

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

Chandra Super Store merupakan salah satu pusat perbelanjaan yang telah tersebar di berbagai kota. Chandra menjual berbagai produk dan merek mulai dari produk pangan, sandang, dan papan. Perusahaan ini berdiri di Lampung pada tanggal 18 Maret 1984 yang mulanya berdiri di Jl. Ikan Bawal 33, Teluk Betung, Bandar Lampung. Kini Chandra telah melebarkan sayapnya dengan membuka cabang di beberapa kabupaten seperti metro, tanjung karang, bandar jaya, dan pringsewu.

4.2 Uji Validitas

Pengukuran validitas dilakukan per variabel melalui analisis faktor dengan bantuan SPSS 20.0. Berdasarkan penghitungan dengan SPSS 20.0 seperti yang tercantum dengan data diolah dari lampiran 3, hasil model analisis faktor menunjukkan bahwa dengan signifikansi dibawah 0,05 dan *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) serta *Measure of Sampling Adequacy* (MSA) minimal 0.5 dinyatakan valid dan sampel bisa di teliti lebih lanjut ,Santoso (2002:101) dengan rincian adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1

Hasil Uji Validitas

Variabel	No Item	<i>Anti Image Correlation</i> 0,5	K-M-O Measure Of Sampling Adequacy.	Keterangan (> 0,50 = Valid)
Metode Pembayaran (X ₁)	1	0.794	0,791	Valid
	2	0.753		
	3	0.823		
	4	0.808		
Keanekaragaman Produk (X ₂)	1	0.737	0,728	Valid
	2	0.719		
	3	0.709		
	4	0.762		
Niat Beli (Y)	1	0.500	0,500	Valid
	2	0.500		

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2014

Berdasarkan Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas instrumen menggunakan 30 responden (n) seluruh jumlah item yang terbentuk dinyatakan valid, karena r hitung > r tabel.

4.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menggunakan koefisien *Croanbach's Alpa* dengan bantuan SPSS 20.0. Pengujian reliabilitas dilakukan dalam tahapan yaitu dengan membandingkan nilai pada *Croanbach's Alpa* dengan nilai pada *Croanbach's Alpa if item deleted*. Apabila ada pernyataan yang memiliki nilai *Croanbach's Alpa if item deleted* lebih besar dari pada *Croanbach's Alpa* maka pernyataan

tersebut tidak reliabel dan harus dilakukan pengujian selanjutnya sehingga tidak ada pernyataan yang memiliki nilai *Croanbach's Alpa if item deleted* yang lebih besar dari *Croanbach's Alpa*.

Uji reliabilitas dilakukan terhadap 30 responden pengguna *Smartphone* Apple Iphone. Hasil uji realibilitas dengan nilai *Croanbach's Alpa* > 0.5 = Reliabel

Tabel 4.2

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Item	Alpha Cronbach If Item Deleted	Alpha Cronbach	Keputusan
Metode Pembayaran (X_1)	1	0.796	0.824	Reliabel. Alpha Cronbach $>$ Alpha Cronbach If Item Deleted
	2	0.762		
	3	0.783		
	4	0.793		
Keanekaragaman Produk (X_2)	1	0.759	0.781	Reliabel. Alpha Cronbach $>$ Alpha Cronbach If Item Deleted
	2	0.742		
	3	0.731		
	4	0.755		
Niat Beli (Y)	1	0.845	0.882	Reliabel. Alpha Cronbach $>$ Alpha Cronbach If Item Deleted
	2	0.875		

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Tabel 4.2 menunjukkan nilai *Croanbach Alpha* lebih besar dari 0,5 dan nilai *Croanbach's Alpha if Item Deleted* tidak melebihi nilai *Croanbach Alpha*.

Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan instrument dalam penelitian ini Reliabel.

4.4 Analisis Kualitatif

4.4.1 Hasil Analisis Profil Responden

1. Jenis Kelamin

Tabel 4.3

Persentase Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin Responden	Jumlah	Persentase (%)
Laki-laki	24 Orang	24%
Perempuan	76 Orang	76%
Total	100 Orang	100%

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2014

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa sebesar 24% responden adalah laki-laki dan 76% adalah perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa perempuan lebih sering berbelanja barang elektronik.

