

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Letak Geografi

a) Keadaan Geografi

Desa Rejoagung berkedudukan kurang lebih 4 KM kearah utara dari kantor kecamatan Trangkil. Batas-batas wilayah desa Rejoagung adalah sebagai berikut:

- Sebelah utara : Desa Karangwage, Desa Krandan dan Desa Kertomulyo
- Sebelah timur : Desa Guyangan dan Desa Jatimulyo
- Sebelah selatan : Desa Trangkil dan Desa Jatimulyo
- Sebelah barat : Desa Trangkil dan Desa Karanglegi.¹

2. Luas Wilayah

Seluruhnya 139,100 Ha terdiri dari:

- a) Tanah sawah : 82 Ha
- b) Tanah karas/darat : 57,100 Ha

3. Pemerintahan

- a) Desa Rejoagung klasifikasi tingkat desa swasembada.
- b) Prasarana Pemerintahan Desa

Penyelenggaraan Pemerintahan Desa dalam rangka pelayanan kepada masyarakat desa Rejoagung dilaksanakan di Kantor Desa sebagai Pusat pemerintahan. Pelayanan masyarakat pada tahun 2013 antara lain sebagai berikut:

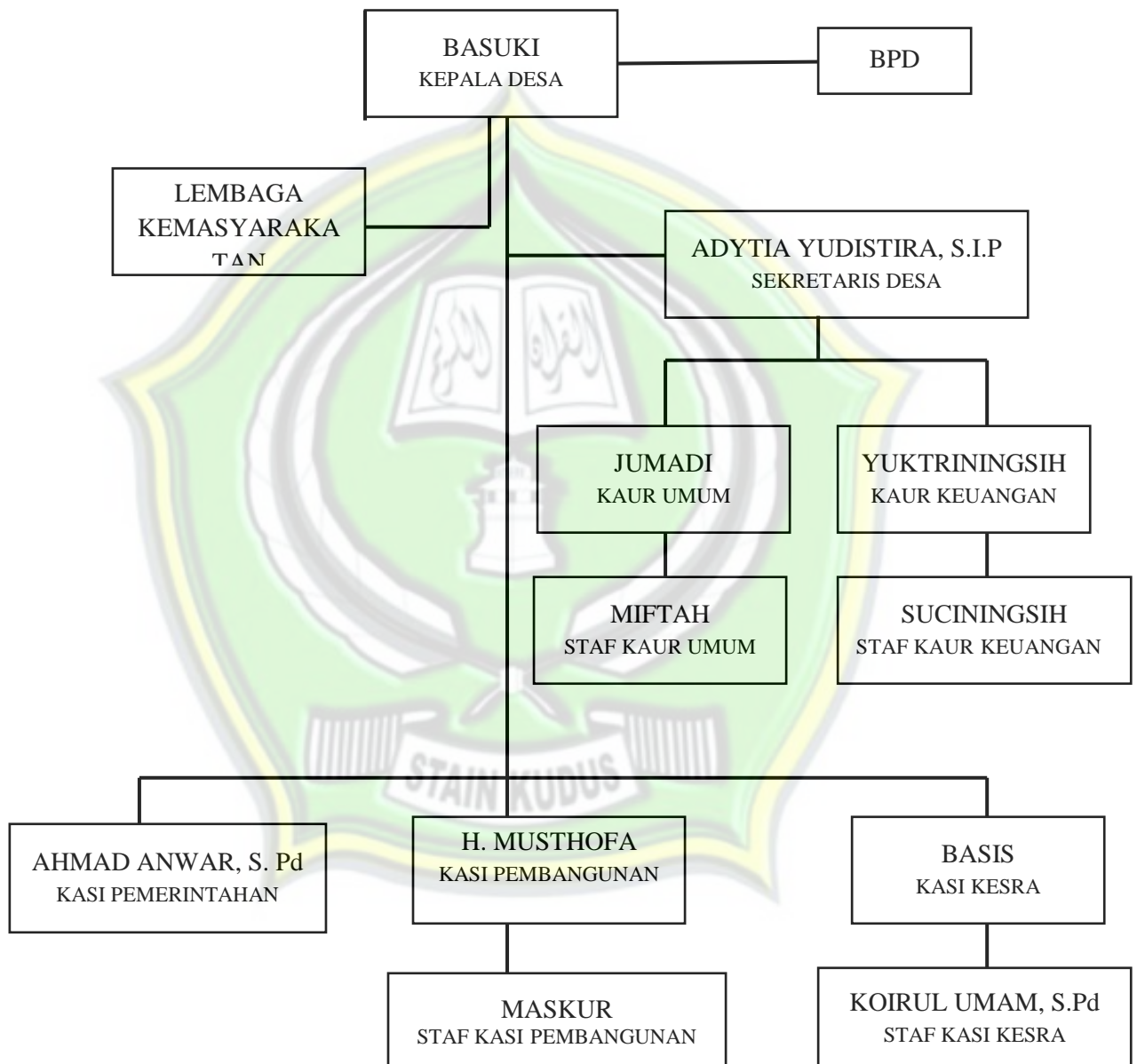
- Pelayanan pembuatan KK dan KTP
- Pelayanan pernikahan
- Pelayanan surat-menyurat
- Dan lain-lain.

