

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran umum Alfamart Ulak Kemang

1. Profil Umum Alfamart Ulak Kemang

Alfamart Ulak Kemang Merupakan Toko yang bergerak di bidang sembako,dan perlengkapan, berdiri pada Tgl. 30 Desember 2012, yang berlokasi di Jl. Raya Pampangan RT.07 RW.03 Desa. Ulak Kemang Kecamatan. Pampangan Kabupaten. Ogan Komering Ilir.

2. Sejarah Singkat Alfamart Ulak Kemang

Alfamart Ulak Kemang ini merupakan salah satu toko yang menjual produk yang terbilang lengkap karena di Alfamart ini menjual produk sembako, makanan dan minuman ringan, produk kecantikan, produk kebutuhan sehari-hari,produk elektronik seperti charge Hanphone yang terjangkau, barang pecah belah serta produk multilevel marketing. Dari segi kelengkapan produk yang ditawarkan, alfamart memiliki keunggulan dibanding tempat penjualan lainnya yang sejenis. Di alfamart ini juga memiliki keunggulan yaitu apabila stok barangnya sudah hampir habis, maka karyawan yang ada di alfamart ini sudah mempersiapkannya.

B. Karakteristik Responden

Berikut ini data responden berdasarkan usia dalam penelitian ini yang dijelaskan dalam tabel 4.1 sebagai berikut:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Table.4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
16-20 Tahun	19	1,8%
21-25 Tahun	36	14,5%
26-30 Tahun	38	27,8%
31-35 Tahun	35	10,9%
36-40 Tahun	21	29,6%
>40 Tahun	16	15,1%
Jumlah	165	100%

Sumber : Data primer yang diolah 2020

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut ini data responden berdasarkan Jenis Kelamin dalam penelitian ini yang dijelaskan dalam tabel 4.2 sebagai berikut:

Table 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Usia	Frekuensi	Persentase
16-20 Tahun	25	1,8%
21-25 Tahun	46	14,5%
26-30 Tahun	24	27,8%

31-35 Tahun	49	10,9%
36-40 Tahun	18	29,6%
>40 Tahun	3	15,1%
Jumlah	165	100%

Sumber : Data primer yang diolah 2020

C. Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keabsahan suatu alat ukur. Validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel.

Dalam uji validitas dilakukan uji signifikan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . Dalam hal ini *degree of freedom* (df) = n-k, sedangkan n adalah jumlah sample dan k jumlah konstruk. Pada penelitian ini besarnya df dapat dihitung yaitu n = 165 jadi df = 165-2, hasilnya df = 163. Dengan alpha 0,05 di dapat r_{tabel} 0,1528. Jika r_{hitung} (untuk tiap pernyataan dapat dilihat pada kolom *corrected item pertanyaan total correlation*) > dari r_{tabel} dan nilai r positif, maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.

Tabel.4.3

HASIL UJI VALIDITAS

variabel	Item pertanyaan	Corrected item total correlation	R_{tabel}	ket
----------	-----------------	----------------------------------	-------------	-----

Faktor Budaya	1	0,125	0,1528	Valid
	2	0,171	0,1528	Valid
	3	0,177	0,1528	Valid
	4	-0,003	0,1528	Valid
	5	-0,159	0,1528	Valid
	6	-0,013	0,1528	Valid
	7	0,187	0,1528	Valid
Faktor Pribadi	1	0,194	0,1528	Valid
	2	0,136	0,1528	Valid
	3	0,192	0,1528	Valid
	4	0,175	0,1528	Valid
	5	0,174	0,1528	Valid
	6	0,156	0,1528	Valid
	7	0,191	0,1528	Valid
Faktor Sosial	1	0,013	0,1528	Valid
	2	0,065	0,1528	Valid
	3	0,165	0,1528	Valid
	4	0,047	0,1528	Valid
	5	0,355	0,1528	Valid
	6	0,286	0,1528	Valid
	7	0,264	0,1528	Valid
Keputusan Pembelian	1	0,265	0,1528	Valid
	2	0,186	0,1528	Valid
	3	0,248	0,1528	Valid
	4	0,329	0,1528	Valid
	5	0,988	0,1528	Valid

	6	0,194	0,1528	Valid
	7	0,063	0,1528	Valid

Sumber: Data Yang Diolah Pada 2020

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dapat dilihat dari besarnya nilai *cronbach alpha* pada masing-masing variabel. kriteria yang digunakan yaitu teknik *cronbach alpha* > 0,06. Sehingga apabila diperoleh nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,60, maka dapat dinyatakan reliabel.