2. Usia

Tabel 4.4

Persentase Berdasarkan Usia Responden

Usia Responden	Jumlah	Persentase (%)
17-25	1 Orang	1%
25-30	17 Orang	17%
30-35	14 Orang	14%
>35	68 Orang	68%
Total	100 Orang	100%

Sumber: data diolah oleh peneliti, 2014.

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa responden dengan rentang usia >35 tahun adalah yang paling banyak berbelanja barang elektronik dengan persentase sebesar 68% atau sebanyak 68 responden dari total keseluruhan responden.

3. Pekerjaan Responden

Tabel 4.5

Persentase Berdasarkan Pekerjaan Responden

Pekerjaan Responden	Jumlah	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	1 Orang	1%
Pegawai Negeri/Karyawan Swasta	68 Orang	68%
Wiraswasta	32 Orang	32%
Lainnya	0 orang	0%
Total	100	100%

Sumber: Data diolah oleh Peneliti, 2014.

Berdasarkan Tabel 4.3 pekerjaan responden yang paling dominan adalah pegawai negeri/karyawan swasta yaitu sebesar 68%, hal ini dikarenakan mayoritas yang membeli barang elektronik adalah responden yang telah memiliki penghasilan per-bulan.

Tabel 4.6

Persentase Berdasarkan Penghasilan Per-Bulan

Penghasilan Per-Bulan Responden	Jumlah	Persentase (%)
< 1 Juta	0 Orang	0 %
1-2 Juta	1 Orang	1 %
2-3 Juta	43 Orang	43 %
> 3 Juta	56 Orang	56 %
Total	100 Orang	100%

Sumber: Data diolah oleh Peneliti, 2014

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat dilihat bahwa penghasilan responden didominasi lebih dari Rp3.000.000 yakni 56% dari total keseluruhan 100%. Hal ini dikarenakan sebagian besar responden adalah yang telah memiliki penghasilan per-bulan yang lebih dari cukup.

4.5 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden

Berdasarkan pengumpulan data tentang pengaruh metode pembayaran dan keanekaragaman produk terhadap niat beli konsumen barang elektronik di Chandra Departement Store Bandar Lampung.

4.5.1 Variabel Metode Pembayaran

Indikator:

1. Tempat pembayaran banyak
2. Lembaga pembayaran handal
3. Syarat pembelian mudah
4. Kemudahan dengan cicilan

Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Tempat Pembayaran Banyak

	No	Skala Alternatif	Jumlah Responden	Persentase(%)
Pernyataan 1	1	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%
	2	Tidak Setuju	1 Orang	1%
	3	Netral	9 Orang	9%
	4	Setuju	54 Orang	54%
	5	Sangat Setuju	36 Orang	36%
			Total	100 Orang

Sumber: Data Diolah oleh Peneliti, 2014

Berdasarkan Tabel 4.7 Kuesioner XI kemudahan dengan cicilan, didapatkan kesimpulan bahwa responden setuju kalau pembayaran cicilan mempermudah pembelian produk elektronik di Chandra Superstore, dengan memperoleh hasil perhitungan persentase mayoritas 54% pada skala alternative setuju dari total 100%.

Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Lembaga Pembayaran Yang Handal

	No	Skala Alternatif	Jumlah Responden	Persentase(%)
Pernyataan 2	1	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%
	2	Tidak Setuju	4 Orang	4%
	3	Netral	10 Orang	10%
	4	Setuju	43 Orang	43%
	5	Sangat Setuju	43 Orang	43%
			Total	100 Orang

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2014.

Berdasarkan Tabel 4.6 indikator lembaga pembayaran yang handal disimpulkan bahwa responden setuju dan sangat setuju kalau lembaga

pembayaran produk elektronik di Chandra dalam pembelian barang elektronik yang dijual adalah handal. Dapat dilihat dari hasil perhitungan yaitu 43%.

Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Syarat Pembelian Mudah

Pernyataan 3	No	Skala Alternatif	Jumlah Responden	Persentase(%)
	1	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%
	2	Tidak Setuju	4 Orang	4%
	3	Netral	10 Orang	10%
	4	Setuju	40 Orang	40%
	5	Sangat Setuju	46 Orang	46%
		Total	100 Orang	100%

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2014.

Berdasarkan Tabel 4.7 X1 indikator syarat pembelian mudah, didapatkan bahwa responden mayoritas menyatakan sangat setuju dengan persentase 46% dari total keseluruhan 100% bahwa syarat pembelian produk elektronik di Chandra mudah.

Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai Kemudahan Dengan Cicilan

Pernyataan 4	No	Skala Alternatif	Jumlah Responden	Persentase(%)
	1	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%
	2	Tidak Setuju	0 Orang	0%
	3	Netral	13 Orang	13%
	4	Setuju	40 Orang	40%
	5	Sangat Setuju	47 Orang	47%
		Total	100 Orang	100%

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2014.

Berdasarkan Tabel 4.10 X1 indikator tempat pembayaran banyak, dapat disimpulkan bahwa responden menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa Tempat pembayaran produk elektronik Chandra tersedia banyak, dapat dilihat dari hasil perhitungan yaitu memperoleh 40% dan 47% dari total 100% keseluruhan.

4.5.2 Variabel Keanekaragaman Produk

Indikator:

1. Penjelasan detail produk
2. Kelengkapan variasi warna
3. Ketersediaan berbagai merek produk
4. Tersedianya produk dalam berbagai ukuran

Tabel 4.11 Tanggapan Responden Mengenai Penjelasan Detail Produk

	No	Skala Alternatif	Jumlah Responden	Persentase(%)
Pernyataan 1	1	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%
	2	Tidak Setuju	1 Orang	1%
	3	Netral	13 Orang	13%
	4	Setuju	50 Orang	50%
	5	Sangat Setuju	36 Orang	36%
			Total	100 Orang

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2014.

Berdasarkan Tabel 4.11 X2 indikator penjelasan detail produk, dapat disimpulkan bahwa responden menyatakan setuju apabila terdapat penjelasan

detail pada produk elektronik yang ditawarkan di Chandra. Dapat dilihat dari hasil perhitungan persentase yaitu 50% total keseluruhan 100%.

Tabel 4.12

Tanggapan Responden Mengenai Kelengkapan Variasi Warna

	No	Skala Alternatif	Jumlah Responden	Persentase(%)
Pernyataan 2	1	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%
	2	Tidak Setuju	0 Orang	0%
	3	Netral	10 Orang	10%
	4	Setuju	45 Orang	45%
	5	Sangat Setuju	45 Orang	45%
			Total	100 Orang

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2014.

Berdasarkan Tabel 4.12 X2 indikator kelengkapan variasi warna, dapat disimpulkan bahwa responden menyatakan setuju dengan kelengkapan variasi merek produk elektronik di Chandra. Hal ini dapat dilihat dari hasil perhitungan persentase mayoritas terdapat pada skala alternatif setuju dan sangat setuju dengan 45% dan dari total perhitungan 100%.

Tabel 4.13 Tanggapan Responden Mengenai Ketersediaan Berbagai Merek Produk

Pernyataan 3	No	Skala Alternatif	Jumlah Responden	Persentase(%)
	1	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%
	2	Tidak Setuju	1 Orang	1%
	3	Netral	9 Orang	9%
	4	Setuju	47 Orang	47%
	5	Sangat Setuju	43 Orang	43%
		Total	100 Orang	100%

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2014.

Bedasarkan Tabel 4.13 X2 indikator ketersediaan berbagai merek produk, maka dapat disimpulkan bahwa responden menyatakan setuju apabila dikatakan pilihan variasi ukuran produk elektronik di Chandra lengkap. hal tersebut dapat dilihat dari hasil perhitungan persentase dimana mayoritas terdapat pada skala alternatif setuju dengan 47% dari total perhitungan keseluruhan yaitu 100%.