¹ Hasil dokumentasi dari pemerintah kabupaten/kota Pati desa Rejoagung kecamatan Trangkil pada bulan Oktober tahun 2016.

c) Bagan Struktur Organisasi dan Tata Kerja Pemerintahan Desa Rejoagung

Gambar 4.1²

Struktur Organisasi dan Tata Kerja Pemerintahan
Desa Rejoagung



² Hasil dokumentasi dari pemerintah kabupaten/kota Pati desa Rejoagung kecamatan Trangkil pada bulan Oktober tahun 2016.

d) Bondo Deso

Hasil lelang tanah Bondo Deso di alokasikan untuk menunjang kegiatan pemerintah, pembangunan serta kemasyarakatan, dan agar pelaksanaannya sesuai dengan program yang telah ditetapkan, maka perlu didukung dari swadaya masyarakat.

e) Pajak Bumi dan Bangunan (PBB)

Didesa Rejoagung dalam rangka melaksanakan tugas penarikan PBB dibagi dan dilaksanakan petugas kring sesuai dengan tugasnya. Para kring menyadari bahwa sesuai dengan bagiannya menjadi tanggungjawabnya sendiri.

Kesadaran masyarakat dalam membayar PBB sudah cukup baik, namun kesadaran sebagai wajib pajak dalam membayar tersebut perlu dilaksanakan dari rumah kerumah wajib pajak dan perlu di tingkatkan sehingga pelunasan PBB dapat tercapai sesuai target yang ditentukan, untuk itu perlu bantuan dari semua pihak dalam mensukseskan program tersebut. PBB pada setiap tahunnya lunas 100%.³

4. Penduduk dan Tenaga Kerja

a) Kependudukan

Jumlah penduduk desa Rejoagung pada tahun 2016 tercatat 3.372 jiwa yang terdiri dari 1.656 penduduk laki-laki dan 1.716 penduduk perempuan.

Pada tahun 2016 penduduk pendatang baru di desa Rejoagung sebanyak 31 jiwa, sebaliknya penduduk yang pindah sebesar 25 jiwa.

b) Keluarga Berencana

Banyaknya peserta KB aktif di desa Rejoagung sebesar 905 orang, dimana sebagian besar menggunakan metode kontrasepsi

³ Hasil dokumentasi dari pemerintah kabupaten/kota Pati desa Rejoagung kecamatan Trangkil pada bulan Oktober tahun 2016.

suntik sebanyak 683 orang, menggunakan pil sebanyak 153 orang, IUD sebanyak 3 orang, MOP sebanyak 19 orang, MOW sebanyak 16 orang, KB Mandiri sebanyak 683 orang, dan INP sebanyak 32 orang.

c) Tenaga kerja

Sebagian besar mata pencaharian penduduk di desa Rejoagung adalah petani, buruh industri, peternak, pedagang dan buruh bangunan.

Tabel 4.1⁴
Jenis Mata Pencaharian

No.	Jenis Mata Pencaharian	Jumlah
1.	Petani Pemilik Tanah	158
2.	Petani Penggarap Tanah	359
3.	Buruh Tani	402
4.	Buruh Industri	108
5.	Peternak	210
6.	Buruh Bangunan	98
7.	Nelayan	4
8.	Pengkrajin / Industri Kecil	26
9.	Pengusaha / Wiraswasta	3
10.	Pedagang	32
11.	Pegawai Negeri Sipil	23
12.	Pensiunan PNS	7
13.	Polri	1
14.	Pensiunan Polri	-
15.	TNI	1
16.	Pensiunan TNI	-
17.	Aparat Pemerintahan Desa	6
18.	Lain-Lain	19

5. Sosial Budaya

a) Pendidikan dan Kebudayaan

Sarana pendidikan yang tersedia di desa Rejoagung yaitu Taman Pendidikan Al-Qur'an sebanyak 1 buah, Taman Kanak-

⁴ Hasil dokumentasi dari pemerintah kabupaten/kota Pati desa Rejoagung kecamatan Trangkil pada bulan Oktober tahun 2016.

