

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Profil Jims Honey

Jims Honey merupakan *brand* yang bergerak di bidang *fashion* baik untuk laki-laki maupun perempuan seperti, jam tangan, dompet, ada juga power bank dan tumbler minum. Jims Honey adalah *brand import* asal cina yang berdiri sejak tahun 2009 dan memiliki gudang di Indonesia pertama yaitu di Jakarta pada tahun 2014, sehingga konsumen beranggapan bahwa *brand* ini adalah *brand* lokal. Pemilik nama *brand* ini yaitu Hanny Zeng, seseorang yang tidak memiliki *background* bisnis sama sekali namun berhasil mengelola bisnisnya hingga berkembang pesat seperti sekarang.¹

Jims Honey terkenal dengan brand yang *fashionable*, lucu dan menonjolkan sisi elegan. Hal tersebut disebabkan Jims Honey selalu menghadirkan inovasi dengan berkembangnya *trend* masa kini yang mana konsumen bisa menikmati produk berkualitas dengan harga terjangkau.

Jims Honey dari awal didirikan memang sistem pemasarannya hanya melalui online saja seperti instagram, facebook, marketplace, dan lainnya. Dengan semakin banyak dikenal masyarakat dan banyak juga yang mendaftar sebagai reseller akhirnya zenny zang membuka outlet kecil dengan modal seadanya. Jims Honey diminati oleh berbagai kalangan, karena selain kualitas dan harganya yang ramah juga memiliki banyak varian model dengan ciri khas di masing-masing produknya dan tentunya banyak pilihan warna, sehingga membuat konsumennya tampil *stylish*, dan memukau.

¹ “Gudang Jims Honey”, <https://www.gudangnyajimshoney.com/p/tentang-gudangnya-jimshoney.html>.

Gambar 4.1. Logo dan Produk Jims Honey



B. Deskripsi Responden

Responden penelitian ini yaitu remaja di Kabupaten Kudus dengan jumlah 100 responden yang terbagi kedalam jenis kelamin, usia, dan pekerjaan.

1. Jenis Kelamin Responden

Data responden berdasarkan jenis kelamin bisa dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.1. Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase (%)
1.	Laki-laki	11 responden	11%
2.	Perempuan	89 responden	89%
Jumlah		100 responden	100%

Sumber Data : IBM SPSS Statistics 20, diolah tahun 2023

Tabel di atas dapat disimpulkan bahwasannya 11 responden laki-laki (11%) dan 89 responden perempuan (89%).

2. Usia Responden

Berikut data terkait usia responden dalam penelitian ini:

Tabel 4.2. Usia Responden

No.	Usia	Jumlah Responden	Presentase (%)
1.	17-20 tahun	23 responden	23%
2.	21-24 tahun	77 responden	77%
Jumlah		100 responden	100%

Sumber Data : IBM SPSS Statistics 20, diolah tahun 2023

Bisa disimpulkan bahwasannya 23 responden yaitu usia 17-20 tahun (23%) dan 77 responden yaitu usia 21-24 tahun (77%).

3. Pekerjaan Responden

Pekerjaan responden diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 4.3. Pekerjaan Responden

No.	Pekerjaan	Jumlah Responden	Presentase (%)
1.	Mahasiswa / Pelajar	75 responden	75%
2.	Karyawan Swasta	12 responden	12%
3.	Wirausaha	2 responden	2%
4.	Lainnya	11 responden	11%
Jumlah		100 responden	100%

Sumber Data : IBM SPSS Statistics 20, diolah tahun 2023

Melalui tabel tersebut disimpulkan jika 75 responden adalah pelajar/ mahasiswa (75%), 12 responden karyawan swasta (12%), 2 responden wirausaha (2%) dan 11 responden dengan pekerjaan lainnya (11%).

C. Deskripsi Data Penelitian

1. Variabel *Influencer* (X1)

Penyebaran kuesioner kepada 100 responden remaja di Kabupaten Kudus tentang variabel *influencer*, mendapatkan hasil dari uji SPSS sebagai berikut:

Tabel 4.4 Frekuensi *Influencer* (X1)

Item	Total		Total		Total		Total		Total	
Pernyataan	STS	%	TS	%	N	%	S	%	SS	%
X1.1	3	3%	12	12%	21	21%	38	38%	26	26%
X1.2	2	2%	12	15%	18	18%	33	33%	35	35%
X1.3	2	2%	15	15%	12	12%	47	47%	24	24%
X1.4	1	1%	16	16%	19	19%	42	42%	22	22%