Tabel 4.4
HASIL UJI RELIABILITAS

Variable	Cronbach Alpha	Nilai Alpha	Hasil Penelitian
Faktor Budaya	0,575	0,60	Reliable
Faktor Pribadi	0,695	0,60	Reliable
Faktor Sosial	0,611	0,60	Reliable
Keputusan Pembelian	0,769	0,60	Reliable

Sumber: Data Yang Diolah Pada 2020

Dari tabel diatas maka dapat diketahui bahwa pada masing-masing variabel memiliki *Cronbach Alpha* > 0,60. Terkecuali pada Faktor Budaya. Dengan demikian variabel (Faktor Pribadi, Faktor Sosial, dan Keputusan Pembelian) dapat dikatakan reliabel.

D. Hasil Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk memperlihatkan bahwa data sample berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Uji normalitas dapat dilihat dari nilai *Asymp Sig (2-tailed)* > 0,05 maka dapat dinyatakan bahwa residual menyebar normal begitupun sebaliknya apabila *Asymp Sig (2-tailed)* < 0,05 data menyebar tidak normal. Untuk menguji bersifat normal atau tidak peneliti menggunakan analisa *Kolmogorof-smirnov* sebagai berikut :

Gambar.4.1

Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		163
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.27676162
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.060
	Positive	.060
	Negative	-.057
Test Statistic		.060
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data Yang Diolah Pada 2020

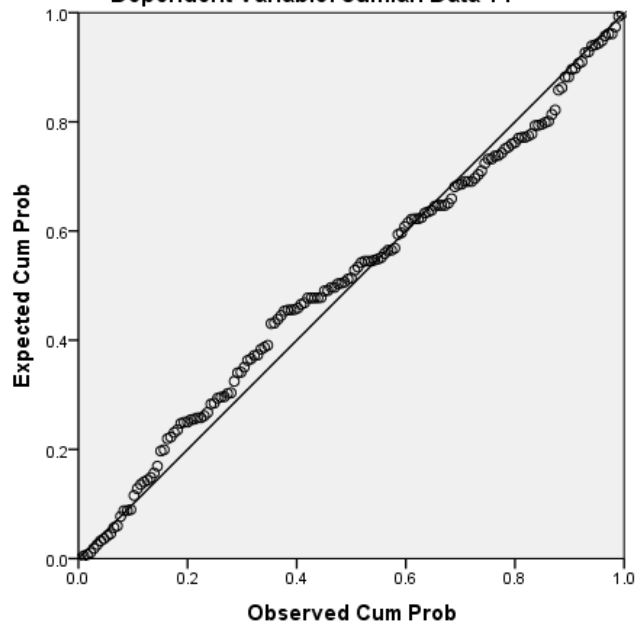
Dari hasil uji normalitas menggunakan metode Kolomogrov-smirnov didapat hasil signifikan dari uji normalitas sebesar 0,200 dimana hasil tersebut lebih besar dari taraf signifikan 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa uji normalitas pada penelitian ini dinyatakan berdistribusi normal.

Gambar.4.2

Normalitas Probability Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Jumlah Data Y1



Dari hasil output grafik normal *probability plot* diatas dapat menunjukkan bahwa penyebaran titik berada disekitar garis diagonal, dengan ini maka dapat dikatakan bahwa model regresi pada penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Uji linieritas sebagai salah satu syarat untuk semua uji hipotesis hubungan. Tujuan dilakukan uji linearitas adalah untuk mengetahui apakah variabel dependen (y) dan variabel independen (x) mempunyai hubungan linear. Jika hasil penelitian tidak linear maka analisis regresi tidak bisa dilanjutkan. Keputusan uji : Jika hasil output SPSS kolom sig baris deviasi dari linier = 0,05 < sig, maka Ho tidak ditolak.

Tabel 4.5

Uji Linearitas Variabel Faktor Budaya X1

ANOVA Table

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
JumlahBetween (Combined)	1117.407	13	85.954	17.774	.000
Data Groups					
Y1 * Linearity	998.225	1	998.225	206.414	.000
Jumlah					
Data					
X1 Deviation from Linearity	119.182	12	9.932	2.054	.023
Within Groups	720.569	149	4.836		

Total	1837.975	162			
-------	----------	-----	--	--	--

Sumber : data primer yang diolah 2020

Berdasarkan dari tabel output di atas diperoleh nilai signifikansi 0,023 lebih besar dari 0,05 yang artinya terdapat hubungan linear secara signifikansi antara variabel Faktor Budaya (X_1) dengan variabel Keputusan Pembelian (Y).