Kanak / RA sebanyak 1 buah, PAUD sebanyak 1 buah, Sekolah Dasar sebanyak 2 buah, Madrasah Diniyah (Madin) sebanyak 1 buah, dan Pondok Pesantren sebanyak 1 buah.

b) Kesehatan

Kegiatan Poliklinik Kesehatan Desa (PKD) /Polindes dalam rangka membantu masyarakat desa Rejoagung dibidang kesehatan ditangani oleh Bidan Kesehatan.

c) Agama

Mayoritas penduduk desa Rejoagung memeluk Agama Islam yaitu sebanyak 3.349 orang dan pemeluk Agama Kristen sebanyak 11 orang.⁵

B. Gambaran Umum Responden

Diskripsi responden disajikan dalam penelitian ini guna untuk menggambarkan keadaan atau kondisi responden yang dapat memberikan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Penyajian data deskriptif penelitian ini bertujuan agar dapat dilihat profil dari data penelitian tersebut dan hubungan antar variabel yang digunakan dalam penelitian. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang cara pengambilan responden adalah dengan menggunakan angket. Untuk penyebaran kuesionernya dilakukan dengan cara peneliti langsung mendatangi masyarakat desa Rejoagung, Trangkil, Pati dan menyerahkan kuesioner yang ada untuk diisi responden, hal ini dimaksudkan agar lebih efektif untuk meningkatkan respon date responden dalam penelitian ini, dengan mengambil sampel sebanyak 95 responden sebagai syarat dalam pemenuhan sampel yang dapat mewakili populasi. Dalam hal ini peneliti membagi karakteristik responden sebagai berikut:

⁵ Hasil dokumentasi dari pemerintah kabupaten/kota Pati desa Rejoagung kecamatan Trangkil pada bulan Oktober tahun 2016.

1. Usia Responden

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
15-30	65	68,42%
31-40	24	25,27%
>40	6	6,31%
Jumlah	95	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2017

Berdasarkan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 95 responden yang berusia 15-30 tahun sebesar 65 atau 68,42%, yang berusia 31-40 tahun sebesar 24 atau 25,27% dan yang berusia >40 tahun sebesar 6 atau 6,31%.

2. Jenis kelamin responden

Berdasarkan jenis kelamin responden, terdiri hanya jenis kelamin perempuan yang seluruhnya berjumlah sebanyak 95 responden.

3. Pendidikan Responden

Berdasarkan kuesioner yang dikumpulkan dari 95 responden diperoleh data tentang status pendidikan responden penelitian. Tabel berikut menunjukkan identitas responden berdasarkan status pendidikannya.

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Persentase
SD	16	16,84%
SMP	20	21,05%
SMA	55	57,9%
D3/S1	4	4,21%
Jumlah	95	100%

Sumber: Data Primer diolah, 2017

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan bahwa 95 responden yang menjadi sampel mayoritas adalah responden yang berpendidikan

SMA/ Sederajat yaitu sebesar 55 atau 57,9%. Sedangkan distribusi yang tingkat pendidikan yang lain adalah berpendidikan SD sebanyak 16 atau 16,84%, responden yang berpendidikan SMP/ Sederajat sebanyak 20 atau 21.05 dan responden yang berpendidikan D3/ Sederajat sebanyak 4 atau 4,21%.

C. Deskripsi Angket

Hasil dari masing-masing jawaban responden tentang demografi, situasi dan karakter konsumen terhadap keputusan pembelian pakaian muslimah:

1. Variabel Demografi (X1)

Tabel 4.4
Hasil dari Jawaban Responden

Variabel	Item	Total STS	(%)	Total TS	(%)	Total N	(%)	Total S	(%)	Total SS	(%)
Demografi	D1	0	0	0	0	0	0	68	71,6	27	28,4
	D2	0	0	0	0	5	5,3	68	71,6	22	23,2
	D3	0	0	37	38,9	33	34,7	22	23,2	3	3,2
	D4	0	0	26	27,4	21	22,1	41	43,2	7	7,4

Sumber: Data Primer yang diolah, 2017

Berdasarkan data diatas dapat dipahami bahwa:

- a. Pada Item (1) responden yang menjawab sangat setuju 27, yang menjawab setuju 68, yang menjawab netral 0, yang menjawab tidak setuju 0, yang menjawab sangat tidak setuju 0. Maka dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa ketika membeli pakaian muslimah menyesuaikan usia.
- b. Pada Item (2) responden yang menjawab sangat setuju 22, yang menjawab setuju 68, yang menjawab netral 5, yang menjawab tidak setuju 0, yang menjawab sangat tidak setuju 0. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden setuju jika berpakaian muslimah merupakan suatu keharusan.
- c. Pada Item (3) responden yang menjawab sangat setuju 3, yang menjawab setuju 22, yang menjawab netral 33, yang menjawab

tidak setuju 37, yang menjawab sangat tidak setuju 0. Maka dapat disimpulkan mayoritas responden tidak setuju jika membeli pakaian muslimah karena status pendidikan dan lingkungan sekitar.

