ditunjukkan Nilai t hitung variabel ini adalah $-0,438$ dengan tingkat signifikan $0,662$. Nilai t tabel pada α 5%, dengan derajat kebebasan $df = 90$ adalah $1,661$. Berdasarkan kriteria uji hipotesis yaitu $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_0 diterima, maka dapat dinyatakan bahwa dengan nilai $-0,438 < 1,661$ dan dinyatakan signifikan karena $0,662 >$

0,05 sehingga hipotesis ditolak. Artinya bahwa variabel X_1 (faktor budaya) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Busana Muslim di Toko Kisa'.

Hasil pengujian faktor sosial memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap keputusan pembelian busana muslim di Toko Kisa'. Hasil pengujian yang dilakukan terbukti faktor sosial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian busana muslim. Ini ditunjukkan dengan hasil yang sesuai dengan jawaban responden pada masing-masing item pertanyaan.

Pada item pertanyaan 4, 2,1% sangat tidak setuju, 22,1% tidak setuju, 38,9% netral, 33,7% setuju, sedangkan sisanya sebanyak 3,2% menyatakan sangat setuju bahwa responden membeli Busana Muslim di Toko Kisa' karena saran dari teman. Pada item pertanyaan 5, 1,1% sangat tidak setuju, 17,8 % tidak setuju, 28,4% netral, 45,3% setuju, sedangkan sisanya sebanyak 7,4% menyatakan sangat setuju bahwa menggunakan busana muslim karena organisasi didaerah menggunakannya. Pada item pertanyaan 6, 1,1% sangat tidak setuju, 11,6 % tidak setuju, 36,8% netral, 44,2% setuju, sedangkan sisanya sebanyak 6,3% menyatakan sangat setuju bahwa responden membeli Busana Muslim di Toko Kisa' anggota keluarga pernah membelinya. Pada item pertanyaan 7, 1,1% sangat tidak setuju, 5,3% tidak setuju, 29,5% netral, 51,6% setuju, sedangkan sisanya sebanyak 12,6% menyatakan sangat setuju bahwa responden setuju membeli Busana Muslim di Toko Kisa' dengan memperhatikan merek yang populer saat ini.

Dari uraian di atas dapat diketahui bahwa pada variabel faktor sosial masing-masing item pertanyaan dijawab dengan mayoritas netral dan setuju. Hal ini tidak sejalan dengan pengujian hipotesa satu yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor sosial dengan keputusan pembelian busana muslim di Toko Kisa' dengan Nilai t hitung variabel ini adalah $-0,612$, dengan tingkat signifikan $0,542$ Nilai t tabel pada $\alpha = 5\%$, dengan derajat kebebasan $df = 90$ adalah $1,661$. Berdasarkan kriteria uji hipotesis yaitu $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak, maka dapat dinyatakan bahwa dengan nilai $-0,612 < 1,661$ dan dinyatakan tidak signifikan karena $0,542 > 0,05$ sehingga hipotesis ditolak. Artinya bahwa variabel X_2 (faktor sosial) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Busana Muslim di Toko Kisa'.

Hasil pengujian faktor pribadi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian busana muslim di Toko Kisa'. Hasil pengujian yang dilakukan terbukti faktor pribadi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian busana muslim. Ini ditunjukkan dengan hasil yang sesuai dengan jawaban responden pada masing-masing item pertanyaan.

Pada item pertanyaan 8, $5,3\%$ tidak setuju, $33,7\%$ menyatakan netral, $48,4\%$ menyatakan setuju dan $12,6\%$ menyatakan sangat setuju bahwa responden membeli Busana Muslim di Toko Kisa' karena harganya relatif terjangkau. Pada item pertanyaan 9, $1,1\%$ sangat tidak setuju, $18,9\%$ tidak setuju, $28,4\%$ netral, $44,2\%$ setuju, sedangkan sisanya sebanyak $7,4\%$ menyatakan sangat setuju bahwa responden membeli Busana Muslim karena

sudah menjadi gaya hidup masyarakat sekarang.. Pada item pertanyaan 10, 4,2 % tidak setuju, 26,3 % netral, 57,9% setuju, sedangkan sisanya sebanyak 11,6% menyatakan sangat setuju bahwa responden membeli Busana Muslim di Toko Kisa' Karena memiliki model yang menarik.