Sumber Data : IBM SPSS Statistics 20, diolah tahun 2023

Melalui data di atas terkait variabel *Influencer* (X1), dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Item 1, 26 sangat setuju (26%), 38 setuju (38%), 21 netral (21%), 12 tidak setuju (12%), dan 3 tidak setuju (3%). Data menjelaskan jika dominan responden setuju apabila *influencer* tas merek Jims Honey familiar dan dikenal masyarakat luas.
 - b. Item 2, 35 sangat setuju (35%), 33 setuju (33%), netral (18%), 12 tidak setuju (12%), dan 2 sangat tidak setuju (2%). Data memperlihatkan jika dominasi responden setuju dan percaya dengan *influencer* Jims Honey.
 - c. Item 3, 24 sangat setuju (24%), 47% setuju (47%), 12 netral (12%), 15 tidak setuju (15%), dan 2 sangat tidak setuju (2%). Dari data tersebut menjelaskan jika dominan responden adalah setuju jika *influencer* Jims Honey mempunyai penampilan menarik.
 - d. Item 4, 22 sangat setuju (22%), 42 setuju (42%), 19 reponden menyatakan netral (19%), 16 tidak setuju (16%). Data ini menunjukkan bahwa dominasi responden adalah setuju jika *influencer* Jims Honey memiliki gaya bicara yang menarik dan meyakinkan.
- 2. Variabel Kualitas Produk (X2)**

Melalui sebaran angket kepada 100 responden remaja di Kabupaten Kudus tentang variabel kualitas produk mendapatkan hasil dari uji SPSS:

Tabel 4.5 Frekuensi Kualitas Produk (X2)

Item	Total		Total		Total		Total		Total	
Pernyataan	STS	%	TS	%	N	%	S	%	SS	%
X2.1	2	2%	8	8%	19	19%	47	47%	24	24%
X2.2	3	3%	7	7%	24	24%	45	45%	21	21%
X2.3	2	2%	8	8%	25	25%	46	46%	19	19%
X2.4	1	1%	5	5%	32	32%	47	47%	15	15%
X2.5	1	1%	7	7%	22	22%	52	52%	18	18%
X2.6	1	1%	4	4%	20	20%	55	55%	20	20%
X2.7	1	1%	6	6%	10	10%	57	57%	26	26%
X2.8	1	1%	7	7%	24	24%	46	46%	22	22%

Sumber Data : IBM SPSS Statistics 20, diolah tahun 2023

Melalui data di atas tentang Kualitas Produk (X2) dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Item 1, 24 sangat setuju (24%), 47 setuju (47%), 19 netral (19%), 8 tidak setuju (8%), dan 2 sangat tidak setuju (2%). Dari data tersebut bisa disimpulkan dominasi responden setuju jika tas merek Jims Honey nyaman digunakan.
- b. Item 2, 21 sangat setuju (21%), 45 setuju (45%), 24 netral (24%), 7 tidak setuju (7%), dan 3 sangat tidak setuju (3%). Data tersebut memperlihatkan jika dominasi responden setuju jika tas merek Jims Honey memiliki ciri khas yang unik.
- c. Item 3, 19 sangat setuju (19%), 46 setuju (46%), 25 netral (25%), 8 tidak setuju (8%), dan 2 sangat tidak setuju (2%). Dari data tersebut bisa disimpulkan dominasi responden setuju jika tas merek Jims Honey mampu berfungsi dengan baik untuk sehari-hari.
- d. Item 4, 15 sangat setuju (15%), 47 setuju (47%), 32 netral (32%), 5 tidak setuju (5%), dan 1 sangat tidak setuju (1%). Hal tersebut memperlihatkan bahwa dominasi responden setuju jika tas merek Jims Honey *up to date* sesuai dengan keinginan responden.
- e. Item 5, 18 sangat setuju (18%), 52 sangat setuju (52%), 22 netral (22%), 7 tidak setuju (7%), dan 1 sangat tidak setuju (1%). Data tersebut memperlihatkan bahwa dominasi responden setuju jika tas merek Jims Honey menggunakan bahan berkualitas sehingga tidak mudah rusak.
- f. Item 6, 20 sangat setuju (20%), 55 setuju (55%), 20 responden netral (20%), 4 tidak setuju (4%), dan 1 sangat tidak setuju (1%). Data memperlihatkan bahwa dominasi

reponden setuju jika tas merek Jims Honey selalu melakukan perbaikan terhadap produknya.

- g. Item 7, 26 sangat setuju (26%) , 57 setuju (57%), 10 netral (10%), 6 tidak setuju (6%), dan 1 sangat tidak setuju (1%). Data ini memperlihatkan jika dominasi reponden setuju jika tas merek Jims Honey memberikan kesan yang elegan.
- h. Item 8, 22 sangat setuju (22%), 46 setuju (46%), 24 netral (24%), 7 tidak setuju (7%), dan 1 sangat tidak setuju (1%). Data ini memperlihatkan jika dominasi reponden setuju jika tas merek Jims Honey memiliki kualitas yang baik.