Tabel 4.14

Tanggapan Responden Mengenai Tersedianya Produk Dalam Berbagai Ukuran

Pernyataan 4	No	Skala Alternatif	Jumlah Responden	Persentase(%)
	1	Sangat Tidak Setuju	0 Orang	0%
	2	Tidak Setuju	1 Orang	1%
	3	Netral	10 Orang	10%
	4	Setuju	39 Orang	39%
	5	Sangat Setuju	50 Orang	50%
		Total	100 Orang	100%

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2014.

Berdasarkan Tabel 4.14 X2 indikator tersedianya produk dalam berbagai ukuran, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju apabila dikatakan terdapat pilihan variasi ukuran produk elektronik yang lengkap di Chandra. Skala alternative sangat setuju mendapat 50% dari total keseluruhan perhitungan 100%.

4.5.3 Rekapitulasi Jawaban Responden

Tabel 4.15 Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden

Variabel	Pernyataan	Frekuensi Jawaban					Skor Jawaban					Jumlah	Keterangan
		sts	ts	n	s	Ss	sts	ts	n	s	ss		
Metode Pembayaran	1	0	1	9	54	36	0	2	27	216	180	425	Sangat baik
	2	0	4	10	43	43	0	8	30	172	215	425	Sangat baik
	3	0	4	10	40	46	0	8	30	160	230	428	Sangat baik
	4	0	0	13	40	47	0	0	39	160	235	434	Sangat baik
Jumlah Skor Variabel											1.712		
Keanekaragaman Produk	1	0	1	13	50	36	0	2	39	200	180	421	Sangat baik
	2	0	0	10	45	45	0	0	30	180	225	435	Sangat baik
	3	0	1	9	47	43	0	2	27	108	215	352	Baik
	4	0	1	10	39	50	0	2	30	156	250	438	Sangat baik
Jumlah Skor Variabel											1.646		

Berdasarkan hasil rekapitulasi pada tabel 4.15 disimpulkan bahwa skor terbesar pada variabel metode pembayaran (X1) adalah pernyataan 4 (indikator kemudahan dengan cicilan) dengan skor 434 sedangkan skor terbesar kedua adalah pernyataan 3 (indikator syarat pembelian mudah) dengan skor 428, dan skor terbesar ketiga adalah pernyataan 1 dan 2 (indikator tempat pembayaran yang banyak dan lembaga pembayaran handal) dengan skor 425.

Sementara pada variabel keanekaragaman produk (X2) terlihat bahwa skor terbesar adalah pada pernyataan 4 (indikator tersedianya produk dalam berbagai ukuran) dengan skor 438, sedangkan skor terbesar kedua adalah pernyataan 2 (indikator kelengkapan variasi warna) dengan skor 435.

Masing-masing variabel memiliki indikator skor tertinggi, sedangkan bila dilihat dari skor tertinggi dari kedua variabel adalah variabel keanekaragaman produk dengan skor 422, hal ini menunjukkan bahwa variabel keanekaragaman produk pada indikator kualitas produk dan kemudahan pembelian produk merupakan variabel yang paling mempengaruhi niat beli konsumen barang elektronik. Seperti pada penelitian terdahulu oleh

4.5.4 Rata-rata Skor masing-masing Variabel (X)

Tabel 4.16 Hasil Rata-rata masing-masing Variabel X

Variabel X	Rata-rata Skor	Keterangan
X1	428	Sangat Baik
X2	411,5	Sangat baik

Sumber: 2013, lampiran 5

Tabel 4.16 menunjukkan hasil rata-rata masing-masing variabel berdasarkan variabel skor. Skor variabel ini digunakan untuk melihat seberapa besar respon dari responden terhadap variabel penelitian. Variabel yang memiliki pengaruh paling besar adalah metode pembayaran (X1) dengan total skor 428, kemudian keanekaragaman produk (X2) dengan total skor 411,5. Dapat disimpulkan bahwa metode pembayaran merupakan variabel yang paling signifikan pengaruhnya dalam niat beli konsumen barang elektronik.

