

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Deskripsi Responden

Berdasarkan dari lembar kuesioner yang sudah di sebarakan kepada responden, maka karakteristik data responden dapat terbagi menjadi beberapa bagian yaitu jenis kelamin, pendidikan terakhir, usia, pekerjaan, merupakan perokok aktif, jenis rokok yang digunakan dan lama menggunakan vape.

##### 4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan hasil dari tabulasi silang karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dan pendidikan terakhir (lihat tabel 4.1)

**Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Pendidikan Terakhir**

Jenis Kelamin	Pendidikan Terakhir				Total
	SMP atau Sederajat	SMA atau Sederajat	Akademi atau Perguruan Tinggi	Lain - lain	
Laki - laki	5 (5%)	36 (36%)	57 (57%)	0 (0%)	98 (98%)
Perempuan	0 (0%)	0 (0%)	2 (2%)	0 (0%)	2 (2%)
Total	5 (5%)	36 (36%)	59 (59%)	0 (0%)	100 (100%)

Sumber : Data primer yang diolah (2020)

dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden yang didapatkan dalam data ini adalah jenis kelamin laki-laki (98%) dan pendidikan terakhir Akademi/

Perguruan tinggi (59%). Sedangkan untuk pilihan lain-lain adalah untuk respondes yang memiliki pendidikan terakhir diluar dari qustioner.

#### 4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia

Berdasarkan hasil dari tabulasi silang karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dan Usia (tabel 4.2)

**Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia**

Jenis Kelamin	Usia				Total
	<= 20 Tahun	21-30 Tahun	31-40 Tahun	>= 40 Tahun	
Laki - laki	8 (8%)	75 (75%)	14 (14%)	1 (1%)	98 (98%)
Perempuan	0 (0%)	2 (2%)	0 (0%)	0 (0%)	2 (2%)
Total	8 (8%)	77 (77%)	14 (14%)	1 (1%)	100 (100%)

Sumber : Data primer yang diolah (2020)

Diketahui dari tabel diatas bahwa sangat sedikit responden yang memiliki jenis kelamin wanita, karena sebanyak 98% responden adalah laki-laki dan memiliki prosentase usia terbanyak yaitu 21-30 tahun sebesar 77%.

#### 4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Pekerjaan Saat Ini.

Berdasarkan hasil dari tabulasi silang karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dan pekerjaan saat ini (tabel 4.3)

**Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Pekerjaan Saat Ini**

Jenis Kelamin	Pekerjaan Saat ini				Total
	Pegawai Negeri	Pegawai Swasta	Wiraswasta	Lain - Lain	
Laki - laki	9 (9%)	33 (33%)	34 (34%)	22 (2%)	98 (98%)
Perempuan	0 (0%)	2 (2%)	0 (0%)	0 (0%)	2 (2%)
Total	9 (9%)	33 (33%)	34 (34%)	22 (22%)	100 (100%)

Sumber : Data primer yang diolah (2020)

Dilihat dari tabel diatas maka dapat disimpulkan responden terbanyak adalah berprofesi sebagai wiraswasta sebanyak 34%, paling sedikit adalah pegawai negeri sebanyak 9% dan diketahui pula sebanyak 22% responden memilih pekerjaan diluar pilihan yang dicantumkan penulis.

#### 4.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia dan Perokok Aktif.

Berdasarkan hasil dari tabulasi silang karakteristik responden berdasarkan usia dan perokok aktif (tabel 4.4).

**Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia dan Perokok Aktif**

Usia	Perokok Aktif		Total
	Ya	Tidak	
<=20 Tahun	4 (9%)	4 (4%)	8 (8%)
21-30 Tahun	65 (65%)	12 (12%)	77 (77%)
31-40 Tahun	14 (14%)	0 (0%)	14 (14%)
>=40 Tahun	1 (1%)	0 (0%)	1 (1%)
Total	84 (84%)	16 (16%)	100 (100%)

Sumber : Data primer yang diolah (2020)

dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden yang didapatkan dalam data ini adalah usia 21-30 tahun (77%) dan merupakan perokok aktif (84%). Diketahui pula responden yang memiliki umur diatas 40 tahun hanya sebesar 1% berarti hanya 1 orang responden saja.

#### **4.1.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia dan Jenis Rokok yang digunakan Saat Ini.**

Berdasarkan hasil dari tabulasi silang karakteristik responden berdasarkan usia dan jenis rokok yang digunakan saat ini (tabel 4.5) dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden yang didapatkan dalam data ini adalah usia 21-30 tahun (77%) dan menggunakan jenis rokok yang digunakan saat ini adalah keduanya (60%).

**Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia dan Jenis Rokok yang Digunakan Saat Ini.**

Usia	Jenis Rokok			Total
	Rokok Konvensional	Rokok Elektrik (Vape)	Keduanya	
<=20 Tahun	1 (9%)	4 (4%)	2 (2%)	7 (8%)
21-30 Tahun	9 (65%)	27 (12%)	39 (39%)	75 (77%)
31-40 Tahun	3 (14%)	9 (0%)	2 (2%)	14 (14%)
>=40 Tahun	1 (1%)	0 (0%)	0 (0%)	1 (1%)
Total	14 (14%)	33 (33%)	60 (60%)	97 (97%)

Sumber : Data primer yang diolah (2020)

Sedangkan diketahui dari hasil data questioner sebanyak 3% atau 3 orang responden tidak memilih jenis rokok yang berarti responden secara sengaja

maupun tidak sengaja tidak menjawab questioner atau responden memang belum pernah menggunakan jenis rokok apapun.

#### 4.1.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia dan Lama Penggunaan Vape .

Berdasarkan hasil dari tabulasi silang karakteristik responden berdasarkan usia dan lama penggunaan Vape (tabel 4.6)

**Tabel 4.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia dan Lama Penggunaan Vape**

Usia	Lama Penggunaan Vape			Total
	Kurang dari 1 tahun	Lebih dari 1 tahun	Tidak Memilih	
<=20 Tahun	2 (2%)	4 (4%)	2 (2%)	8 (8%)
21-30 Tahun	25 (25%)	42 (42%)	10 (10%)	77 (77%)
31-40 Tahun	3 (3%)	8 (8%)	3 (3%)	14 (14%)
>=40 Tahun	0 (0%)	0 (0%)	1 (1%)	1 (1%)
Total	30 (84%)	54 (16%)	16 (16%)	100 (100%)

Sumber : Data primer yang diolah (2020)

dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden yang didapatkan dalam data ini adalah usia 21-30 tahun (77%) dan lama penggunaan Vape adalah lebih dari 1 tahun (54%). Sedangkan sebanyak 16% responden tidak memilih lama penggunaan vape yang dapat diasumsikan karena responden secara sengaja maupun tidak sengaja tidak menjawab atau memang responden belum pernah menggunakan vape sama sekali.

#### 4.1.7. Karakteristik Responden Berdasarkan Perokok Aktif dan Jenis Rokok yang Digunakan saat Ini.

Berdasarkan hasil dari tabulasi silang karakteristik responden berdasarkan perokok aktif dan rokok yang digunakan saat ini (lihat tabel 4.7) dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden yang didapatkan dalam data ini adalah perokok aktif (84%) dan jenis rokok yang digunakan saat ini adalah keduanya (50%)

**Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Perokok Aktif dan Jenis Rokok yang Digunakan saat Ini.**

Perokok Aktif	Jenis Rokok yang Digunakan				Total
	Rokok Konvensional	Rokok Elektrik (Vape)	Keduanya	Tidak Memilih	
Ya	14 (14%)	21 (21%)	49 (49%)	0 (0%)	84 (84%)
Tidak	0 (0%)	12 (12%)	1 (1%)	3 (3%)	16 (16%)
Total	14 (14%)	33 (33%)	50 (50%)	3 (3%)	100 (100%)

Sumber : Data primer yang diolah (2020)

#### 4.1.8. Analisis Deskriptif Tanggapan Responden

Hasil yang didapatkan dari tanggapan responden mengenai variabel bauran pemasaran menyatakan bahwa (lihat tabel 4.8) rata-rata tertinggi (4.15) yang berarti media sosial di Vape Cartel Ungaran membantu memudahkan konsumen mendapatkan informasi. Namun beberapa responden kurang setuju dengan pernyataan harga Vape di toko Vape Cartel Ungaran murah karena memiliki nilai rata-rata paling kecil diantara pernyataan dalam variabel bauran pemasaran lainnya yaitu (3.70). Nilai rata-rata tanggapan responden terhadap variabel bauran pemasaran sebesar (3.90) yang membuktikan bahwa bauran pemasaran berpengaruh tinggi menurut rentang skala analisis deskriptif dan hal itu menunjukkan juga bahwa responden setuju pernyataan kualitas produ Vape di toko Vape Carl Ungaran bagus, Produk Vape di toko Vape Cartel Ungaran terjamin keasliannya, Harga vape di toko Vape Cartel Ungaran murah, Vape Cartel Ungaran sering memberikan potongan harga, lokasi toko Vape Cartel Ungaran mudah dijangkau oleh konsumen, produk vape di toko ini lengkap, toko

Vape Cartel Ungaran memiliki neon box yang menarik perhatian, dan media sosial di Vape Cartel Ungaran membantu memudahkan konsumen mendapatkan informasi.