Dari uraian di atas dapat diketahui bahwa pada variabel faktor pribadi masing-masing item pertanyaan dijawab dengan mayoritas netral dan setuju. Hal ini sejalan dengan pengujian hipotesa satu yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor pribadi dengan keputusan pembelian busana muslim di Toko Kisa' dengan Nilai t hitung variabel ini adalah 2,005 dengan tingkat signifikan 0,048. Nilai t tabel pada $\alpha = 5\%$, dengan derajat kebebasan $df = 90$ adalah 1,661. Berdasarkan kriteria uji hipotesis yaitu $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak, maka dapat dinyatakan bahwa dengan nilai $2,005 > 1,661$ dan dinyatakan tidak signifikan karena $0,048 < 0,05$ sehingga hipotesis diterima. Artinya bahwa variabel X_3 (faktor pribadi) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Busana Muslim di Toko Kisa'.

Hasil pengujian faktor psikologi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian busana muslim di Toko Kisa'. Hasil pengujian yang dilakukan terbukti faktor psikologi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian busana muslim. Ini ditunjukkan dengan hasil yang sesuai dengan jawaban responden pada masing-masing item pertanyaan.

Pada item pertanyaan 11, 21,1% tidak setuju, 42,1% netral, 29,5%

setuju, sedangkan sisanya sebanyak 7,4 % menyatakan sangat setuju bahwa responden membeli Busana Muslim biar tampil lebih sopan. Pada item pertanyaan 12, 1,1% sangat tidak setuju, 5,3% tidak setuju, 27,4 % netral, 53,7% setuju, sedangkan sisanya sebanyak 12,6 % menyatakan sangat setuju bahwa membeli Busana Muslim di Toko Kisa' karena memiliki kualitas jahitan yang bagus. Pada item pertanyaan 13, 7,4% tidak setuju, 47,4% netral, 40,0% setuju, sedangkan sisanya sebanyak 5,3 % menyatakan sangat setuju bahwa responden membeli Busana Muslim di Toko Kisa' karena bahan yang digunakan mudah di setrika. Pada item pertanyaan 14, 1,1% sangat tidak setuju, 10,5% tidak setuju, 52,6% netral, 31,6% setuju, sedangkan sisanya sebanyak 4,2 % menyatakan sangat setuju bahwa responden membeli Busana Muslim di Toko Kisa' karena mengetahui dengan baik informasi mengenai kualitas produknya.

Dari uraian di atas dapat diketahui bahwa pada variabel faktor psikologi masing-masing item pertanyaan dijawab dengan mayoritas netral dan setuju. Hal ini sejalan dengan pengujian hipotesa satu yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor psikologi dengan keputusan pembelian busana muslim di Toko Kisa' dengan Nilai t hitung variabel ini adalah 4.128 dengan tingkat signifikan 0,00. Nilai t tabel pada $\alpha = 5\%$, dengan derajat kebebasan $df = 90$ adalah 1,661. Berdasarkan kriteria uji hipotesis yaitu $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_0 diterima, maka dapat dinyatakan bahwa dengan nilai $4.128 > 1,661$ dan dinyatakan signifikan karena $0,00 < 0,05$ sehingga hipotesis diterima. Artinya bahwa variabel X_4 (faktor

psikologi) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Busana Muslim di Toko Kisa'.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa berdasarkan pengujian terhadap 95 responden, faktor budaya dan faktor sosial kurang signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sedangkan faktor pribadi dan psikologi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian busana muslim. Konsumen dalam melakukan proses pembelian busana muslim di toko kisa' kurang memperhatikan kelas sosial, status sosial, dalam masyarakat sampai kelompok acuan (teman, keluarga dan organisasi masyarakat). Mereka lebih memperhatikan produk busana muslim yang ada di toko kisa' seperti model, kualitas produk sampai bahan dan jahitan busana muslim. Disamping produk, harga juga menjadi hal yang diperhatikan oleh konsumen, dari hasil observasi yang dilakukan peneliti, toko kisa' menjual produk busana muslim relatif lebih murah dengan merek dan model yang sama dengan toko lain.

Sedangkan hasil pengujian pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama dapat dijelaskan oleh nilai P Value sebesar 0.000 dimana lebih kecil dari taraf signifikansi 0.05. ini artinya variabel faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian busana muslim di toko kisa' kaliwungu kendal.