

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Perusahaan

a. Profil Sepeda Motor Matic Nmax

Basis produksi skuter ini berada di Indonesia dan sudah diekspor ke berbagai negara sebagai model skuter global Yamaha. NMAX disukai, berkat modelnya yang cocok dengan karakter orang Bali. Seluruh varian generasi terbaru Nmax telah didukung dengan suspensi depan teleskopik dan suspensi belakang model ganda yang telah dilengkapi tabung atau subtank rear suspension. Adapun subtank rear suspension berfungsi untuk menjaga tekanan oli pada tabung yang berada di bagian shockbreaker agar tetap tinggi sehingga dapat meredam benturan saat berkendara. Selain itu, suspensi belakang All New NMAX 155 Connected ABS juga dapat disetel preloadnya dalam dua level. Level pertama diperuntukan untuk berkendara seorang diri karena bersifat lebih empuk. Sementara, level kedua untuk berkendara berdua atau berboncengan karena suspensi dibuat sedikit lebih keras untuk mencegah terjadinya bottoming. Yamaha juga memberikan kenyamanan berkendara bagi setiap pengguna Nmax seri terbaru. Hal tersebut dibuktikan melalui desain motor yang menghadirkan segitiga ergonomi dengan baik dan proporsional agar dapat menopang tubuh pengendara dengan sempurna. Dengan demikian, pengguna All New Nmax 155 Connected ABS tidak mudah lelah selama perjalanan.

Selain itu, pada posisi kaki, Yamaha memberikan dua opsi pijakan berkendara sehingga pengguna motor dapat lebih fleksibel dalam meletakkan kakinya. Pertama, di pijakan normal. Pijakan ini akan membuat kaki membentuk posisi 90 derajat. Kedua, pijakan di bagian atas untuk meluruskan posisi kaki ala motor cruiser. Pijakan ini membuat posisi berkendara jadi lebih santai dan rileks. Dari segi keamanan berkendara, kendaraan roda dua andalan Yamaha tersebut memiliki keunggulan lebih dibanding kompetitornya karena sudah dilengkapi dengan fitur Traction Control System (TCS) dan Dual Channel ABS. Fitur TCS sendiri berfungsi mencegah ban belakang kehilangan traksi atau selip saat sedang berakselerasi di permukaan jalan yang licin dengan memanfaatkan perangkat sensor yang terhubung ke Engine Control Unit (ECU).

2. Deskriptif Responden

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen Pengguna Sepeda Motor Matic Nmax Di Sidodadi dideskripsikan berdasarkan jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan tingkat umur.

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	42	64,61
Perempuan	23	35,39
Total	65	100 %

Sumber : Data diolah (2025)

Berdasarkan tabel 4.1 diperoleh bahwa mayoritas responden adalah laki-laki yaitu 42 orang atau 64,61%, sedangkan perempuan 23 orang atau 35,39%.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Jenis Pendidikan	Jumlah	Persentase
Sarjana	35	53,84
SMA/ sederajat	30	46,16
Total	65	100 %

Sumber : Data diolah (2025)

Berdasarkan tabel 4.2 diperoleh bahwa responden yang berpendidikan Sarjana yaitu 35 orang atau 53,84%. Sedangkan yang berpendidikan SMA/ sederajat yaitu 30 orang atau 46,16% .

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah	Persentase
<23 Tahun	40	61,53
>23 Tahun	25	38,47
Total	65	100 %

Sumber : Data diolah (2025)

Berdasarkan tabel 4.3 diperoleh bahwa untuk umur responden yang terbanyak adalah dibawah 23 tahun sebanyak 40 orang atau 61,53%.