- d. Pada Item (4) responden yang menjawab sangat setuju 7, yang menjawab setuju 41, yang menjawab netral 21, yang menjawab tidak setuju 26, yang menjawab sangat tidak setuju 0. Maka dapat disimpulkan mayoritas responden setuju jika membeli pakaian muslimah karena dorongan dari keluarga.

2. Variabel Situasi (X2)

Tabel 4.5
Hasil dari Jawaban Responden

Variabel	Item	Total STS	(%)	Total TS	(%)	Total N	(%)	Total S	(%)	Total SS	(%)
Situasi	S1	0	0	23	24,2	41	43,2	28	29,5	3	3,2
	S2	0	0	1	1,1	25	26,3	67	70,5	2	2,1
	S3	0	0	1	1,1	19	20,0	61	64,2	14	14,7

Sumber: Data Primer yang diolah, 2017

Berdasarkan data diatas dapat dipahami bahwa:

- a. Pada Item (1) responden yang menjawab sangat setuju 3, yang menjawab setuju 28, yang menjawab netral 41, yang menjawab tidak setuju 23, yang menjawab sangat tidak setuju 0. Maka dapat disimpulkan mayoritas responden netral atau ragu-ragu ketika membeli pakaian muslimah karena pengaruh lingkungan fisik.
- b. Pada Item (2) responden yang menjawab sangat setuju 2, yang menjawab setuju 67, yang menjawab netral 25, yang menjawab tidak setuju 1, yang menjawab sangat tidak setuju 0. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa membeli pakaian muslimah karena pengaruh dari lingkungan sosial.

- c. Pada Item (3) responden yang menjawab sangat setuju 14, yang menjawab setuju 61, yang menjawab netral 19, yang menjawab tidak setuju 1, yang menjawab sangat tidak setuju 0. Maka dapat disimpulkan mayoritas responden setuju ketika membeli pakaian muslimah karena pengaruh keadaan terdahulu atau suasana hati.

3. Variabel Karakter Konsumen (X3)

Tabel 4.6
Hasil dari Jawaban Responden

Variabel	Item	Total	(%)	Total	(%)	Total	(%)	Total	(%)	Total	(%)
		STS		TS		N		S		SS	
Karakter Konsumen	KK1	0	0	0	0	5	5,3	53	55,8	37	38,9
	KK2	0	0	17	17,9	57	60,0	21	22,1	0	0
	KK3	1	1,1	18	18,9	50	52,6	26	27,4	0	0

Sumber: Data Primer yang diolah, 2017

Berdasarkan data diatas dapat dipahami bahwa:

- a. Pada Item (1) responden yang menjawab sangat setuju 37, yang menjawab setuju 53, yang menjawab netral 5, yang menjawab tidak setuju 0, yang menjawab sangat tidak setuju 0. Maka dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa ketika membeli pakaian muslimah menyesuaikan dengan karakternya.
- b. Pada Item (2) responden yang menjawab sangat setuju 0, yang menjawab setuju 21, yang menjawab netral 57, yang menjawab tidak setuju 17, yang menjawab sangat tidak setuju 0. Maka dapat disimpulkan bahwa responden netral atau masih ragu jika membeli pakaian muslimah karena dorongan dari orang lain.
- c. Pada Item (3) responden yang menjawab sangat setuju 0, yang menjawab setuju 26, yang menjawab netral 50, yang

menjawab tidak setuju 18, yang menjawab sangat tidak setuju 1. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden netral atau ragu-ragu jika pakaian muslimah dapat meningkatkan gengsi di lingkungan sekitar.

4. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 4.7
Hasil dari Jawaban Responden

Variabel	Item	Total STS	(%)	Total TS	(%)	Total N	(%)	Total S	(%)	Total SS	(%)
Keputusan Pembelian	KP1	0	0	0	0	2	2,1	46	48,4	47	49,5
	KP2	0	0	6	6,3	20	21,1	63	66,3	6	6,3
	KP3	0	0	5	5,3	28	29,5	57	60,0	5	5,3
	KP4	0	0	2	2,10	30	31,6	55	57,9	8	8,4
	KP5	0	0	0	0	4	4,2	48	50,5	43	45,3
	KP6	0	0	0	0	20	21,1	46	48,4	29	30,5

Sumber: Data Primer yang diolah, 2017

Berdasarkan data diatas dapat dipahami bahwa:

- a. Pada Item (1) responden yang menjawab sangat setuju 47, yang menjawab setuju 46, yang menjawab netral 2, yang menjawab tidak setuju 0, yang menjawab sangat tidak setuju 0. Maka dapat disimpulkan mayoritas responden sangat setuju bahwa ketika membeli pakaian muslimah karena kebutuhan pribadi.
- b. Pada Item (2) responden yang menjawab sangat setuju 6, yang menjawab setuju 63, yang menjawab netral 20, yang menjawab tidak setuju 6, yang menjawab sangat tidak setuju 0. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju sebelum membeli pakaian muslimah mencari informasi terlebih dahulu.
- c. Pada Item (3) responden yang menjawab sangat setuju 5, yang menjawab setuju 57, yang menjawab netral 28, yang menjawab tidak setuju 5, yang menjawab sangat tidak

setuju 0. Maka dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa sebelum membeli pakaian muslimah membandingkan terlebih dahulu dari informasi yang diperoleh.

