**Hasil Uji Validitas**

| **Item** | **R hitung** | **R tabel** | **Kesimpulan** |
| --- | --- | --- | --- |
| X1.1 | 0,807 | 0,195 | Valid |
| X1.2 | 0,870 | 0,195 | Valid |
| X1.3 | 0,801 | 0,195 | Valid |
| X1.4 | 0,855 | 0,195 | Valid |
| X2.1 | 0,750 | 0,195 | Valid |
| X2.2 | 0,728 | 0,195 | Valid |
| X2.3 | 0,834 | 0,195 | Valid |
| X2.4 | 0,845 | 0,195 | Valid |
| X3.1 | 0,842 | 0,195 | Valid |
| X3.2 | 0,860 | 0,195 | Valid |
| X3.3 | 0,850 | 0,195 | Valid |
| X3.4 | 0,838 | 0,195 | Valid |
| Y.1 | 0,836 | 0,195 | Valid |
| Y.2 | 0,877 | 0,195 | Valid |
| Y.3 | 0,847 | 0,195 | Valid |
| Y.4 | 0,838 | 0,195 | Valid |

Berdasarkan hasil uji validitas di atas, diketahui bahwa setiap item pada setiap variabel memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel (0,195). Maka dapat disimpulkan bahwa instrument penelitian sudah dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian.

**Hasil Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah data yang didapatkan melalui kuesioner dapat dipercaya dan mampu mengungkapkan informasi yang sebenarnya. Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *Cronbach’ch Alpha* masing-masing variabel. Suatu variabel dapat dikatakan reliabel jika mendapatkan nilai *Cronbach’ch Alpha* lebih dari 0,60 (Ursachi, Horodnic, & Zait, 2015).Berikut hasil uji reliabilitas dari setiap variabel dalam penelitian ini:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Variabel | Alpha | Keterangan |
| X1 | 0,838 | Reliabel |
| X2 | 0,798 | Reliabel |
| X3 | 0,869 | Reliabel |
| Y | 0,871 | Reliabel |

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diatas, dapat diketahui bahwa setiap variabel instrumen penelitian berhasil mendapatkan nilai *Cronbach’ch Alpha* diatas 0.6. Sehingga dapat dikatakan kuesioner yang digunakan dalam penelitian sudah reliabel.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Coefficientsa** | | | | | | | | |
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
| B | Std. Error | Beta | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 4.037 | 1.039 |  | 3.884 | .000 |  |  |
| Media Sosial | .323 | .080 | .391 | 4.056 | .000 | .383 | 2.613 |
| Persepsi Harga | .072 | .075 | .079 | .953 | .343 | .518 | 1.931 |
| Kualitas Pelayanan | .386 | .102 | .410 | 3.781 | .000 | .302 | 3.314 |
| a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian | | | | | | | | |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Coefficientsa** | | | | |
| Model | | Collinearity Statistics | |
| Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) |  |  |
| Media Sosial | .383 | 2.613 |
| Persepsi Harga | .518 | 1.931 |
| Kualitas Pelayanan | .302 | 3.314 |
| 1. Dependent Variable: Keputusan Pembelian   **Uji Heteroskedastisitas**   |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | **Coefficientsa** | | | | | | | | Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | | B | Std. Error | Beta | | 1 | (Constant) | 3.289 | .621 |  | 5.297 | .000 | | Media Sosial | -.022 | .048 | -.070 | -.463 | .645 | | Persepsi Harga | .013 | .045 | .037 | .286 | .775 | | Kualitas Pelayanan | -.130 | .061 | -.364 | -2.136 | .035 | | a. Dependent Variable: Abs\_RES | | | | | | | | | | | |

Adanya keterbatasan penelitian dengan kuisioner online yaitu terkadang jawaban jawaban yang diberikan oleh responden tidak menunjukkan keadaan yang sesungguhnya. Responden yang kurang bersungguh-sungguh dalam menjawab setiap pertanyaan yang terdapat pada kuesioner. Beberapa responden dalam penelitian ini cenderung memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan keadaan sebenarnya seperti sekedar ikut berpartisipasi dalam pengisian kuesioner penelitian.

Penelitian yang dilakukan melalui kuisioner online memiliki keterbatasan, karena terkadang hasil yang diberikan responden tidak mencerminkan keadaan sebenarnya. Responden yang kurang bersungguh-sungguh dalam menjawab setiap pertanyaan dalam kuesioner. Beberapa responden dalam penelitian ini cenderung memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan keadaan sebenarnya, seperti hanya berpartisipasi dalam kuesioner penelitian.

**Uji Simultan (Uji F)**

Uji ini menunjukkan apakah semua variabel bebas mempunyai pengaruh secara Bersama-sama atau simultan terhadap variabel terikat. Tujuan uji F dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel bebas, Media Sosial (X1), Persepsi Harga (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y). hasil uji F ini dapat dilihat pada tabel *ANOVA* Sebagai beikut:

**Tabel 14. Hasil Uji Simultan (Uji F)**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ANOVAa** | | | | | | |
| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|  | Regression | 273.354 | 3 | 91.118 | 61.864 | .000b |
| Residual | 141.396 | 96 | 1.473 |  |  |
| Total | 414.750 | 99 |  |  |  |
| Sumber: Data diolah peneliti, 2024 | | | | | | |
|  | | | | | | |

Berdasarkan hasil uji pada tabel 14, ditemukan bahwa nilai Fhitung = 61.864, yang lebih besar dari Ftabel =2,70, nilai probabilitas atau sig sebesar 0,000 > 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan, variabel Media Sosial, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan pembelian. Oleh karena itu, hipotesis dapat diterima.