3. Deskriptif Variabel Penelitian

a. Deskriptif Jawaban Responden *Trust* (X_1)

Deskriptif tentang *trust* pada Pengguna Sepeda Motor Matic Nmax Di Sidodadi dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut ini :

Tabel 4.4
Tanggapan responden tentang *trust* (X_1)

Pernyataan	Alternatif jawaban										Total	%
	SS		S		KS		TS		STS			
	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%		
1	35	53,8	30	46,2	-	-	-	-	-	-	65	100
2	39	60,0	26	40,0	-	-	-	-	-	-	65	100
3	46	70,8	19	29,2	-	-	-	-	-	-	65	100
4	39	60,0	26	40,0	-	-	-	-	-	-	65	100

Sumber : Kuesioner (data diolah),2025

Dari data diatas terlihat bahwa :

1. Pada pernyataan ke 1, terdapat 35 responden atau sebanyak 53,8% menjawab sangat setuju dan terdapat 30 responden atau sebanyak 46,2% menjawab setuju.
2. Pada pernyataan ke 2, terdapat 39 responden atau sebanyak 60,0% menjawab sangat setuju dan terdapat 26 responden atau sebanyak 40,0% menjawab setuju.

3. Pada pernyataan ke 3, terdapat 46 responden atau sebanyak 70,8% menjawab sangat setuju dan terdapat 19 responden atau sebanyak 29,2% menjawab setuju.

4. Pada pernyataan ke 4, terdapat 39 responden atau sebanyak 60,0% menjawab sangat setuju dan terdapat 26 responden atau sebanyak 40,0% menjawab setuju.

b. Deskriptif jawaban responden tentang Periklanan (X₂)

Deskriptif tentang Periklanan pada Pengguna Sepeda Motor Matic Nmax

Di Sidodadi dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut ini :

Tabel 4.5
Tanggapan responden tentang Periklanan (X₂)

Pernyataan	Alternatif jawaban										Total	%
	SS		S		KS		TS		STS			
	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%		
1	31	52,3	34	47,7	-	-	-	-	-	-	65	100
2	47	72,3	18	27,7	-	-	-	-	-	-	65	100
3	46	70,8	19	29,2	-	-	-	-	-	-	65	100

Sumber : Kuesioner (data diolah),2025

Dari data diatas terlihat bahwa :

1. Pada pernyataan ke 1, terdapat 31 responden atau sebanyak 52,3% menjawab sangat setuju dan terdapat 34 responden atau sebanyak 47,7% menjawab setuju..

2. Pada pernyataan ke 2, terdapat 47 responden atau sebanyak 72,3% menjawab sangat setuju dan terdapat 18 responden atau sebanyak 27,7% menjawab setuju.
3. Pada pernyataan ke 3, terdapat 46 responden atau sebanyak 70,8% menjawab sangat setuju dan terdapat 19 responden atau sebanyak 29,2% menjawab setuju..

c. Deskriptif jawaban responden tentang Gaya hidup (X₃)

Deskriptif tentang Gaya hidup pada Pengguna Sepeda Motor Matic Nmax

Di Sidodadi dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut ini :

Tabel 4.6
Tanggapan responden tentang Gaya hidup (X₃)

Pernyataan	Alternatif jawaban										Total	%
	SS		S		KS		TS		STS			
	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%		
1	36	55,4	28	43,1	1	1,5	-	-	-	-	65	100
2	31	47,7	32	49,2	2	3,1	-	-	-	-	65	100
3	30	46,2	30	46,2	5	7,7	-	-	-	-	65	100
4	30	46,2	30	46,2	5	7,7	-	-	-	-	65	100

Sumber : Kuesioner (data diolah),2025

Dari data diatas terlihat bahwa :

1. Pada pernyataan ke 1, terdapat 36 responden atau sebanyak 55,4% menjawab sangat setuju, terdapat 28 responden atau sebanyak 43,1% menjawab setuju, dan terdapat 1 responden atau sebanyak 1,5% menjawab setuju.

2. Pada pernyataan ke 2, terdapat 31 responden atau sebanyak 47,7% menjawab sangat setuju, terdapat 32 responden atau sebanyak 49,2% menjawab setuju, dan terdapat 2 responden atau sebanyak 3,1% menjawab setuju.
3. Pada pernyataan ke 3, terdapat 30 responden atau sebanyak 46,2% menjawab sangat setuju, terdapat 30 responden atau sebanyak 46,2% menjawab setuju, terdapat 5 responden atau sebanyak 7,7% menjawab kurang setuju
4. Pada pernyataan ke 4, terdapat 30 responden atau sebanyak 46,2% menjawab sangat setuju, terdapat 30 responden atau sebanyak 46,2% menjawab setuju, terdapat 5 responden atau sebanyak 7,7% menjawab kurang setuju

d. Deskriptif jawaban responden tentang Keputusan pembelian (Y)

