

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Toko Rizki Barokah Kudus

##### 1. Sejarah Toko Rizki Barokah Kudus

Penelitian ini dilakukan di Toko Rizki Barokah Kudus, penulis akan memberikan sedikit gambaran tentang toko tersebut. Toko Rizki Barokah Kudus adalah salah satu toko yang bergerak di bidang usaha dagang aneka baju serta *fashion* lainnya. Didirikan pada bulan April 2012, toko ini telah beroperasi selama lebih kurang 6 tahun terakhir. Toko Rizki Barokah menawarkan berbagai macam koleksi pakaian pria dan wanita sehari-hari mulai dari anak-anak, remaja sampai dewasa. Ragam produk pakaian wanita yang dijual di toko ini diantaranya adalah *blouse*, kemeja, gamis, celana bahan, *jean*, jilbab dan banyak lagi lainnya. Begitu juga dengan pakaian pria ada kemeja, *blouse*, kaos berkerah, celana bahan, *jean* pendek maupun panjang serta berbagai macam *acesories* lainnya.

Pemilik dari toko ini adalah bapak Aris Susanto. Butuh waktu yang tidak sebentar beliau memulai usahanya, dari dagangan yang cuma sedikit hingga kini menjadi cukup besar. Berbekal kerja keras dan pantang menyerah usaha beliau menuai hasil yang cukup memuaskan. Kini beliau memiliki dua toko pakaian, salah satunya beralamat di desa Gribog kecamatan Gebog kabupaten Kudus yang diberi nama Rizki Barokah. Dengan nama tersebut beliau berharap akan menjadikan perantara rejeki yang berkah dan bermanfaat bagi beliau sendiri maupun karyawan yang telah bergabung. Saat ini karyawan yang telah bergabung di toko Rizki Barokah Kudus ada 7 orang keseluruhan meliputi kepala toko/ kasir dan beberapa pramuniaganya.

Jam pelayanan belanja toko ini dibuka dari jam 08.00 pagi sampai 21.00 malam. Ditunjang semangat karyawan yang tinggi serta adanya variasi harga juga desain yang beragam tentunya akan menghasilkan

pelayanan yang maksimal sehingga mampu menarik konsumen untuk mengunjungi dan berbelanja di toko ini.

## 2. Visi dan Misi Toko Rizki Barokah Kudus

### a. Visi:

Menjadi mitra dan solusi bagi masyarakat atas kebutuhan dalam hal fashion.

### b. Misi:

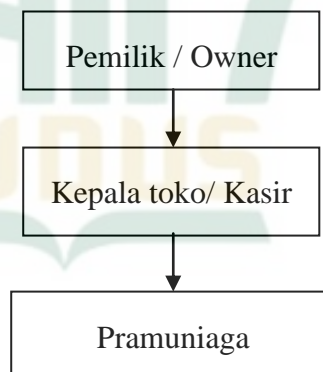
Memberikan pengalaman belanja terbaik dan berkualitas demi kepuasan pelanggan.

## 3. Struktur Organisasi Toko Rizki Barokah Kudus

Struktur organisasi menggambarkan suatu hubungan yang ada pada sebuah perusahaan. Selain itu, struktur organisasi membagi wewenang pada sebuah perusahaan. Berdasarkan penelitian di lapangan, toko Rizki Barokah belum memiliki struktur organisasi secara tertulis, akan tetapi secara umum telah tersirat dalam wawancara yang telah dilakukan yakni:

**Gambar 4.1**

### **Struktur organisasi Toko Rizki Barokah Kudus**



Struktur Organisasi Toko Rizki Barokah Kudus adalah sebagai berikut:

- a. Pemilik/ Owner : Aris Susanto
- b. Kepala toko/ kasir : Nor Aisyah
- c. Pramuniaga : 1. Siti Mahmudah 2. Sifa Damayanti  
3. Ainun 4. Novia

5. Fina Aulia

6. Arina

#### 4. Ragam Produk di Toko Rizki Barokah Kudus

Seperti yang telah dijabarkan di atas bahwa toko Rizki Barokah Kudus adalah sebuah toko pakaian yang tentunya menawarkan berbagai macam produk fashion seperti yang kita ketahui pada umumnya. Produk-produk yang ditawarkan di toko ini mulai dari pakaian atasan sampai bawahan beserta aksesorisnya baik pria maupun wanita dari kalangan anak-anak, remaja sampai dewasa lengkap di sini sungguh untuk para pengunjung. Diantaranya yakni kemeja, blouse, jaket, kaos berkerah (polo shirt), kaos dalam, sweater, celana bahan pendek maupun panjang, jeans/denim panjang maupun pendek, dsb. Untuk lebih jelasnya di bawah ini disajikan tabel produk yang dijual di toko Rizki Barokah Kudus:

**Tabel 4.1**  
**Produk Toko Rizki Barokah Kudus**

No.	Nama Barang			
	Pria	Ukuran	Wanita	Ukuran
1.	Kemeja	Anak s/d dewasa	Kemeja	Anak s/d dewasa
2.	T-shirt	Anak s/d dewasa	T-shirt	Anak s/d dewasa
3.	Polo shirt	Anak s/d dewasa	Kaos Dalam	Anak s/d dewasa
4.	Kaos Dalam	Anak s/d dewasa	Celana dalam & BH	Remaja dan dewasa
5.	Celana dalam	Anak s/d dewasa	Daster/baju tidur	All size
6.	Topi	Anak s/d dewasa	Kerudung dan aksesorisnya	Anak s/d dewasa
7.	Celana pendek	Anak s/d dewasa	Mukena	Dewasa dan anak
8.	Jeans/denim panjang	Anak s/d dewasa	Jeans/denim panjang	Anak s/d dewasa
9.	Jeans/denim pendek	Anak s/d dewasa	Jeans/denim pendek	Anak s/d dewasa
10.	Celana bahan	Anak s/d dewasa	Celana bahan	Anak s/d dewasa
11.	Baju koko	Anak s/d dewasa	Gamis	Dewasa dan anak