3. Variabel Inovasi Produk (X3)

Melalui sebaran angket kepada 100 responden remaja di Kabupaten Kudus tentang variabel inovasi produk mendapatkan hasil dari uji SPSS :

Tabel 4.6 Frekuensi Inovasi Produk (X3)

Item	Total		Total		Total		Total		Total	
Pernyataan	STS	%	TS	%	N	%	S	%	SS	%
X3.1	1	1%	4	4%	20	20%	55	55%	20	20%
X3.2	1	1%	6	6%	10	10%	57	57%	26	26%
X3.3	1	1%	7	7%	24	24%	46	46%	22	22%

Sumber Data : IBM SPSS Statistics 20, diolah tahun 2023

Melalui data statistik di atas tentang variabel inovasi produk (X3), dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Item 1, 20 sangat setuju (20%), 55 setuju (55%), 20 netral (20%), 4 tidak setuju (4%) , dan 1 sangat tidak setuju (1%). Data memperlihatkan bahwa dominasi reponsen setuju jika tas merek Jims Honey dijual sesuai dengan kualitas yang ditawarkan.
- b. Item 2, 26 sangat setuju (26%), 57 setuju (57%), 10 netral (10%), 6 tidak setuju (6%), dan 1 sangat tidak setuju (1%). Data ini memperlihatkan jika dominasi reponsen setuju jika tas merek Jims Honey memiliki banyak varian atau model.
- c. Item 3, 22 sangat setuju (22%), 46 setuju (46%), 24 netral (24%), 7 tidak setuju (7%), dan 1 sangat tidak setuju (1%). Data ini memperlihatkan jika dominasi reponsen setuju jika tas merek Jims Honey memiliki desain yang *fashionable* dan tidak pasaran.

4. Variabel Minat Beli (Y)

Melalui sebaran angket kepada 100 responden remaja di Kabupaten Kudus tentang variabel minat beli mendapatkan hasil dari uji SPSS:

Tabel 4.7 Frekuensi Minat Beli (Y)

Item	Total		Total		Total		Total		Total	
Pernyataan	STS	%	TS	%	N	%	S	%	SS	%
Y.1	2	2%	8	8%	25	25%	46	46%	19	19%
Y.2	1	1%	5	5%	32	32%	48	48%	14	14%
Y.3	1	1%	7	7%	22	22%	52	52%	18	18%
Y.4	1	1%	7	7%	32	32%	41	41%	19	19%

Sumber Data : IBM SPSS Statistics 20, diolah tahun 2023

Melalui data statistik di atas tentang variabel minat beli (Y) yaitu:

- a. Item 1, 19 sangat setuju (19%), 46 setuju (46%), 25 netral (25%), 8 tidak setuju (8%), dan 2 sangat tidak setuju (2%). Data ini memperlihatkan jika dominasi reponsen setuju jika responden sering melihat *update* terbaru tas merek Jims Honey.
- b. Item 2, 14 responden sangat setuju (14%), 48 responden setuju (48%), 32 responden netral (32%), 5 responden tidak setuju (5%), dan 1 responden sangat tidak setuju (1%). Data ini memperlihatkan jika responden setuju dan tertarik untuk membeli tas merek Jims Honey.
- c. Item 3, 18 sangat setuju (18%), 52 setuju (52%), 22 netral (22%), 7 tidak setuju (7%) , dan 1 sangat tidak setuju (1%). Data ini memperlihatkan jika responden setuju dan berkeinginan untuk membeli tas merek Jims Honey dengan berbagai keunggulan yang dimiliki.
- d. Item 4, 19 sangat setuju (19%), 41 setuju (41%), 32 netral (32%), 7 tidak setuju (7%), dan 1 sangat tidak setuju (1%). Data ini dapat disimpulkan jika responden setuju dan merasa perlu membeli tas merek Jims Honey serta merekomendasikan kepada teman dan kerabatnya.

D. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas Instrumen

Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai r tabel dengan r hitung. Dengan kesimpulan jika r hitung $>$ r tabel, maka dikatakan valid. Nilai r tabel dapat diketahui dengan rumus $df = n - 2$ dimana $df = 100 - 2 = 98$ dengan tingkat signifikan 0,05 dan mendapatkan r tabel yaitu 0,196. Hasil uji validitas sebagai berikut:

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Influencer (X1)	X1.1	0,515	0,196	Valid
	X1.2	0,518	0,196	Valid
	X1.3	0,499	0,196	Valid
	X1.4	0,479	0,196	Valid
Kualitas Produk (X2)	X2.1	0,584	0,196	Valid
	X2.2	0,644	0,196	Valid
	X2.3	0,793	0,196	Valid
	X2.4	0,810	0,196	Valid
	X2.5	0,786	0,196	Valid
	X2.6	0,657	0,196	Valid
	X2.7	0,780	0,196	Valid
	X2.8	0,728	0,196	Valid
Inovasi Produk (X3)	X3.1	0,657	0,196	Valid
	X3.2	0,780	0,196	Valid
	X3.3	0,728	0,196	Valid
Minat Beli (Y)	Y.1	0,793	0,196	Valid
	Y.2	0,810	0,196	Valid
	Y.3	0,786	0,196	Valid
	Y.4	0,801	0,196	Valid

Sumber Data : IBM SPSS Statistics 20, diolah tahun 2023

Tabel di atas mendeskripsikan jika semua r Hitung > r Tabel di mana hal tersebut menyatakan jika seluruh item valid.