Deskriptif tentang Keputusan pembelian pada Pengguna Sepeda Motor Matic Nmax Di Sidodadi dapat dilihat pada tabel 4.8 berikut ini :

Tabel 4.8
Tanggapan responden tentang Keputusan pembelian (Y)

Pernyataan	Alternatif jawaban										Total	%
	SS		S		KS		TS		STS			
	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%		
1	33	50,8	32	49,2	-	-	-	-	-	-	65	100
2	36	55,4	29	45,6	-	-	-	-	-	-	65	100
3	36	55,4	28	43,1	1	1,5	-	-	-	-	65	100
4	33	50,8	29	44,6	3	4,6	-	-	-	-	65	100

Sumber : Kuesioner (data diolah),2025

Dari data diatas terlihat bahwa :

1. Pada pernyataan ke 1, terdapat 33 responden atau sebanyak 50,8% menjawab sangat setuju, dan terdapat 32 responden atau sebanyak 49,2% menjawab setuju.
2. Pada pernyataan ke 2, terdapat 36 responden atau sebanyak 55,4% menjawab sangat setuju, dan terdapat 29 responden atau sebanyak 45,6% menjawab setuju.
3. Pada pernyataan ke 3, terdapat 36 responden atau sebanyak 55,4% menjawab sangat setuju, terdapat 28 responden atau sebanyak 43,1% menjawab setuju, terdapat 1 responden atau sebanyak 1,5% menjawab kurang setuju
4. Pada pernyataan ke 4, terdapat 33 responden atau sebanyak 50,8% menjawab sangat setuju, terdapat 29 responden atau sebanyak 44,6% menjawab setuju, terdapat 3 responden atau sebanyak 4,6% menjawab kurang setuju.

4. Analisis Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas melihat apakah dalam model regresi variabel bebas dan variabel terikat memiliki data yang berdistribusi normal atau tidak. Cara yang sering digunakan dalam uji normalitas yaitu :

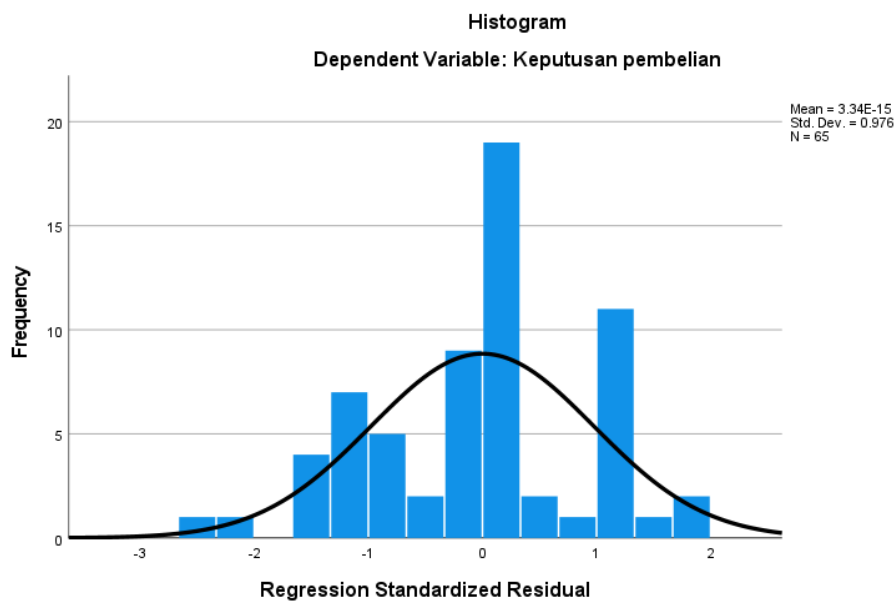
- Tampilan grafik histogram

Tampilan grafik histogram yang memberikan pola distribusi normal akan menyebar secara merata ke kiri dan kekanan.