4.5.5 Tanggapan Tentang Niat Beli (Y)

Indikator:

1. Setelah mengetahui kemudahan dengan cicilan, konsumen akan berniat membeli produk elektronik di Chandra Super Store
2. Setelah mengetahui keanekaragaman produk elektronik, konsumen akan berniat membeli produk elektronik di Chandra Super Store

Tabel 4.17

Hasil Pehitungan Kuesioner Variabel Y

Indikator	Jmlh Skor					Total Nilai
	STS	TS	N	S	SS	
Y1	-	1	15	45	39	422
Y2	-	-	17	49	34	417
Total						419,5

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2014.

Tabel 4.17 menunjukkan hasil pernyataan konsumen untuk Y1 niat transaksional menunjukkan 1% menyatakan tidak setuju, 15% menyatakan

netral, 45% menyatakan setuju dan 39% menyatakan sangat setuju. Dari hasil tersebut bahwa mayoritas responden setuju bahwa Y1 yaitu setelah mengetahui kemudahan dengan cicilan, konsumen akan berniat membeli produk elektronik di Chandra Super Store yang berpengaruh pada niat beli responden. Sedangkan untuk Y2 memperoleh, 17% netral, 49% setuju, 34% sangat setuju. Dari hasil tersebut dapat dikatakan bahwa responden setuju bahwa Y2 yaitu setelah mengetahui keanekaragaman produk elektronik pada Chandra maka konsumen akan berniat membeli produk elektronik di Chandra Super Store yang mempengaruhi niat beli konsumen.

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa indikator Y yang paling berpengaruh terhadap niat beli konsumen adalah Y1 dengan memperoleh total skor 422 dibanding Y2 dengan skor 417.

4.6 Analisis Kuantitatif

Untuk mengetahui pengaruh metode pembayaran dan keanekaragaman produk konsumen terhadap niat beli konsumen barang elektronik di Chandra maka digunakan pendekatan alat Analisis Regresi Linier Berganda. Untuk n sebesar 100 dengan tingkat keyakinan sebesar 95% atau $\alpha = 0,05$

4.6.1 Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 4.18 Analisis Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,809 ^a	,655	,647	,664

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber :data diolah oleh peneliti, 2014

Tabel 4.18 menunjukkan pengaruh faktor metode pembayaran dan keanekaragaman produk yang mempengaruhi niat beli barang elektronik pada Chandra sebesar $R^2 = 0.655$ hal ini berarti sumbangan variabel faktor-faktor X mempengaruhi setiap variabel (Y) sebesar 65,5%,.

Rumus Regresi Linier Berganda:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 +$$

Dari persamaan rumus Regresi Linier Berganda diatas diperoleh

$$Y = Y = 1,584 + 0.250 X_1 + 0.330 X_2 + e$$

4.6.2 Uji F (Uji Koefisien Regresi secara Simultan)

Uji hipotesis secara menyeluruh digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat dengan menggunakan uji F

(uji *Fisher*) pada tingkat kepercayaan 95% atau dengan nilai $\alpha = 5\%$ serta menggunakan derajat kebebasan *df* (*degree Freedom*).

$$Df1 = (\text{Jumlah Variabel} - 1) = 3 - 1 = 2$$

$$Df2 = n - k - 1 = 100 - 2 - 1 = 97$$

diperoleh nilai *F* Tabel $(0,05;2;97) = 2.70$

dimana:

n = jumlah responden

k = jumlah variabel bebas (X)

Tabel 4.19

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	81,029	2	40,514	91,904	,000 ^b
	Residual	42,761	97	,441		
	Total	123,790	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: data diolah oleh peneltii, 2014 (lampiran vi)

Pernyataan Hipotesis:

$H_0 : b_1 = b_2 = 0$ (Variabel X tidak ada pengaruhnya terhadap variabel Y)

$H_a : b_1 = b_2 > 0$ (Variabel X berpengaruh terhadap variabel Y)

Dengan kriteria :

Ho diterima dan Ha ditolak bila $F_{hitung} < F_{tabel}$

Ho ditolak dan Ha diterima bila $F_{hitung} > F_{tabel}$

$F_{tabel} = 2,70$

$F_{hitung} = 91,904$

Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($91,904 > 2,70$) maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya ada pengaruh secara signifikan antara metode pembayaran dan keanekaragaman produk terhadap niat beli konsumen barang elektronik di Chandra.