**Hasil Jawaban Responden Penelitian**

**Tabel 3**. **Jawaban responden Media Sosial**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Variabel | Indikator (Pernyataan) | N | Mean | Keterangan |
| X1.1 | Informasi mengenai jenis menu yang diberikan catering dapur bunda melalui media sosial dapat menarik perhatian saya | 100 | 4.33 | Tinggi |
| X1.2 | Berbagai informasi yang terdapat di media sosial catering dapur bunda dapat saya respon dengan baik | 100 | 4.31 | Tinggi |
| X1.3 | Saya sering membagikan pengalaman saya mengenai kelebihan dari menu catering dapur bunda melalui media sosial | 100 | 4.00 | Tinggi |
| X1.4 | Saya dapat dengan mudah menemukan informasi mengenai catering dapur bunda pada berbagai platform sosial media karena pemilik catering secara aktif membagikan informasi pada platform tersebut | 100 | 4.27 | Tinggi |
|  | ***Media Sosial Valid N (listwise)*** | 100 |  |  |

*Sumber: Output Spss data diolah peneliti, 2024*

Berdasarkan hasil jawaban diatas rata-rata responden tertinggi ada pada indikator X1.1 Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab “Informasi mengenai jenis menu yang diberikan catering dapur bunda melalui media sosial dapat menarik perhatian saya”.

**Tabel 4**. **Jawaban responden Persepsi Harga**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Variabel | Indikator (Pernyataan) | N | Mean | Keterangan |
| X2.1 | Catering dapur bunda harganya terjangkau | 100 | 4.37 | Tinggi |
| X2.2 | Pelanggan dapat melakukanan transaksi pembayaran dengan menggunakan uang tunai juga uang elektronik | 100 | 4.27 | Tinggi |
| X2.3 | Catering dapur bunda memberikan potongan harga saat pelanggan melakukan pembelian dalam jumlah tertentu | 100 | 4.23 | Tinggi |
| X2.4 | Harga jasa yang ditawarkan catering dapur bunda memiliki daya saing dengan harga yang ditawarkan pesaing. | 100 | 4.26 | Tinggi |
|  | ***Persepsi Harga Valid N (listwise)*** | 100 |  |  |

*Sumber: Output Spss data diolah peneliti, 2024*

Berdasarkan hasil jawaban diatas rata-rata responden tertinggi pada indikator X2.1. hal ini menunjukkan bahwa mayoritas renponden menjawab “Catering dapur bunda harganya terjangkau”.

**Tabel 5**. **Jawaban responden Kualitas Pelayanan**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Variabel | Indikator (Pernyataan) | N | Mean | Keterangan |
| X3.1 | Saya merasa bahwa karyawan catering dapur bunda selalu memberikan informasi yang jelas kepada pelanggan | 100 | 4.32 | Tinggi |
| X3.2 | Saya merasa bahwa karyawan catering dapur bunda menyajikan pelayanan yang tepat dan dapat diandalkan | 100 | 4.30 | Tinggi |
| X3.3 | Saya merasa bahwa karyawan catering dapur bunda memberikan respon dengan cepat pada keluhan pelanggan | 100 | 4.26 | Tinggi |
| X3.4 | Saya merasa bahwa karyawan catering dapur bunda memiliki pengetahuan dan kemampuan untuk memberikan pelayanan jasa yang prima | 100 | 4.25 | Tinggi |
|  | ***Kualitas Pelayanan Valid N (listwise)*** | 100 |  |  |

*Sumber: Output Spss data diolah peneliti, 2024*

Berdasarkan hasil diatas, rata-rata jawaban tertinggi berada pada indikator X3.1 Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab “Saya merasa bahwa karyawan catering dapur bunda selalu memberikan informasi yang jelas kepada pelanggan”.

**Tabel 6**. **Jawaban responden Keputusan Pembelian**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Variabel | Indikator (Pernyataan) | N | Mean | Keterangan |
| Y.1 | Saya memutuskan membeli di catering dapur bunda karena jasa yang ditawarkan sesuai dengan kebutuan saya. | 100 | 4.32 | Tinggi |
| Y.2 | Saya memutuskan membeli di catering dapur bunda karena merasakan manfaatnya. | 100 | 4.25 | Tinggi |
| Y.3 | Saya melakukan pembelian di catering dapur bunda karena kualitas jasa yang diberikan sesuai dengan preferensi yang saya harapkan | 100 | 4.35 | Tinggi |
| Y.4 | Saya melakukan pembelian di catering dapur bunda dimasa yang akan datang merupakan ide yang sangat baik. (Merasa sudah cocok dengan masakan catering dapur bunda membuat pelanggan melakukan pembelian berulang) | 100 | 4.43 | Tinggi |
|  | ***Keputusan Pembelian Valid N (listwise)*** | 100 |  |  |

*Sumber: Output Spss data diolah peneliti, 2024*

Berdasarkan hasil jawaban rata-rata diatas yang tertinggi pada indikator Y.3 yang dimana hal ini menunjukkan bahwa moyoritas responden menjawab “Saya melakukan pembelian di catering dapur bunda karena kualitas jasa yang diberikan sesuai dengan preferensi yang saya harapkan”.