- grafik Normal PP plot.

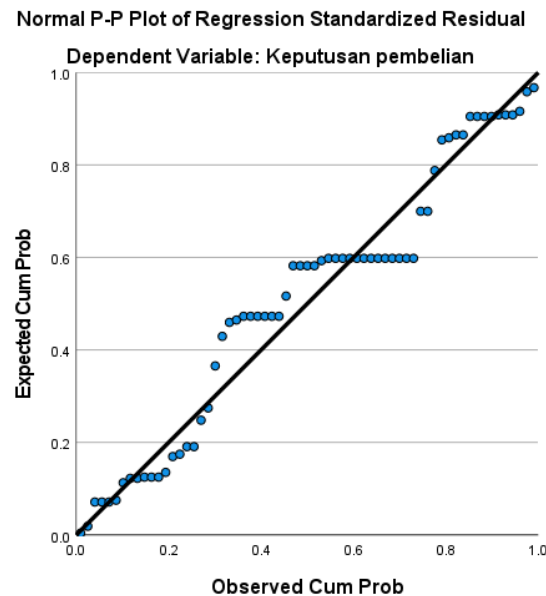
Jika Grafik Normal Plot menunjukkan bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal maka dapat disimpulkan bahwa model garis regresi memenuhi asumsi normalitas.

Berikut ini adalah grafik histogram dan grafik normal pp plot yang digunakan untuk melihat apakah model regresi bebas dan variabel terikat memiliki data yang berdistribusi normal atau tidak.



Gambar 4.2
Grafik Histogram

Tampilan grafik histogram diatas memberikan pola distribusi normal Karena menyebar secara merata kekiri dan kekanan, serta terbentuk bentuk lonceng. Hal ini menunjukkan bahwa regresi variabel bebas dan variabel terikat memiliki data yang berdistribusi normal.



Gambar 4.3

Grafik Normal P-P Plot

Pada Gambar P-P Plot diatas ini terlihat bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Dari grafik ini dapat disimpulkan bahwa model garis regresi memenuhi asumsi normalitas, Sehingga menunjukkan bahwa data berdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada tidak nya variabel independent yang memiliki kemiripan dengan variabel independent lainnya dalam satu model yang dapat menyebabkan terjadinya korelasi yang sangat kuat antara variabel independent tersebut.

Perhitungan uji independen antar variabel bebas dapat dilihat dari hasil analisis collinearity statistik.

Multikolinieritas terjadi apabila (1) nilai *tolerance* ($Tolerance > 0.10$ dan (2) *Variance inflation faktor* ($VIF < 10$). Hasil pengujian untuk uji multikolinearitas ditampilkan pada tabel berikut :

Tabel 4.9
Uji Multikolnearitas
Coefficients^a

		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Trust (X ₁)	.158	6.322
	Periklanan (X ₂)	.169	5.931
	Gaya hidup (X ₃)	.506	1.976