**Tabel 4.8 Deskriptif Tanggapan Responden Bauran Pemasaran**

NO		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Total Skor	Rata- rata	kategori
1	Produk								
	Kualitas dari produk <i>vape</i> di toko Vape Cartel Ungaran lebih baik.	0	3	20	58	19	393	3.93	Tinggi
	Keaslian produk <i>vape</i> di toko Vape Cartel Ungaran terjamin.	0	0	19	54	27	408	4.08	Tinggi
2	Harga								
	Harga <i>vape</i> di toko Vape Cartel Ungaran murah	0	3	36	49	12	370	3.70	Tinggi
	Vape Cartel Ungaran sering memberikan potongan harga	1	7	19	55	18	382	3.82	Tinggi
3	Distribusi								
	Lokasi toko Vape Cartel Ungaran mudah dijangkau oleh konsumen.	1	9	21	46	23	381	3.81	Tinggi
	Produk <i>Vape</i> di toko ini lengkap.	0	2	27	52	19	388	3.88	Tinggi
4	Promosi								
	Toko Vape Cartel Ungaran memiliki neonbox yang menarik perhatian.	0	2	22	60	16	390	3.90	Tinggi
	Media sosial di Vape Cartel Ungaran membantu memudahkan konsumen mendapatkan informasi.	0	1	10	62	27	415	4.15	Tinggi

Sumber : Data primer yang diolah (2020)

Dibawah ini merupakan tanggapan responden mengenai variabel keputusan pembelian. Terlihat pada tabel 4.9. Rata rata dalam kedua pernyataan menunjukkan nilai yang hampir sama yaitu 4.01 untuk pernyataan pertama dan 4.05 untuk pernyataan kedua. Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa pada saat responden ingin membeli *Vape* responden akan membeli di toko Vape Cartel Ungaran dan terlebih lagi reponden setuju untuk membeli *Vape* di toko Vape Cartel Ungaran.

**Tabel 4.9 Deskriptif Tanggapan Responden Keputusan Pembelian**

NO		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	Total Skor	Rata- rata	kategori
1	Pada saat Saya ingin membeli Vape saya akan membeli di toko Vape Cartel Ungaran.	0	1	15	66	18	401	4.01	Tinggi
2	Saya tertarik membeli Vape di toko Vape Cartel Ungaran	0	0	13	69	18	405	4.05	Tinggi

Sumber : Data primer yang diolah (2020)

#### **4.2 Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis kuantitatif yang dilakukan pada penelitian ini terdiri dari Uji regresi linear berganda, uji r, uji F, dan koefisien determinasi untuk mengetahui sejauh mana variabel bauran pemasaran yang dilihat dari produk, harga, distribusi dan promosi mempengaruhi keputusan pembelian dengan hasil sebagai berikut :

##### **4.2.1 Hasil Perhitungan Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk melihat pengaruh dari bauran pemasaran yang dilihat dari produk (X1), harga (X2), distribusi (X3), promosi (X4) terhadap keputusan pembelian (Y).

**Tabel 4.10 Uji Analisa Regresi Linear Berganda dan Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)**

model	Unstandrdized coefficients		Standardized coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std Error			
<b>1 Constant</b>	<b>1.724</b>	<b>.354</b>		<b>4.876</b>	<b>.000</b>
<b>Produk</b>	<b>-.034</b>	<b>.095</b>	<b>-.039</b>	<b>-.362</b>	<b>.718</b>
<b>Harga</b>	<b>.196</b>	<b>.090</b>	<b>.245</b>	<b>2.184</b>	<b>.031</b>
<b>Distribusi</b>	<b>.228</b>	<b>.090</b>	<b>.290</b>	<b>2.519</b>	<b>0.13</b>
<b>Promosi</b>	<b>.210</b>	<b>.109</b>	<b>.218</b>	<b>1.924</b>	<b>0.57</b>

a. Dependent Variabel : keputusan\_pembelian

Sumber : Data primer yang dilah (2020)

Hasil data tersebut apabila ditulis menggunakan persamaan regresi dalam bentuk *Unstandarized coefficient* yaitu :

$$Y = 1.724 - 0.034(X1) + 0.196(X2) + 0.228(X3) + 0.210 (X4)$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

X1 = Produk

X2 = Harga

X3 = Distribusi

X4 = Promosi

Berdasarkan dari persamaan regresi yang dihasilkan dapat dilihat bahwa variabel variabel X1 yaitu produk memiliki arti nilai negatif 0.034 , variabel X2 yaitu harga memiliki arti positif 0.196, variabel X3 yaitu distribusi memiliki arti

nilai positif 0.228, dan variabel X4 yaitu promosi memiliki arti nilai positif 0.210.