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji ini dapat dilihat melalui nilai Cronbach Alpha pada hasil SPSS, di mana dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach Alpha > 0,60. Untuk jelasnya bisa dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.9. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Reliability Coefficiencie	Cronbach's Alpha	Keterangan
Influencer (X1)	4 Item	0,936	<i>Reliabel</i>
Kualitas Produk (X2)	8 Item	0,917	<i>Reliabel</i>
Inovasi Produk (X3)	3 Item	0,835	<i>Reliabel</i>
Minat Beli (Y)	4 Item	0,918	<i>Reliabel</i>

Sumber Data : IBM SPSS Statistics 20, diolah tahun 2023

Hasil mendeskripsikan jika seluruh variabel memperoleh nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Dimana seluruh data dinyatakan reliabel.

E. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

Pengujian ini berfungsi untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antar variabel dalam model regresi. Hasil uji yang baik ditandai dengan tidak adanya hubungan antar variabel bebas. Hasil olah data dengan SPSS sebagai berikut:

Tabel 4.10. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF
Influencer (X1)	0,872	1,147
Kualitas Produk (X2)	0,405	2,467
Inovasi Produk (X3)	0,413	2,422

Sumber Data : IBM SPSS Statistics 20, diolah tahun 2023

Melalui tabel tersebut disimpulkan jika nilai *tolerance* variabel *influencer* 0,872, kualitas produk 0,405, dan inovasi produk 0,413. Dengan VIF masing-masing 1,147 variabel *influencer*, 2,467 variabel kualitas produk, dan 2,422 variabel inovasi produk. Hal tersebut dinyatakan bahwa tidak terjadi multikolinieritas. Bisa dilihat melalui nilai *tolerance* ketiga variabel > 0,10 dan nilai VIF < 10,00.

2. Uji Autokorelasi

Tujuan dari uji ini yaitu untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat kesalahan atau gangguan pada periode *t* (sebelumnya). Uji ini. Ketentuan hasil yang baik menunjukkan tidak adanya autokorelasi. Berikut hasil SPSS uji Autokorelasi:

Tabel 4.11. Hasil Uji Autokorelasi

Koefisien	Nilai
Durbin-Watson	2,132
dL	1,613
dU	1,736
4-dL	2,387
4-dU	2,264

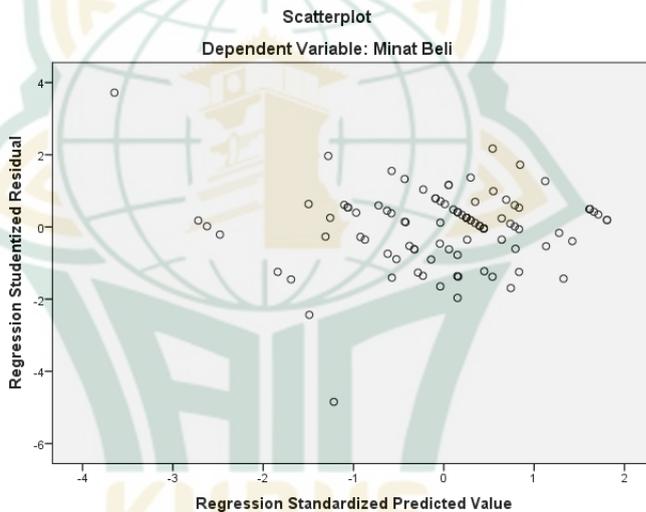
Sumber Data : IBM SPSS Statistics 20, diolah tahun 2023

Dari tabel di atas mendeskripsikan jika nilai durbin-watson adalah 2,132. Melalui tabel d-statistik durbin-watson dengan jumlah sampel (n) sebanyak 100 dan variabel bebas (k) sebanyak 3, dan signifikansinya $\alpha = 5\%$ didapatkan nilai dL 1,613 dan nilai dU 1,736. Hasil pengujian yang tepat adalah $dU < dW < 4 - dU$ ($1,736 < 2,132 < 2,264$), bisa ditarik kesimpulan jika tidak terjadi autokorelasi.