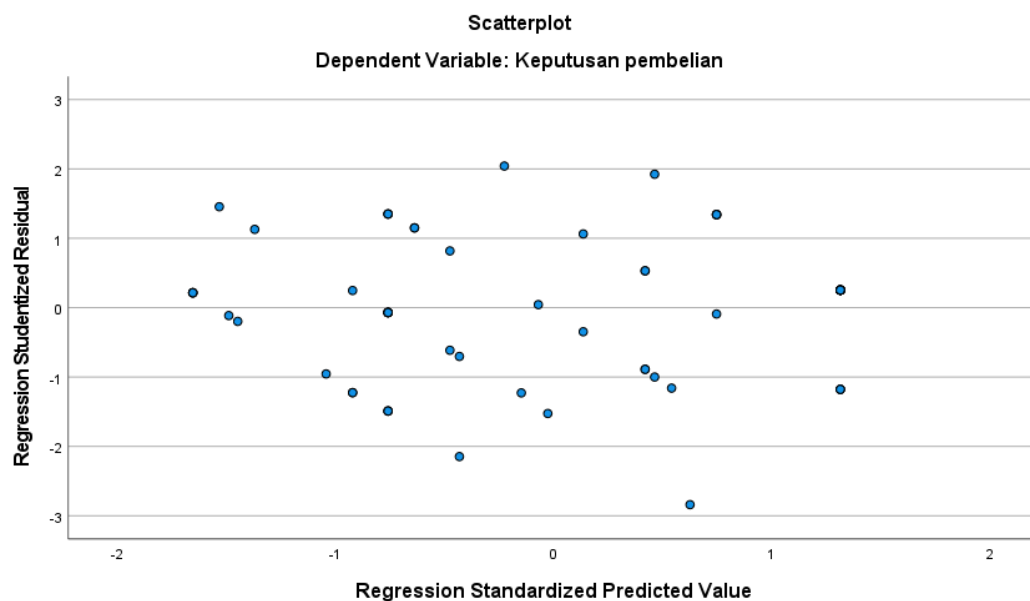
Sumber : Data Primer diolah, 2025

Tabel 4.9 di atas memperlihatkan nilai tolerance variabel *Trust* adalah 0,158 lebih besar dari 0,10 dan nilai vif sebesar 6,322 lebih kecil dari 10, nilai tolerance variabel *Periklanan* adalah 0,169 lebih besar dari 0,10 dan nilai vif sebesar 5,931 lebih kecil dari 10, nilai tolerance variabel *Gaya hidup* adalah 0,506 lebih besar dari 0,10 dan nilai vif sebesar 1,976 lebih kecil dari 10,. Hal ini berarti tidak terjadi problem multikolinearitas atau korelasi yang tinggi antar faktor yang terbentuk.

c. Uji Heteroskedaritas

Uji heteroskedaritas bertujuan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan terhadap pengamatan yang

lain. Model regresi yang baik adalah tidak mengalami gejala heteroskedaritas, dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan terhadap pengamatan yang lain, hal ini disebut homoskedasritas. Hasil pengujian heteroskedaritas dengan menggunakan metode gambar dapat dilihat pada gambar 4.4 sebagai berikut :



Gambar 4.4
Uji Heteroskedaritas

Berdasarkan Gambar 4.4 terlihat bahwa titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol,serta tidak membentuk pola. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi hipotesis penelitian ini tidak terdapat unsur heteroskedaritas.

5. Analisis Regresi Linier Berganda

a. Analisis Regresi Berganda

Tabel 4.10
Hasil Analisis Regresi Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.530	1.262		1.024	.011
	Trust (X ₁)	.355	.214	.455	3.059	.003
	Periklanan (X ₂)	.162	.216	.108	2.751	.005
	Gaya hidup (X ₃)	.380	.078	.403	4.843	.000

Sumber : data diolah dengan SPSS 27,2025

Berdasarkan Tabel 4.10 maka dapat dibuat persamaan yaitu :

$$Y = 0,530 + 0,355 (X_1) + 0,162 (X_2) + 0,380 (X_3)$$

1. Koefisien regresi trust menunjukkan hubungan positif terhadap Keputusan pembelian dengan nilai koefisien sebesar 0,355. Berarti setiap peningkatan trust sebesar 0,355 akan meningkatkan Keputusan pembelian konsumen sebesar 0,355.
2. Koefisien regresi Periklanan menunjukkan hubungan positif terhadap Keputusan pembelian dengan nilai koefisien sebesar 0,162, Berarti setiap peningkatan Periklanan sebesar 0,162 akan meningkatkan Keputusan pembelian konsumen sebesar 0,162.

3. Koefisien regresi Gaya hidup menunjukkan hubungan positif terhadap Keputusan pembelian dengan nilai koefisien sebesar 0,380. Berarti setiap peningkatan Gaya hidup sebesar 0,380 akan meningkatkan Keputusan pembelian konsumen sebesar 0,380.
4. Nilai Konstanta sebesar 0,530 menunjukkan bahwa Keputusan pembelian konsumen sebesar 0,530 tanpa adanya pengaruh dari trust, Periklanan, Gaya hidup.

b. Uji Parsial (Uji T)

Uji T dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, apakah secara parsial variabel independent memberikan pengaruh terhadap variabel dependent. Hasil uji t dapat dilihat 4.11 dibawah ini :

Tabel 4.11
Uji parsial (Uji T)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.530	1.262		1.024	.011
	Trust (X ₁)	.355	.214	.455	3.059	.003
	Periklanan (X ₂)	.162	.216	.108	2.751	.005
	Gaya hidup (X ₃)	.380	.078	.403	4.843	.000

Sumber : data diolah menggunakan SPSS 27 :2025

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan antara t_{tabel} dengan t_{hitung} .