- d. Pada Item (4) responden yang menjawab sangat setuju 8, yang menjawab setuju 55, yang menjawab netral 30, yang menjawab tidak setuju 2, yang menjawab sangat tidak setuju 0. Maka dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa ketika membeli pakaian muslimah setelah membandingkan dari beberapa alternatif pilihan.
- e. Pada Item (5) responden yang menjawab sangat setuju 43, yang menjawab setuju 48, yang menjawab netral 4, yang menjawab tidak setuju 0, yang menjawab sangat tidak setuju 0. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden setuju ketika membeli pakaian muslimah yang sesuai dengan yang diinginkan.
- f. Pada Item (6) responden yang menjawab sangat setuju 29, yang menjawab setuju 46, yang menjawab netral 20, yang menjawab tidak setuju 0, yang menjawab sangat tidak setuju 0. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden setuju setelah membeli pakaian muslimah mereka semakin termotivasi menggunakan pakaian muslimah.

D. Uji Asumsi klasik

1. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (bebas). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas didalam regresi adalah dengan model Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF) sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.597	1.775		4.844	.000		
	Demografi	.382	.126	.307	3.026	.003	.572	1.749
	Situasi	.506	.160	.290	3.162	.002	.703	1.423
	Karakter_Konsumen	.423	.167	.237	2.539	.013	.677	1.477

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber: SPSS 22

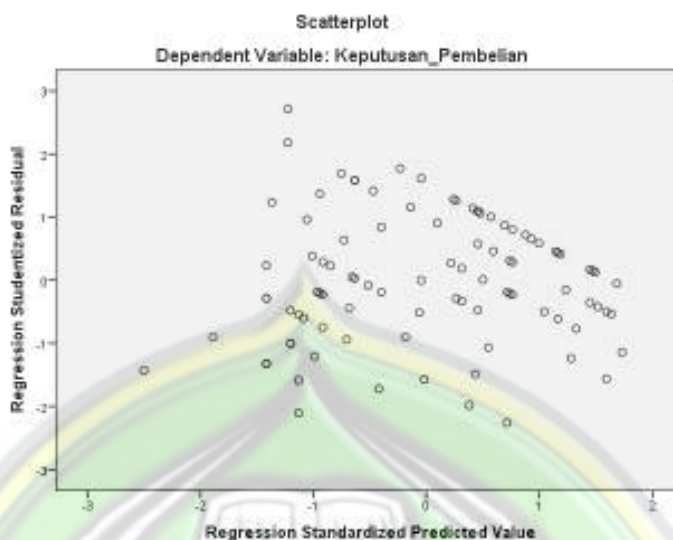
Berdasarkan hasil pengujian multikolinieritas yang dilakukan diketahui bahwa nilai tolerance variabel demografi, situasi dan karakter konsumen masing-masing sebesar; 0,572, 0,703, 0,677 dan VIF masing-masing sebesar:1.749, 1.423, 1.477. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada variabel bebas yang memiliki tolerance kurang dari 0,10 dan tidak ada variabel bebas yang memiliki VIF yang lebih besar dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan Variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika Variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang terjadi homoskedastisitas atau tidak terjadi homoskedastisitas.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik scatterplot sebagai berikut:

Gambar 4.2
Grafik Scatterplot



Sumber: SPSS 22

Berdasarkan grafik scatterplot menunjukkan bahwa ada pola yang tidak jelas, serta ada titik yang menyebar diatas dan dibawah sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

3. Uji Autokolerasi

Hasil pengujian dengan menggunakan uji Durbin-Watson atas residual persamaan regresi diperoleh angka d hitung sebesar 1,766. Untuk menguji gejala autokorelasi maka d hitung sebesar 1,766 tersebut dibandingkan dengan nilai d teoritis dalam tabel d -statistik Dubin-Watson dengan signifikansi $\alpha = 5\%$. Dari tabel Durbin-Watson diperoleh nilai d_l sebesar 1,6015 dan d_u sebesar 1,7316 karena hasil pengujiannya adalah $1,7316 < d < 4 - d_u$ ($1,7316 < 1,766 < 4 - 1,7316$), maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi positif untuk tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$ atau dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi positif dan negatif karena d lebih besar daripada d_u dan lebih kecil daripada $4 - d_u$. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.9
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.681 ^a	.464	.446	1.956	1.766