Tabel 4.6
Uji Linearitas Variabel Faktor Pribadi X2

ANOVA Table

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Jumlah Data Y1 * Jumlah data X2	545.048	15	36.337	4.131	.000
Between Groups	545.048	15	36.337	4.131	.000
Linearity	490.319	1	490.319	55.747	.000
Deviation from Linearity	54.728	14	3.909	.444	.957
Within Groups	1292.928	147	8.795		
Total	1837.975	162			

Sumber : data primer yang diolah 2020

Berdasarkan dari tabel output di atas diperoleh nilai signifikansi 0,957 lebih besar dari 0,05 yang artinya terdapat hubungan linear secara signifikansi antara variabel Faktor Pribadi (X_1) dengan variabel Keputusan Pembelian (Y).

Tabel 4.7
Uji Linearitas Variabel Faktor Sosial X3

ANOVA Table

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Jumlah Data Between (Combined)	1125.817	15	75.054	15.492	.000
Y1 * Jumlah Groups					
Linearity	1063.471	1	1063.471	219.516	.000
Deviation from Linearity	62.345	14	4.453	.919	.540
Within Groups	712.159	147	4.845		
Total	1837.975	162			

Sumber : data primer yang diolah 2020

Berdasarkan dari tabel output di atas diperoleh nilai signifikansi 0,540 lebih besar dari 0,05 yang artinya terdapat hubungan linear secara signifikansi antara variabel Faktor Sosial (X_1) dengan variabel Keputusan Pembelian (Y).

c. Uji Multikoleniaritas

Uji multikolinieritas merupakan syarat untuk semua uji hipotesis (regresi). Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen.

Table 4.8

Uji Multikoleniaritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standard ized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-4.535	1.723		-2.633	.009		
Jumlah Data X1	.668	.067	.540	9.914	.000	.552	1.813
Jumlah data X2	-.229	.061	-.222	-3.748	.000	.464	2.154
Jumlah Data X3	.697	.064	.601	10.880	.000	.536	1.865

a. Dependent Variable: Jumlah Data Y1

Sumber : data primer yang diolah 2020

Uji multikolinieritas dapat dilakukan dengan melihat VIF (*Varians inflation factors*) dan nilai tolerance. Dari hasil table di atas diketahui nilai VIF <10 yang berarti tidak adanya terjadi multikolinieritas pada setiap variabel.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan bagian dari uji asumsi klasik dengan menguji analisis regresi yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Adapun salah satu cara untuk mendeteksi ada tidaknya gejala heteroskedastisitas dalam penelitian ini adalah dengan cara melakukan uji glejser.

Table 4.9
Uji Heteroskedastisitas

Coefficientsa

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.765E-15	1.723		.000	1.000
Jumlah Data X1	.000	.067	.000	.000	1.000
Jumlah data X2	.000	.061	.000	.000	1.000
Jumlah Data X3	.000	.064	.000	.000	1.000

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber : data primer yang diolah 2020

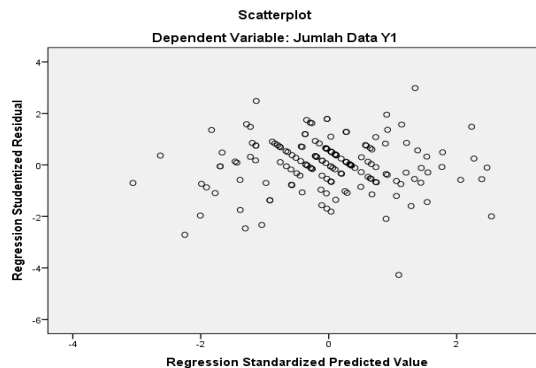
Berdasarkan table di atas diketahui bahwa nilai signifikansi pada variabel komitmen organisasi (X1) sebesar $1,000 \geq 0,05$, artinya tidak terjadi heterokedastisitas. Pada variabel kompensasi (X2) nilai sig sebesar $1,000 \geq 0,05$ yang berarti tidak terjadi heterokedastisitas dan Variabel motivasi (X3) nilai sig $1,000 \geq 0,05$, yang artinya tidak terjadi heterokedastisitas.

Heterokedastisitas artinya varians variabel dalam model yang tidak sama. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk melihat ada tidaknya kasus heterokedastisitas dalam penelitian ini adalah dengan memerhatikan plot dari sebaran residual (*ZRESID) dan variabel yang diprediksikan (*ZPRED). Adapun hasil ujinya dapat di lihat pada gambar di bawah ini :

Gambar 4.3

Uji Heteroskedastisitas Scatterplot

Pada gambar di atas dapat dilihat bahwa Plot tidak menggambarkan suatu pola tertentu yang artinya tidak terjadi heterokedastisitas



E. Uji Hipotesis

1. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen pada penelitian ini. Yaitu Keputusan Pembelian.