Diketahui T_{tabel} pada distribusi $Df_1=0,05:2= 0,025$, $Df_2=n-k =65-4=61$,

sehingga t tabel dapat diketahui dengan melihat tabel t pada kolom ke 0,025 pada baris ke 61 yaitu 2,116.

Berdasarkan tabel 4.11 maka dapat dilihat bahwa :

1. Nilai t hitung untuk trust adalah sebesar 3,059, t tabel 1,986 (t hitung $>$ t tabel), dengan nilai signifikan $0,003 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Trust berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian konsumen.
2. Nilai t hitung untuk Periklanan adalah sebesar 2,751, t tabel 1,986 (t hitung $>$ t tabel), dengan nilai signifikan $0,005 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Periklanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian konsumen.
3. Nilai t hitung untuk Gaya hidup adalah sebesar 4,843, t tabel 1,986 (t hitung $>$ t tabel), dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian konsumen.

c. Uji Simultan (Uji F)

Uji f dilakukan untuk menguji secara simultan (secara bersama-sama) apakah variabel independent memberikan pada Pengguna Sepeda Motor Matic Nmax Di Sidodadi.

Tabel 4.12
Uji Simultan (F)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	114.571	3	38.190	74.709	.000 ^b
	Residual	31.182	61	.511		
	Total	145.754	64			

(Sumber : Data diolah menggunakan SPSS windows 27, 2025)

Nilai F tabel pada distribusi $Df_1=k$, $df_2=n-1-k=65-1-4=60$, sehingga dapat dilihat pada tabel F yaitu kolom ke 4 pada baris ke 60 yaitu 2,47, maka berdasarkan tabel 4.12 terlihat bahwa nilai F hitung $74,709 > 2,47$, dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, ini menunjukkan bahwa secara serempak variabel independent berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependent.

d. Koefisien Determinan

Koefisien Determinan (R^2) digunakan mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independent dalam mempengaruhi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.13
Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.887 ^a	.786	.776	.715

Sumber : data diolah dengan SPSS 27,2025

Hasil output SPSS model summary besarnya Adjusted R square adalah 0,776. Hal ini berarti 77,60% variabel independent yaitu variabel gaya hidup, Periklanan dan Gaya hidup memberikan pengaruh terhadap variabel dependent yaitu Keputusan pembelian, dan sisanya sebesar 23,40% di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti yang dapat mempengaruhi variabel keputusan pembelian seperti promosi, kenyamanan dll.

B. Pembahasan

1. Trust (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian (Y)

Koefisien regresi trust menunjukkan hubungan positif terhadap Keputusan pembelian dengan nilai koefisien sebesar 0,355. Berarti setiap peningkatan trust sebesar 0,355 akan meningkatkan Keputusan pembelian konsumen sebesar 0,355.

Nilai t hitung untuk trust adalah sebesar 3,059, t tabel 1,986 ($t_{hitung} > t_{tabel}$), dengan nilai signifikan $0,003 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Trust berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian konsumen.

Hal ini sejalan dengan Penelitian yang telah dilakukan berhubungan dengan pemasaran produk adalah penelitian yang dilakukan oleh Agung lesmana (2012) dengan judul “Pengaruh trust, dan Lingkungan kerja terhadap gaya hidup konsumen pada toko Anugrah” hasil penelitian menunjukkan bahwa :

- a) Secara parsial variabel trust berpengaruh terhadap variabel dependent, hal ini ditunjukkan dari Nilai T hitung $>$ T tabel ($2,988 > 2,042$) dengan nilai

signifikan ($0,001 < 0,05$).