#### **4.2.2 Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)**

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara parsial dari variabel bauran pemasaran yang dilihat berdasarkan produk(X1), harga(X2), distribusi(X3), dan promosi(X4) terhadap keputusan pembelian (Y).

Berdasarkan dari tabel 4.11 dapat diketahui bahwa nilai t hitung produk  $0.362 < t \text{ tabel } 1.66023$  dengan nilai signifikansi  $0.718 > 0.05$  yang berarti bahwa H0 di terima yaitu produk tidak berpengaruh dan tidak signifikan yang berarti H1 ditolak yaitu produk berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian Vape di toko Vape Cartel Ungaran, diketahui pula nilai t hitung harga  $2.184 > t \text{ tabel } 1.66023$  dengan nilai signifikansi  $0.031 < 0.05$  yang berarti bahwa H0 di tolak yaitu harga tidak berpengaruh dan signifikan yang berarti H1 diterima yaitu harga berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian Vape di toko Vape Cartel Ungaran, sedangkan nilai t hitung distribusi  $2.519 > t \text{ tabel } 1.66023$  dengan nilai signifikansi  $0.013 < 0.05$  yang berarti bahwa H0 di tolak yaitu distribusi tidak berpengaruh dan signifikan yang berarti H1 diterima yaitu distribusi berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian Vape di toko Vape Cartel Ungaran, Diketahui pula nilai t hitung promosi  $1.924 > t \text{ tabel } 1.66023$  dengan nilai signifikansi  $0.057 > 0.05$  yang berarti bahwa H0 di tolak yaitu promosi tidak berpengaruh dan signifikan yang berarti H1 diterima

yaitu ptomosi berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian Vape di toko Vape Cartel Ungaran.

#### 4.2.3 Uji F

Uji F menunjukkan bahwa variabel-variabel independen (produk,harga,distribusi dan promosi) berpengaruh bersama terhadap variabel dependen (keputusan pembelian).

**Tabel 4.12 Hasil Uji F**

Model	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regresion	10.941	4	2.735	14.287	.000 <sup>**</sup>
Residual	18.187	95	.191		
Total	29.128	99			

a. Dependent Variabel : Keputusan\_Pembelian

b. Predictors : (constant), produk, harga, distribusi, promosi

Sumber : Data primer yang diolah (2020)

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4.12 dihasilkan nilai F hitung sebesar 14.287 dan F tabel pada penelitian ini sebesar 3.94 dengan perhitungan F tabel dilakukan dengan menghitung df1 dan df2 sebagai berikut :

$$- df1 = k - 1 = 2 - 1 = 1$$

$$- df2 = n - k = 100 - 2 = 98$$

Melihat hasil F hitung > dari F tabel dengan nilai signifikansi 0.000<sup>\*\*</sup> < 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa H0 yang menyatakan Bauran pemasaran tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dalam produk Vape di toko Vape Cartel Ungaran ditolak dan H1 yang menyatakan bauran pemasaran berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dalam produk Vape di toko Vape Cartel Ungaran

diterima. Hal tersebut dapat dikatakan pula bahwa variabel bauran pemasaran yang meliputi produk(X1), harga(X2), distribusi(X3) dan promosi(X4) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk vape di toko Vape Cartel Ungaran.

#### 4.2.4 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Berikut tabel 4.13 adalah hasil uji koefisien determinasi antara bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, distribusi dan promosi terhadap keputusan pembelian.

**Tabel 4.13. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std Error of the Estimate
1	.613 <sup>**</sup>	.376	.349	.43754

a. Predictors : (Constant), Bauran pemasaran (produk,harga,distribusi,promosi)

Sumber : Data primer yang diolah (2020)

Nilai *Adjusted R Square* yang ditunjukkan pada tabel sebesar 0.349 menunjukkan bahwa variasi keputusan pembelian dipengaruhi oleh bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, distribusi dan promosi sebesar 34.9% dan sisanya yaitu sebesar 65.1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, distribusi dan promosi. Angka yang ditunjukkan tersebut bila tidak mendakati satu artinya variabel-variabel independen tidak menunjukkan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi varisi variabel dependen sehingga bauran pemasaran kurang berpengaruh.

### **4.3 Kelemahan Penelitian**

Kelemahan dari penelitian ini adalah dipilihnya responden secara acak baik itu yang sudah pernah membeli vape sebelumnya di toko Vape Cartel Ungaran, sehingga banyak responden yang merupakan customer baru dan belum memahani toko Vape Cartel Ungaran sehingga jawaban yang didapatkan kurang maksimal.