Koefisien determinasi (R^2) berkisar antara nol sampai dengan satu ($0 \leq R^2 \leq 1$). Hal ini berarti bila $R^2 = 0$ menunjukkan tidak ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, dan bila R^2 mendekati 1 menunjukkan semakin kuatnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat

Table 4.10

Hasil Uji Pengaruh Secara Simultan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.860 ^a	.740	.735	1.734

a. Predictors: (Constant), Jumlah Data X3, Jumlah Data X1, Jumlah data X2

Sumber : data primer yang diolah 2020

Dari tabel di atas di dapat hasil yang menunjukkan bahwa pada kolom adjusted R square diketahui jumlah persentase total variasi variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas adalah sebesar 0,735 atau 73%. Hal ini berarti besarnya pengaruh variabel bebas (Faktor Budaya, Faktor Pribadi, Faktor Sosial) terhadap variabel terikat (Keputusan Pembelian) adalah sebesar

73% sedangkan sisanya (100%-73% =27%) dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

2. Uji Simultan (F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent. Derajat kepercayaan yang digunakan adalah 0,05. Apabila nilai F hasil perhitungan lebih besar dari nilai F menurut tabel maka hipotesis yang menyatakan bahwa variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4.11
Hasil Uji F Parsial
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1360.058	3	453.353	150.827	.000 ^b
	Residual	477.918	159	3.006		
	Total	1837.975	162			

a. Dependent Variable: Jumlah Data Y1

b. Predictors: (Constant), Jumlah Data X3, Jumlah Data X1, Jumlah data X2

Sumber : data primer yang diolah 2020

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa nilai Fhitung sebesar nilai F hitung adalah 150,827 nilai Ftabel diperoleh

dengan melihat tabel nilai f ($\alpha=0,05$) $df=n-k$ yaitu $165-5=160$ F tabel sebesar 2,27. Dimana $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($150,82 > 2,27$) dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ (yang ditetapkan) maka dapat diartikan bahwa secara bersama-sama terdapat pengaruh yang simultan antara faktor budaya, faktor pribadi, dan faktor social terhadap keputusan pembelian pada Alfamart Ulak Kemang Ogan Komering Ilir.

3. Uji Parsial (T)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara parsial berpengaruh atau tidak terhadap variabel dependen. Alternatif untuk melihat pengaruh secara parsial adalah dengan melihat nilai signifikansi, apabila nilai signifikansi yang terbentuk dibawah 5% maka terdapat pengaruh yang signifikan variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas dan variabel terikat, digunakan perbandingan nilai t hitung dan t tabel. Jika nilai t hitung $>$ t tabel maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Hasil nilai uji t hitung dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Table 4.12
Hasil Uji T
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-4.535	1.723		-2.633	.009
	Jumlah Data X1	.668	.067	.540	9.914	.000
	Jumlah data X2	-.229	.061	-.222	-3.748	.000
	Jumlah Data X3	.697	.064	.601	10.880	.000

a. Dependent Variable: Jumlah Data Y1

Sumber : data primer yang diolah 2020

Berdasarkan dasar pengambilan keputusan uji parsial (T) dengan ketentuan rumus mencari T table yaitu dengan cara $a/2$; $n-k-1$ maka didapat hasil 159. Angka 159 ini sebenarnya sudah ada pada table output SPSSN “ANOVA”. Berdasarkan penjelasan di atas maka diketahui pengaruh dari masing – masing variable sebagai berikut :

- a) Variabel Faktor Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Ulak Kemang

Dari tabel *coefficients* diperoleh nilai T hitung = 1,975 yang berarti nilai T hitung dan T table ($9.914 \geq 1,975$) dengan signifikan $0,000 \leq 0,05$ maka h_0 diterima dan h_a diterima artinya terdapat pengaruh positif signifikan antara variabel Faktor Budaya terhadap variable Keputusan Pembelian. Artinya hipotesis 1 terbukti.

- b) Variabel Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Ulak Kemang

Dari tabel *coefficients* diperoleh nilai T hitung = -3,748 yang berarti nilai T hitung dan T table ($-3,748 \geq 1,975$) dengan signifikan $0,000 \leq 0,05$ maka h_0 diterima dan h_a diterima artinya terdapat pengaruh negatif signifikan antara variabel Faktor Pribadi terhadap Keputusan Pembelian. Artinya hipotesis 2 terbukti.