3. Uji Heteroskedasitas

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui ketidaksamaan variansi dari residual pengamatan satu ke pengamatan lainnya. Hasil yang baik menunjukkan tidak adanya gejala heteroskedasitas. Hasil uji bisa dilihat pada gambar berikut:

Gambar 4.2. Hasil Uji Heteroskedasitas



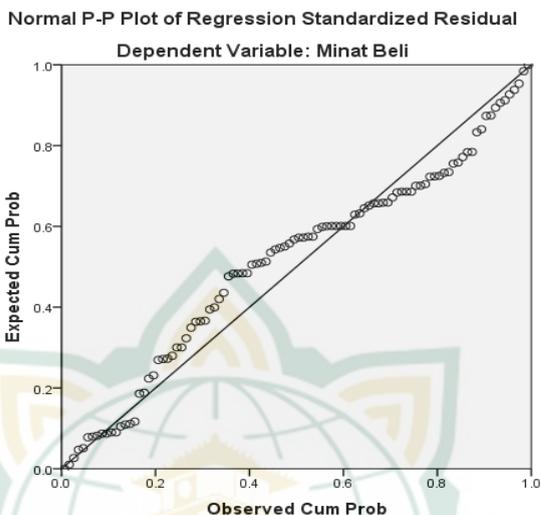
Sumber Data : IBM SPSS Statistics 20, diolah tahun 2023

Gambar di atas bisa dilihat jika titik data menyebar disekitar angka 0, dan juga tidak berbentuk seperti pola. Maka, dikatakan tidak terjadi masalah heteroskedasitas sehingga uji terpenuhi.

4. Uji Normalitas

Berfungsi untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan berdistribusi normal atau tidak. Untuk hasil uji bisa dilihat pada gambar berikut:

Gambar 4.3. Hasil Uji Normalitas (Normal Probability Plot)



Sumber Data : IBM SPSS Statistics 20, diolah tahun 2023

Gambar di atas disimpulkan bahwa data terdistribusi normal karena titik data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal.

Tabel 4.12 Hasil Uji Kolmogorov Smirov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.68370390
Most Extreme Differences	Absolute	.126
	Positive	.093
	Negative	-.126
Kolmogorov-Smirnov Z		1.259
Asymp. Sig. (2-tailed)		.084

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber Data : IBM SPSS Statistics 20, diolah tahun 2023

Melalui tabel di atas bisa disimpulkan bahwa nilai signifikansi yaitu 0,084 di mana lebih besar dari 0,05, maka dinyatakan data berdistribusi normal.

F. Hasil Analisis Data

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui tingkat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (tas merek Jims Honey pada remaja di Kabupaten Kudus). Berikut tabel hasil olah SPSS:

Tabel 4.13 Hasil Analisis Regresi Berganda

Keterangan	Nilai Koefisien
Konstanta	-0,902
Influencer (X1)	0,127
Kualitas Produk (X2)	0,256
Inovasi Produk (X3)	0,522

Sumber Data : IBM SPSS Statistics 20, diolah tahun 2023

Dari tabel yang sudah disajikan, berikut persamaan regresinya:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

$$Y = -0,902 + 0,127 X_1 + 0,256 X_2 + 0,522 X_3 + e$$

Dimana :

Y : minat beli

a : konstanta

b₁ : koefisien regresi antara *influencer* terhadap minat beli tas merek Jims Honey

b₂ : koefisien regresi antara kualitas produk terhadap minat beli tas merek Jims Honey

b₃ : koefisien regresi antara inovasi produk terhadap minat beli tas merek Jims Honey

X₁ : *influencer*

X₂ : kualitas produk

X₃ : Inovasi Produk

e : standar eror

Diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Besaran nilai konstanta adalah -0,902 yang mendeskripsikan bahwa apabila tidak ada variabel *influencer* (X₁), kualitas produk (X₂), dan inovasi produk (X₃) maka minat beli akan menurun.
2. Koefisien regresi *influencer* (X₁) didapatkan nilai b₁ 0,127 menjelaskan apabila *influencer* (X₁) mengalami peningkatan, maka variabel minat beli juga mengalami peningkatan 0,127%.
3. Koefisien regresi kualitas produk (X₂) didapatkan nilai b₂ 0,256 yang menjelaskan apabila kualitas produk (X₂)

meningkat, maka minat beli juga mengalami peningkatan 0,256%.

4. Koefisien regresi inovasi produk (X3) diperoleh hasil b3 0,522 yang menjelaskan apabila inovasi produk (X3) meningkat, maka minat beli juga mengalami peningkatan 0,522%.

2. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk mengetahui tingkat variasi pada variabel terikat (minat beli) dan variabel bebas (*influencer*, kualitas produk, dan inovasi produk). Hasil Uji SPSS sebagai berikut:

Tabel 4.14. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.844 ^a	.712	.703	1.70981

a. Predictors: (Constant), Inovasi Produk, Influencer, Kualitas Produk

Sumber Data : IBM SPSS Statistics 20, diolah tahun 2023

Melalui deskripsi tabel di atas, diperoleh nilai R Square 0,712 yang menjelaskan jika besaran pengaruh antara *influencer*, kualitas produk, dan inovasi produk terhadap minat beli adalah 71,2%.