4.6.3 Uji t (Uji Koefisien Regresi Secara Parsial)

Uji hipotesis secara parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh secara signifikan masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial dengan menggunakan uji t pada tingkat kepercayaan 95% atau nilai = 5% serta menggunakan derajat kebebasan df (*degree freedom*)

$$df = n - k - 1 = 100 - 3 - 1 = 96$$

diperoleh nilai t Tabel (0.05;96) = 1.661

**Tabel 4.20 Hasil Uji t
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,584	,741		2,138	,035
1 X1	,250	,036	,431	6,845	,000
X2	,330	,037	,561	8,904	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data diolah oleh peneliti

Pernyataan Hipotesis:

Ho : Secara parsial tidak ada pengaruh signifikan variabel X terhadap variabel Y

Ha : Secara parsial ada pengaruh signifikan variabel X terhadap variabel Y

Dengan kriteria:

Ho diterima dan Ha ditolak bila t hitung > t tabel

Ho ditolak dan Ha diterima bila t hitung < t tabel

Tabel 4.21

Uji Hipotesis Pengaruh Variabel X Terhadap Variabel Y

Variabel Bebas	t hitung	t table	Kesimpulan Ha
Metode Pembayaran (X ₁)	6,845	1,661	Diterima
Keanekaragaman Produk (X ₂)	8,904	1,661	Diterima

Sumber: diolah oleh peneliti, 2014

Dari tabel diatas diketahui bahwa nilai t hitung pada variabel metode pembayaran (X1) dan keanekaragaman produk (X2), lebih besar dari t tabel yaitu 1,661. Hal ini berarti variabel metode pembayaran dan keanekaragaman produk memiliki pengaruh yang positif terhadap niat beli barang elektronik di Chandra sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak.

4.7 Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil uji F didapatkan hasil bahwa variabel *metode pembayaran* yang terdiri dari *kemudahan dengan cicilan, lembaga pembayaran yang handal, syarat pembelian mudah dan tempat pembayaran banyak* serta variabel *keanekaragaman produk* yang terdiri dari *penjelasan detail produk, kelengkapan variasi warna, ketersediaan berbagai merek, dan tersedianya produk dalam berbagai ukuran* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap niat beli konsumen, sehingga dengan demikian hipotesis simultan dari penelitian ini diterima. Sedangkan berdasarkan hasil uji t didapatkan hasil bahwa variabel *metode pembayaran* dan *keanekaragaman produk* secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap niat beli konsumen. Sehingga dengan demikian hipotesis parsial dari penelitian ini adalah diterima.

Berdasarkan hasil analisis kualitatif dan kuantitatif yang telah dilakukan, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Metode Pembayaran (X1) berpengaruh positif terhadap niat beli (Y) dengan nilai koefisien sebesar 0,431 dan hasil analisis uji t yang menunjukkan nilai t hitung $6,845 >$ nilai t tabel 1,661. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan mengetahui metode pembayaran yang ditawarkan yaitu dengan angsuran maka akan tercipta niat beli pada konsumen Chandra Super Store.
2. Keanekaragaman Produk (X2) berpengaruh positif terhadap niat beli (Y) dengan nilai koefisien sebesar 0,561 dan dan hasil analisis uji t yang menunjukkan nilai t hitung $8,904 >$ nilai t tabel 1,661. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan bahwa konsumen menyukai adanya keanekaragaman produk elektronik pada Chandra Super Store seperti pilihan merek, warna, ukuran, dan penjelasan detail produk.