- c) Variabel Faktor Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Ulak Kemang

Dari tabel *coefficients* diperoleh nilai T hitung = 3,374 yang artinya T hitung \geq T table ($10,880 \geq 1,975$) dengan signifikan $0,000 \leq 0,05$ maka h_0 diterima dan h_a diterima artinya terhadap pengaruh positif signifikan antara Faktor Sosial terhadap Keputusan Pembelian. Artinya hipotesis 3 terbukti.

F. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda merupakan suatu metode teknik analisis hipotesis penelitian untuk menguji ada tidaknya pengaruh dari dua atau lebih variable independen atau variable bebas (x) terhadap

variable dependen atau variable terikat (y). dari hasil analisis regresi berganda diperoleh koefisien untuk antar variabel independen yakni variable faktor budaya sebesar 9,914, faktor pribadi sebesar -3,748, dan faktor sosial sebesar 10,880 dengan konstanta sebesar -4,535 sehingga model persamaan dari regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = -4,535 + 0,301 (X1) + -0,203 (X2) + 0,315 (X3)$$

Dengan menggunakan program SPSS 22 maka di dapatkan hasil analisis data yang menyatakan bahwa variable bebas yaitu meliputi faktor budaya, faktor pribadi, dan faktor social secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap variable terikat yaitu keputusan pembelian.

G. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui berapa besar pengaruh Faktor Budaya, Faktor Pribadi, dan Faktor Sosial terhadap keputusan pembelian pada Alfamart Ulak Kemang Ogan Komerling Ilir. Berdasarkan hasil uji regresi di atas juga terlihat bahwa secara bersamaan variabel independen (X) yang meliputi faktor budaya, faktor pribadi, dan faktor sosial berkorelasi positif terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian pada Alfamart Ulak Kemang sebesar 73% ($R=73\%$). Adapun, variasi perubahan variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel independen (X) yaitu faktor budaya, faktor pribadi, dan faktor social secara bersamaan berpengaruh secara simultan sebesar ($R^2=73\%$) sedangkan sisanya sebesar 27% dijelaskan pada variabel lainnya. Dan Secara seretak dengan menggunakan uji f menunjukkan hasil dengan nilai 150,82 dan nilai signifikan p sig f = 0,000,0,000,dan 0,000 ($p < 0,05$). hal ini

membuktikan bahwa ketiga hipotesis secara bersama-sama yakni variable faktor budaya, faktor pribadi, dan faktor sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan pada Alfamart Ulak Kemang terbukti kebenarannya dengan hipotesis diterima. Dengan Pembahasan dan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Variabel Faktor Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Ulak Kemang Ogan Komering Ilir

Hasil uji empiris antara variabel bebas yaitu Faktor Budaya (X_1) dan variabel terikat keputusan pembelian (Y) menunjukkan $t_{hitung} 9,914 > t_{tabel} 1,975$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Sesuai dengan dasar pengambilan keputusan pada uji T suatu variable bebas dapat dinyatakan adanya pengaruh positif terhadap variable terikat apabila nilai T hitung lebih besar dari T table, Maka dari hasil uji di atas dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak H_a diterima yang artinya, variabel bebas faktor budaya (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian Alfamart ulak kemang ogan komering ilir.

2. Pengaruh Variabel Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Ulak Kemang Ogan Komering Ilir

Hasil uji empiris antara variabel bebas Faktor Pribadi (X_2) dan variabel terikat keputusan pembelian (Y) menunjukkan $t_{hitung} - 3,748 > t_{tabel} 1,975$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Sesuai dengan dasar pengambilan keputusan pada uji T suatu variable bebas dapat dinyatakan adanya pengaruh positif terhadap variable terikat apabila nilai T hitung lebih besar dari T table, Maka dari hasil uji di atas dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak H_a diterima yang artinya, variabel bebas faktor pribadi (X_1) secara parsial

berpengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian Alfamart ulak kemang ogan komering ilir.

3. Pengaruh Variabel Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Ulak Kemang Ogan Komering Ilir

Hasil uji empiris antara variabel bebas Faktor Budaya (X_3) dan variabel terikat keputusan pembelian (Y) menunjukkan t_{hitung} 10,880 > t_{tabel} 1,975 dan nilai signifikan 0,000 < 0,05. Sesuai dengan dasar pengambilan keputusan pada uji T suatu variable bebas dapat dinyatakan adanya pengaruh positif terhadap variable terikat apabila nilai T hitung lebih besar dari T table, Maka dari hasil uji di atas dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak H_a diterima yang artinya, variabel bebas faktor sosial (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian Alfamart ulak kemang ogan komering ilir.