- b) Secara parsial variabel Lingkungan kerja berpengaruh terhadap variabel dependent, hal ini ditunjukkan dari Nilai T hitung $>$ T tabel ($3,078 > 2,042$) dengan nilai signifikan ($0,001 < 0,05$).
- c) Secara simultan variabel independent berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependent, hal ini terlihat dari nilai F hitung $>$ F tabel.

Dan secara keseluruhan penelitian berpengaruh sebesar 65,78%.

2. Periklanan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian (Y)

Koefisien regresi Periklanan menunjukkan hubungan positif terhadap Keputusan pembelian dengan nilai koefisien sebesar 0,162. Berarti setiap peningkatan Periklanan sebesar 0,162 akan meningkatkan Keputusan pembelian konsumen sebesar 0,162.

Nilai t hitung untuk Periklanan adalah sebesar 2,751, t tabel 1,986 (t hitung $>$ t tabel), dengan nilai signifikan $0,005 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Periklanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian konsumen.

hal ini sejalan dengan Penelitian yang telah dilakukan berhubungan dengan persaingan adalah Penelitian yang dilakukan oleh Ramly (2011) dengan judul “Pengaruh persaingan dan Periklanan terhadap loyalitas pelanggan pada Pt. Bumi agung, Malang.” Hasil penelitian menunjukkan bahwa persaingan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja, dengan nilai T tabel $3,342 > 2,045$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, hal ini menunjukkan bahwa

persaingan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Periklanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja, dengan nilai T tabel $2,876 > 2,045$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, hal ini menunjukkan bahwa Periklanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

3. Gaya hidup (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian (Y)

Koefisien regresi Gaya hidup menunjukkan hubungan positif terhadap Keputusan pembelian dengan nilai koefisien sebesar 0,380. Berarti setiap peningkatan Gaya hidup sebesar 0,380 akan meningkatkan Keputusan pembelian konsumen sebesar 0,380.

Nilai t hitung untuk Gaya hidup adalah sebesar 4,843, t tabel 1,986 (t hitung $> t$ tabel), dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian konsumen.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Siti Hamida (2018) dengan judul penelitian “Pengaruh Gaya hidup dan fasilitas kerja Terhadap Gaya hidup Pada Grand Permata Hotel” hasil penelitian diperoleh hasil sebagai berikut. Secara parsial Gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Gaya hidup, dengan nilai T hitung $> T$ tabel ($3,665 > 2,042$) dan nilai signifikan $0,001 < 0,05$, fasilitas kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap Gaya hidup, dengan nilai T hitung $> T$ tabel ($4,630 > 2,042$) dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, Secara simultan variabel Gaya hidup dan fasilitas kerja berpengaruh positif

dan signifikan terhadap Gaya hidup pada grand permata hotel, hal ini diambil kesimpulan dari nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($78,388 > 3,33$) dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Hasil determinan sebesar 0,833 atau 83,30 %, hal ini berarti Gaya hidup dan fasilitas kerja memberikan pengaruh sebesar 83,30%, dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti seperti Gaya hidup, diskon, dll.

4. Gaya hidup (X_1), Periklanan (X_2), dan Gaya hidup (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian konsumen (Y)

Nilai Konstanta sebesar 0,530 menunjukkan bahwa Keputusan pembelian konsumen sebesar 0,530 tanpa adanya pengaruh dari trust, Periklanan, Gaya hidup

Nilai F tabel pada distribusi $Df_1=k$, $df_2=n-1-k=65-1-4=60$, sehingga dapat dilihat pada tabel F yaitu kolom ke 4 pada baris ke 60 yaitu 2,47, maka berdasarkan tabel 4.12 terlihat bahwa nilai F hitung $74,709 > 2,47$, dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, ini menunjukkan bahwa secara serempak variabel independent berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependent.

Hasil output SPSS model summary besarnya Adjusted R square adalah 0,776. Hal ini berarti 77,60% variabel independent yaitu variabel gaya hidup, Periklanan dan Gaya hidup memberikan pengaruh terhadap variabel dependent yaitu Keputusan pembelian, dan sisanya sebesar 23,40% di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti yang dapat mempengaruhi variabel keputusan pembelian seperti promosi, kenyamanan dll