3. Uji t (Parsial)

Perlu diketahui, bahwa uji T bertujuan untuk mengetahui dan memahami pengaruh variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat. Hasil t tabel diperoleh $df = (100 - 3 - 1) = 96$ dengan nilai signifikansi 5% adalah 1,985. Hasil olah data SPSS sebagai berikut:

Tabel 4.15. Hasil Uji t (Parsial)

Variabel	t Hitung	t Tabel	Sig.	Keterangan
<i>Influencer</i>	2,664	1,985	0,009	Berpengaruh dan signifikan
Kualitas Produk	5,325	1,985	0,000	Berpengaruh dan signifikan
Inovasi Produk	4,291	1,985	0,000	Berpengaruh dan signifikan

Sumber Data : IBM SPSS Statistics 20, diolah tahun 2023

Melalui tabel di atas dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Pengaruh *Influencer* terhadap minat beli tas merek Jims Honey pada remaja di Kabupaten Kudus

Hasil pengujian statistik pengaruh *influencer* terhadap minat beli tas merek Jims Honey oleh remaja di Kabupaten Kudus diketahui nilai t hitung $2,664 >$ nilai t tabel $1,984$ dengan nilai signifikansi $0,009 <$ $0,05$. Bisa ditarik kesimpulan jika H_a diterima dan H_o ditolak. Kesimpulannya *influencer* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli tas merek Jims Honey pada remaja di Kabupaten Kudus.

b. Pengaruh kualitas produk terhadap minat beli tas merek Jims Honey pada remaja di Kabupaten Kudus

Hasil uji statistik pengaruh kualitas produk terhadap minat beli tas merek Jims Honey oleh remaja di Kabupaten Kudus diperoleh nilai t hitung $5,325 >$ nilai t tabel $1,984$ dengan nilai signifikansi $0,000 <$ $0,05$. Bisa ditarik kesimpulan jika H_a diterima dan H_o ditolak. Kesimpulannya kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli tas merek Jims Honey pada remaja di Kabupaten Kudus.

c. Pengaruh inovasi produk terhadap minat beli tas merek Jims Honey pada remaja di Kabupaten Kudus

Hasil uji statistik pengaruh inovasi produk terhadap minat beli tas merek Jims Honey oleh remaja di Kabupaten Kudus memperoleh nilai t hitung $4,291 >$ nilai t tabel $1,984$ dan nilai signifikansi $0,000 <$ $0,05$. Bisa disimpulkan jika H_a diterima dan H_o ditolak. Kesimpulannya inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli tas merek Jims Honey pada remaja di Kabupaten Kudus.

4. Hasil Uji Koefisien Regresi secara Simultan (Uji F)

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami pengaruh variabel bebas secara bersamaan terhadap variabel terikat. Hasil hitung F Tabel $df = 100-3-1 = 96$ dengan taraf signifikansi 5% . Hasil olah data SPSS sebagai berikut:

Tabel 4.16. Uji Koefisien Regresi Simultan (Uji F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	692.349	3	230.783	78.942	.000 ^b
Residual	280.651	96	2.923		
Total	973.000	99			

a. Dependent Variable: Minat Beli

b. Predictors: (Constant), Inovasi Produk, Influencer, Kualitas Produk

Sumber Data : IBM SPSS Statistics 20, diolah tahun 2023

Tabel di atas, didapatkan nilai F hitung 78,942 > F tabel 2,699 dan nilai signifikansi yaitu 0,000 < 0,05. Bisa disimpulkan jika H_a diterima dan H_0 ditolak. Bisa diketahui bahwa *influencer*, kualitas produk, dan inovasi produk secara bersama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

G. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh *Influencer* terhadap minat beli tas merek Jims Honey pada remaja di Kabupaten Kudus

Hasil pengujian statistik pengaruh *influencer* terhadap minat beli tas merek Jims Honey di Kabupaten Kudus mendapatkan nilai t hitung 2,664 dan t tabel 1,984 dengan signifikansi 0,009 < 0,05. Hal ini membuktikan bahwa t hitung > t tabel di mana terdapat adanya pengaruh positif antara *influencer* terhadap minat beli tas merek Jims Honey pada remaja di Kabupaten Kudus.

Kemudian dari uji Hipotesis menunjukkan bahwa pada variabel *influencer* diperoleh hasil uji regresi $Y = -0,902 + 0,127 X_1$, dari persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa minat beli dipengaruhi juga oleh *influencer*, yang apabila *influencer* naik satu satuan maka minat beli juga akan meningkat 12,7%. Untuk itu maka hipotesisnya yaitu H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Hal ini sejalan dengan *theory of planned behavior* bahwa promosi *influencer* merupakan suatu sikap yang diambil oleh suatu perusahaan dalam memberikan informasi seputar produk atau jasanya guna meningkatkan penjualan, dimana informasi ini nantinya akan digunakan oleh individu dalam memutuskan perilaku apa yang hendak dilakukannya. Menurut Ajzen sikap adalah evaluasi individu baik secara positif atau negatif terhadap suatu benda, orang, institusi, kejadian, perilaku, atau minat tertentu.²

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri Rifiani, Firdaus Yuni Dharta, Oky Oxygentri yang berjudul “Pengaruh *Endorse Influencer* Fadil Jaidi Terhadap Minat Beli Konsumen”. Penelitian ini menjelaskan jika ada pengaruh secara signifikan *endorse influencer* Fadil Jaidi