a. Predictors: (Constant), Karakter_Konsumen, Situasi, Demografi

b. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

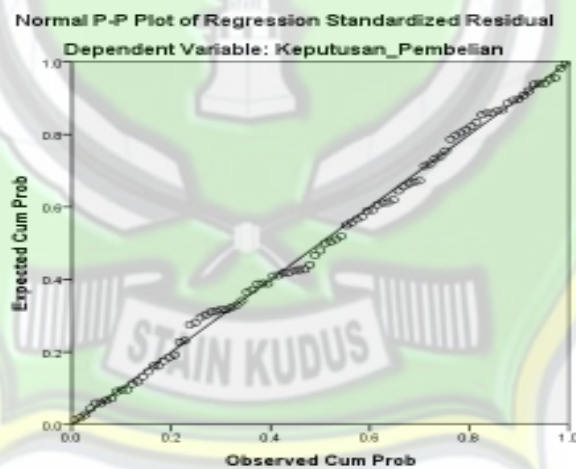
Sumber: SPSS 22

4. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Adapun hasil pengujian normalitas adalah sebagai berikut:

Gambar 4.3

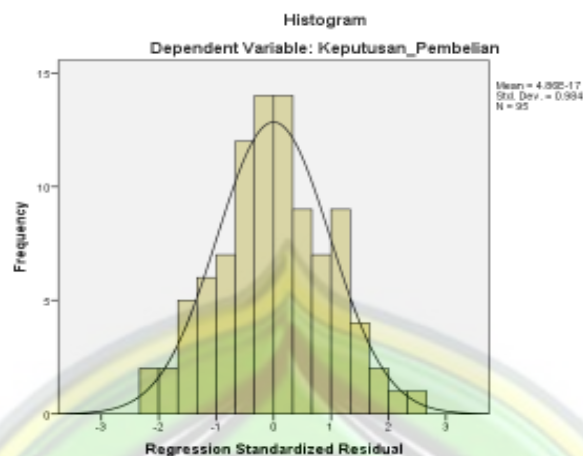
Hasil Uji Normalitas dengan Normal Probability Plot



Sumber: SPSS 22

Berdasarkan gambar diatas Normal Probability Plot menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal atau grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal maka model regresinya memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 4.4
Hasil Uji Normalitas dengan Histogram



Sumber: SPSS 22

Selain itu juga dapat dilihat grafik histogram pada gambar diatas residual data telah menunjukkan kurva normal yang membentuk lonceng sempurna. Dengan demikian, data yang digunakan telah memenuhi asumsi klasik dan dapat dikatakan data terdistribusi normal.

E. Teknik Analisis Data

1. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini dilakukan untuk menguji hipotesis dari penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya, yaitu mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel demografi, situasi dan karakter konsumen terhadap keputusan pembelian pakaian muslimah, maka dapat diketahui hasilnya pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.10
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.597	1.775		4.844	.000		
	Demografi	.382	.126	.307	3.026	.003	.572	1.749
	Situasi	.506	.160	.290	3.162	.002	.703	1.423
	Karakter_Konsumen	.423	.167	.237	2.539	.013	.677	1.477

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber: SPSS 22

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada tabel di atas koefisien untuk variabel bebas $X_1 = 0,382$, $X_2 = 0,506$ $X_3 = 0,423$ dan konstanta sebesar 8.597 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 8,597 + 0,382X_1 + 0,506 X_2 + 0,423X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan pembelian

X_1 = Demografi

X_2 = Situasi

X_3 = Karakter konsumen

a = konstanta

e = Variabel independen lain diluar model regresi

Dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa:

- 1) Nilai konstanta dari hasil penelitian menunjukkan nilai yang positif yaitu sebesar 8,597 artinya tidak ada pengaruh dari ketiga variabel independen faktor lain, maka variabel keputusan pembelian (Y) memiliki nilai sebesar konstanta tersebut yaitu 8,597.
- 2) Koefisien regresi variabel demografi (X_1) 0,382 menyatakan bahwa jika terjadi kenaikan sebesar 100%

akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 3,82% jika variabel independen lain dianggap konstan.

- 3) Koefisien regresi variabel situasi (X_2) 0,506 menyatakan bahwa jika terjadi kenaikan sebesar 100% akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 5,06% jika variabel independen lain dianggap konstan.
- 4) Koefisien regresi variabel karakter konsumen (X_3) 0,423 menyatakan bahwa jika terjadi kenaikan sebesar 100% akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 4,23% jika variabel independen lain dianggap konstan.

2. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen (X) secara parsial (individual) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Uji parsial ini dalam hasil perhitungan statistik ditunjukkan dalam t hitung. Secara lebih rinci dijelaskan dalam tabel berikut:

Tabel 4.11

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.597	1.775		4.844	.000		
	Demografi	.382	.126	.307	3.026	.003	.572	1.749
	Situasi	.506	.160	.290	3.162	.002	.703	1.423
	Karakter_Konsumen	.423	.167	.237	2.539	.013	.677	1.477

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber: SPSS 22

1) Pengaruh Demografi Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengujian statistik demografi terhadap keputusan pembelian menunjukkan t hitung 3,026 dengan t tabel 1,98580. Dan pada p value (sig) 0,003 yang berada dibawah 0,05 (tingkat

signifikan). Ini berarti nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($3,026 > 1,98580$) maka H_0 ditolak secara parsial demografi merupakan variabel bebas yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian muslimah. T hitung positif artinya demografi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pakaian muslimah.

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis “ terdapat pengaruh antara demografi terhadap keputusan pembelian pakaian muslimah” berdasarkan nilai signifikansi sig. lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,003 sehingga indikator yang menggambarkan demografi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian muslimah pada responden.

2) Pengaruh Situasi Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengujian statistik situasi terhadap keputusan pembelian menunjukkan t hitung 3,162 dengan t tabel 1,98580. Dan pada p value (sig) 0,002 yang berada di bawah 0,05 (tingkat signifikan). Ini berarti nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($3,162 > 1,98580$) dengan demikian, t hitung berada pada daerah H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh antara situasi terhadap keputusan pembelian pakaian muslimah. T hitung positif artinya situasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pakaian muslimah.

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis “ terdapat pengaruh antara situasi terhadap keputusan pembelian pakaian muslimah” berdasarkan nilai signifikansi sig. lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,002 sehingga indikator yang menggambarkan situasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian muslimah pada responden.

3) Pengaruh Karakter Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengujian statistik karakter konsumen terhadap keputusan pembelian menunjukkan t hitung 2,539 dengan t tabel

1,98580. Dan pada p value (sig) 0,013 yang berada di bawah 0,05 (tingkat signifikan). Ini berarti t hitung lebih besar dari t tabel ($2,539 > 1,98580$) dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima maka karakter konsumen merupakan variabel bebas yang berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian muslimah.

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis “terdapat pengaruh antara karakter konsumen terhadap keputusan pembelian pakaian muslimah” berdasarkan nilai signifikansi sig. lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,013 sehingga indikator yang menggambarkan situasi terbukti berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian muslimah pada responden.

3. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Uji simultan ini dalam hasil perhitungan ditunjukkan dalam F hitung. Secara lebih rinci F hitung akan dijelaskan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.12

Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	301.232	3	100.411	26.250	.000 ^b
	Residual	348.094	91	3.825		
	Total	649.326	94			

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

b. Predictors: (Constant), Karakter_Konsumen, Situasi, Demografi

Sumber: SPSS 22

Hasil pengujian statistik demografi, situasi dan karakter konsumen terhadap keputusan pembelian menunjukkan nilai F hitung 26,250 dengan F tabel 2,70 dan nilai p value (sig) 0,000

yang berada dibawah 0,05 (tingkat signifikan), F hitung lebih besar dari F tabel ($26,250 > 2,70$) dan signifikansi kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak dengan demikian dapat disimpulkan bahwa demografi, situasi dan karakter konsumen merupakan variabel bebas yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian muslimah.

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui prosentase sumbangan pengaruh variabel independen (X) secara serentak terhadap variabel dependen (Y). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai dengan satu.

R^2 yang digunakan adalah nilai Adjusted R Squer yang merupakan R^2 yang telah disesuaikan. Adjusted R Squer merupakan indikator untuk mengetahui pengaruh penambahan waktu sesuai variabel indenpenden ke dalam persamaan. Adapun hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.13

Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.681 ^a	.464	.446	1.956	1.766

a. Predictors: (Constant), Karakter_Konsumen, Situasi, Demografi

b. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber: SPSS 22

Dari output diatas terlihat nilai korelasi adalah sebesar 0,681 dengan koefisien determinasi 0,446. Dengan demikian 44,6% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel demografi, situasi dan karakter konsumen. Sedangkan sisanya ($100\% - 44,6\% = 55,4\%$) dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain Standart Eror of Estimate (SEE) sebesar 1,956 semakin kecil SEE akan membuat model regresi semakin tepat memprediksi variabel dependen.

F. Pembahasan dan Analisis

1. Pengaruh Demografi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Muslimah

Terdapat pengaruh antara demografi terhadap keputusan pembelian pakaian muslimah, dari hasil uji parsial atau uji t ternyata nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($3,026 > 1,98580$) maka t hitung berada pada daerah H_0 ditolak dan H_a diterima, dan berdasarkan nilai signifikansi sig. lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,003 secara parsial demografi merupakan variabel bebas yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pakaian muslimah. Dan t hitung positif artinya demografi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pakaian muslimah pada masyarakat Rejoagung Trangkil Pati.

Hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa selain berpakaian muslimah merupakan suatu keharusan, responden memiliki keputusan pembelian berdasarkan usia, status jenjang pendidikan atau lingkungan sekitar dan dorongan keluarga.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Ayu Mentari dan Saed Armia (2017) yang berjudul pengaruh faktor demografi terhadap keputusan pembelian mobil di kota Aceh dengan persepsi merek mewah sebagai variabel mediasi, hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan positif antara demografi terhadap keputusan pembelian.

2. Pengaruh Situasi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Muslimah

Terdapat pengaruh antara situasi terhadap keputusan pembelian pakaian muslimah, dari hasil uji parsial atau uji t menunjukkan t hitung sebesar 3,162 dengan t tabel sebesar 1,98580. Nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($3,162 > 1,98580$) dengan demikian, t hitung berada pada daerah H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh antara situasi terhadap keputusan pembelian pakaian

muslimah. Dan t hitung positif artinya situasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pakaian muslimah pada masyarakat Rejoagung Trangkil Pati.

Hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa responden memiliki keputusan pembelian berdasarkan pakaian muslimah dapat dengan mudah dijumpai baik melalui media telekomunikasi (contoh: tv dan telepon) maupun ditoko-toko terdekat.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Nova Kristian Mamuaya (2016) yang berjudul *the effect of situational factors and product on consumer buying decision in hypermart at Manado city*, hasil penelitian menunjukkan situasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

3. Pengaruh Karakter Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Muslimah

Terdapat pengaruh karakter konsumen terhadap keputusan pembelian dari hasil uji parsial atau t hitung menunjukkan t hitung lebih besar dari t tabel ($2,539 > 1,98580$) dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga terdapat pengaruh signifikan antara karakter konsumen terhadap keputusan pembelian pakaian muslimah.

Hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa responden memiliki keputusan pembelian berdasarkan kepada kepercayaannya, mempertimbangkan pendapat orang lain dan membeli produk yang memberikan dampak terhadap orang-orang sekelilingnya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Kuncoro Aprilia Hikmawati, Zainul Arifin, Kadarisman Hidayat (2016) yang berjudul *pengaruh karakteristik konsumen terhadap keputusan pembelian (survei terhadap mahasiswa peserta telkomsel apprentice program pembeli kartu simpati di grapari telkomsel Malang)*, hasil penelitian menunjukkan bahwa karakter konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

4. Pengaruh Demografi, Situasi Dan Karakter Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Muslimah

Dari hasil uji simultan (uji F) demografi, situasi dan karakter konsumen terhadap keputusan pembelian menunjukkan nilai F hitung lebih besar dari F tabel ($26,250 > 2,70$) dan signifikansi kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima dengan demikian dapat disimpulkan bahwa demografi, situasi dan karakter konsumen merupakan variabel bebas yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian pakaian muslimah.

Dan diketahui bahwa nilai korelasi adalah sebesar 0,681 dengan koefisien determinasi 0,446. Dengan demikian 44,6% variasi perubahan keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel demografi, situasi dan karakter konsumen. Sedangkan sisanya ($100\% - 44,6\% = 55,4\%$) keputusan pembelian pakaian muslimah dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain Standart Error of Estimate (SEE).

G. Implikasi Penelitian

1. Implikasi Teoritis

Melihat hasil pengujian hipotesis penelitian diatas, maka terdapat implikasi penelitian baik secara teoritik maupaun praktik, yaitu:

1. Teoritik

Implikasi teoritik dari penelitian ini adalah sebagai dukungan empiris adanya pengaruh demografi, situasi dan karakter konsumen terhadap keputusan pembelian pakaian muslimah (studi masyarakat desa Rejoagung Trangkil Pati). Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian Ayu Mentari dan Saed Armia (2017) yang telah membuktikan bahwa secara parsial maupun simultan, demografi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Nova Kristian Mamuaya (2016) yang telah membuktikan bahwa secara parsial maupun simultan situasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kuncoro Aprilia

Hikmawati, Zainul Arifin, Kadarisman Hidayat (2016) yang telah membuktikan secara parsial, karakter konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

2. Praktik

Implikasi praktik dari penelitian ini adalah

- a. Perilaku konsumen dalam pembelian pakaian muslimah dapat dipengaruhi oleh demografi, situasi dan karakter konsumen. Apabila ketiga variabel tersebut berjalan dengan baik tentunya minat pembelian pada pakaian muslimah akan meningkat.
- b. Berdasarkan penelitian menunjukkan bahwa demografi, situasi dan karakter konsumen menjadikan konsumen melakukan pembelian pakaian muslimah. Oleh karena itu produsen pakaian muslimah perlu untuk lebih mensegmentasikan produknya agar lebih berbeda dari dengan produk lain.