² Dr. Asmawiyah, “Meningkatkan Kinerja Usaha Dalam Perspektif Kewirausahaan” (Makassar: NEM, 2021), 29.

terhadap minat beli konsumen pada *followers* akun media sosial instagramnya.³

Influencer dapat diukur dengan 4 indikator, yaitu popularitas, kredibilitas, daya tarik, dan kekuatan. Dari hasil analisis yang diperoleh bahwasannya semua indikator dalam variabel ini lolos dalam uji validitas, reliabilitas, dan uji asumsi klasik. Jadi kesimpulan pada pembahasan ini adalah *influencer* dari *brand* Jims Honey adalah salah satu dari faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Dikarenakan apabila *influencer* memiliki kemampuan yang baik dalam mempromosikan suatu produk itu akan semakin menarik minat beli pada konsumen.

Melalui deskripsi yang diberikan, *influencer* berpengaruh terhadap minat beli seseorang. Dibuktikan dengan nilai koefisien regresi *influencer* yaitu sebesar 0,127 di mana ketika *influencer* naik satu satuan maka minat beli juga meningkat sebesar 12,7%. Hal tersebut dikarenakan kemampuan yang dimiliki seorang *influencer* dalam meyakinkan konsumen sehingga mampu menarik minat beli konsumen terhadap suatu produk yang diiklankan.

2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Tas Merek Jims Honey pada remaja di Kabupaten Kudus

Hasil pengujian statistik pengaruh kualitas produk terhadap minat beli tas merek Jims Honey di Kabupaten Kudus mendapatkan nilai t hitung 5,325 dan t tabel 1,984 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil membuktikan bahwa t hitung $>$ t tabel di mana terdapat pengaruh positif antara kualitas produk terhadap minat beli tas merek Jims Honey pada remaja di Kabupaten Kudus. Untuk itu, H_0 ditolak dan H_2 diterima.

Kemudian dari uji Hipotesis menunjukkan bahwa pada variabel kualitas produk diperoleh hasil uji regresi $Y = - 0,902 + 0,256 X_2$, dari persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa minat beli dipengaruhi juga oleh kualitas produk, yang apabila kualitas produk naik satu satuan maka minat beli juga akan meningkat 25,6%. Untuk itu maka hipotesisnya yaitu H_0 ditolak dan H_2 diterima.

³ Rifiani, Yuni Dharta, and Oxygentri, "Pengaruh Endorse Influencer Fadil Jaidi Terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Eksplanatori Pada Pengikut Media Sosial Instagram @fadiljaidi)."

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Nurmin Arianto dan Sabta Ad Difa yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT Nirwana Gemilang Property”, menjelaskan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli dengan bukti uji yang telah dilakukan. Dilihat pada skor tertinggi 4,12 yaitu pada indikator “Estetika” dimana konsumen menilai PT Nirwana Gemilang Property bisa dipercaya dalam memenuhi dan menjamin kebutuhan konsumen. Hal tersebut menjelaskan jika produk PT Nirwana Gemilang Property memang memberikan reputasi yang baik, baik untuk konsumen maupun untuk lingkungan sekitar.⁴

Kualitas produk dapat diukur dengan 8 indikator, yaitu kinerja, fitur produk, kehandalan, kesesuaian, daya tahan, kemampuan memperbaiki, keindahan, dan kualitas yang dipersepsikan. Dari hasil analisis yang diperoleh bahwasannya semua indikator dalam variabel ini lolos dalam uji validitas, reliabilitas, dan uji asumsi klasik. Jadi kesimpulan pada pembahasan ini adalah kualitas produk dari *brand* Jims Honey adalah salah satu dari faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Dikarenakan apabila suatu produk memiliki kualitas yang baik dengan berbagai fitur yang menarik itu akan semakin menarik minat beli pada konsumen.

Melalui deskripsi yang diberikan, kualitas produk berpengaruh positif terhadap minat beli seseorang. Dibuktikan dengan nilai koefisien regresi kualitas produk yaitu 0,256 di mana apabila kualitas produk naik satu satuan maka minat beli juga meningkat sebesar 25,6%. Hal tersebut dikarenakan peningkatan Jims Honey terhadap kualitas produknya, sehingga selain harga yang *affordable* juga memiliki kualitas produk yang unggul.

Menurut analisis peneliti dikarenakan minat beli terlaksana setelah munculnya perhatian konsumen saat mengetahui informasi produk terkait kualitas, fitur produk, varian produk, dan lainnya, mempertahankan dan memperbaiki kualitas produk yang dimiliki jims honey akan semakin menjadi nilai tambah bagi produknya.

⁴ Arianto et al., “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT Nirwana Gemilang Property.”

3. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Minat Beli Tas Merek Jims Honey pada Remaja di Kabupaten Kudus

Hasil pengujian statistik pengaruh inovasi produk terhadap minat beli tas merek Jims Honey di Kabupaten Kudus mendapatkan nilai t hitung 4,291 dan t tabel 1,984 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil membuktikan bahwa t hitung $>$ t tabel di mana ada pengaruh antara inovasi produk terhadap minat beli tas merek Jims Honey pada remaja di Kabupaten Kudus. Untuk itu, H_0 ditolak dan H_3 diterima.

Kemudian dari uji Hipotesis menunjukkan bahwa pada variabel inovasi produk diperoleh hasil uji regresi $Y = - 0,902 + 0,522 X_3$, dari persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa minat beli dipengaruhi juga oleh inovasi produk, yang apabila inovasi produk naik satu satuan maka minat beli juga akan meningkat 52,2%. Untuk itu maka hipotesisnya yaitu H_0 ditolak dan H_3 diterima.

Inovasi produk dapat diukur dengan 3 indikator, yaitu kualitas produk, varian produk, dan gaya atau desain produk. Dari hasil analisis yang diperoleh bahwasannya semua indikator dalam variabel ini lolos dalam uji validitas, reliabilitas, dan uji asumsi klasik. Jadi kesimpulan pada pembahasan ini adalah inovasi produk dari *brand* Jims Honey adalah salah satu dari faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Dikarenakan apabila suatu brand sering melakukan inovasi terhadap produknya itu akan semakin menarik minat beli pada konsumen.

Deskripsi di atas menjelaskan jika inovasi produk berpengaruh besar terhadap minat beli tas merek Jims Honey. Nilai koefisien regresi inovasi produk sebesar 0,522 di mana ketika inovasi produk naik satu satuan maka minat beli juga meningkat sebesar 52,2%. Hal ini disebabkan oleh inovasi yang sering dilakukan oleh Jims Honey terhadap produknya sehingga menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian ulang.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dede Jajang Suyaman,dkk. Penelitian ini mengenai “Pengaruh Inovasi Produk dan Promosi Penjualan terhadap Minat Beli Sepeda Motor Suzuki Satria F150 (Survei pada Komunitas Suzuki Satria F150 Indonesia)”. Penelitian ini menjelaskan bahwa inovasi

produk dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat beli sepeda motor Suzuki satria F150.⁵

Menurut analisis peneliti, adanya program inovasi produk mampu meningkatkan volume penjualan sebab dengan adanya program inovasi produk tersebut mampu mempengaruhi minat beli konsumen dan menjadikan suatu produk semakin diminati karena banyaknya inovasi yang dikeluarkan sehingga banyak varian produk yang akan lebih menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian.

4. Pengaruh *influencer*, kualitas produk dan Inovasi Produk terhadap Minat Beli Tas Merek Jims Honey pada Remaja di Kabupaten Kudus

Pengujian pada uji F (uji secara serentak keseluruhan variabel X terhadap Y) diperoleh nilai F hitung 78,942 > F tabel 2,699 dan nilai signifikansinya yaitu 0,000 < 0,05. Hasil ini menjelaskan bahwasannya secara serentak variabel *influencer* (X1), kualitas produk (X2) dan Inovasi Produk (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli tas merek Jims Honey pada remaja di Kabupaten Kudus.

Hasil dari koefisien determinasi yaitu nilai R Square (R^2) = 0,712, hal ini memperlihatkan bahwa minat beli tas merek Jims Honey pada remaja di Kabupaten Kudus dipengaruhi oleh *influencer*, kualitas produk dan Inovasi Produk sebesar 71,2% dan 28,8% sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya. Maka hipotesisnya menyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_4 diterima.

Theory Of Planned Behavior (TPB) mengemukakan bahwasannya penentu perilaku yang paling proksimal adalah niat. Niat sendiri didefinisikan dengan motivasi, kesiapan, dan kesediaan seseorang untuk melakukan suatu tindakan. *Theory* ini mempunyai 3 komponen yaitu perilaku, aturan subjektif, dan pengawasan suatu tindakan. Minat beli didefinisikan dengan perilaku konsumen yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian.⁶

Menurut analisis peneliti dikarenakan minat beli terlaksana setelah munculnya perhatian konsumen saat mengetahui

⁵ Suyaman, "Pengaruh Inovasi Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Suzuki Satria F150 (Survei Pada Komunitas Suzuki Satria F150 Indonesia)."

⁶ Kotler & Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2016), 199.

informasi produk Jims Honey, Jims Honey diharapkan mampu untuk lebih memperhatikan ulasan konsumennya, yang berkaitan dengan pemasaran, kualitas produk yang dimiliki, dan juga inovasi terhadap produknya. Karena hubungan yang terjadi antara tiga variabel tersebut dan minat beli memperlihatkan bahwasannya meningkatnya kualitas pemasaran, kualitas produk dan inovasi produk juga memberikan peningkatan pada minat beli konsumen.

Selain itu juga, dengan memiliki *branding* yang baik akan menjadikan jims honey semakin populer di masyarakat dan berkembang lebih baik lagi untuk kedepannya.