12.	Jaket	Anak s/d dewasa	Polo shirt	Anak s/d dewasa
13.	Sweater	Remaja	Celana pendek	Remaja&Dewasa

### 5. Daftar Harga Pakaian di Toko Rizki Barokah Kudus

Di toko Rizki Barokah Kudus menawarkan pilihan harga kepada para konsumennya dari harga yang murah sampai mahal tergantung minat dan daya beli masing-masing individu. Berikut ini disajikan tabel daftar harga di toko ini:

**Tabel 4.2**  
**Harga Toko Rizki Barokah Kudus**

No.	Nama Barang			
	Pria	Harga	Wanita	Harga
1.	Kemeja dewasa	50K – 100K	Kemeja dewasa	50K – 90K
2.	T-shirt dewasa	35K – 80K	T-shirt dewasa	35K – 80K
3.	Polo shirt dewasa	40K – 70K	Polo shirt dewasa	20K – 35K
4.	Kaos Dalam dewasa	20K – 55K	Celana dalam & BH dewasa	8K – 45K
5.	Celana dalam dewasa	10K – 30K	Kaos Dalam dewasa	20K – 35K
6.	Topi	20K – 35K	Mukena	100K – 250K
7.	Celana pendek dewasa	20K – 60K	Kerudung dan aksesorisnya	15K – 55K
8.	Denim panjang dewasa	80K – 135K	Denim panjang dewasa	80K – 140K
9.	Denim pendek dewasa	55K – 85K	Denim pendek dewasa	50K – 75K
10.	Sarung	50K – 85K	Celana bahan dewasa	20K – 95K
11.	Baju koko dewasa	80K – 150K	Celana pendek dewasa	20K – 65K
12.	Jaket dewasa	100K – 135K	Daster/baju tidur	20K – 50K
13.	Sweater	50K – 75K	Gamis dewasa	80K – 245K
14.	Pakaian anak-anak	20K – 125K	Pakaian anak-anak	20K – 120K

## 6. Daftar Desain Pakaian di Toko Rizki Barokah Kudus

Di toko Rizki Barokah Kudus menawarkan pilihan desain kepada para konsumennya tergantung minat dan ketertarikan masing-masing individu. Berikut ini disajikan tabel daftar desain di toko ini:

**Tabel 4.3**

**Desain Toko Rizki Barokah Kudus**

No.	Nama Barang			
	Pria	Desain	Wanita	Desain
1.	Kemeja	Batik, polos, bunga, salur, kotak.	Kemeja	Polos, bunga, batik, kotak, garis.
2.	T-shirt	Polos, sablon depan, sablon belakang, kombinasi, garis	T-shirt	Polos, sablon depan, sablon belakang, kombinasi, garis
3.	Polo shirt	Polos, klub bola, kombinasi, motif gambar	Polo shirt	Polos, klub bola, kombinasi, motif gambar
4.	Kaos Dalam dewasa	Polos, doreng	Celana dalam & BH	Polos, garis, renda
5.	Celana dalam	Polos, motif kotak	Kaos Dalam	Polos
6.	Topi	Doreng, polos, kombinasi	Mukena	Potongan, lajuran, bali, polos, bordir bunga
7.	Celana pendek	Polos, kotak, garis, dorang, kombinasi, gambar	Kerudung dan aksesorisnya	Polos, segi empat, pasmina, bunga, kombinasi
8.	Denim panjang	Polos, kombinasi sobek, <i>wash</i>	Denim panjang	Polos, kombinasi sobek, <i>wash</i>
9.	Denim pendek	Polos	Denim pendek	Polos
10.	Sarung	Polos, kotak, kombinasi bunga	Celana bahan	Polos
11.	Baju koko	Polos, lengan pendek, lengan panjang, bordir	Celana pendek	Polos, kotak
12.	Jaket	Polos, boomber, hoody, bolak balik,	Daster/baju tidur	Potongan, lajuran, motif bunga, kotak, polos
13.	Sweater	Polos, kombinasi, sablon gambar	Gamis dewasa	Motif bunga, polos kombinasi

## 7. Daftar Kualitas bahan baku Pakaian di Toko Rizki Barokah Kudus

Di toko Rizki Barokah Kudus menawarkan pilihan bahan baku pada produknya kepada para konsumennya tergantung minat dan kenyamanan masing-masing individu. Berikut ini disajikan tabel bahan baku daftar di toko ini:

**Tabel 4.4**

**Kualitas bahan baku Toko Rizki Barokah Kudus**

No.	Nama Barang			
	Pria	Bahan baku	Wanita	Bahan baku
1.	Kemeja	Katun, polister, campuran polister & katun, rayon, flannel	Kemeja	Campuran polister & katun, Satin, Polister, katun, rayon, flannel
2.	T-shirt	Katun, polister, jersey	T-shirt	Katun, polister, jersey
3.	Polo shirt	Katun, polister	Polo shirt	Katun, polister
4.	Kaos Dalam dewasa	Katun	Celana dalam & BH	Katun
5.	Celana dalam	Katun	Kaos Dalam	Katun
6.	Topi	Polister	Mukena	Katun, polister
7.	Celana pendek	Satin, katun	Kerudung dan aksesorisnya	Katun, wolfis, babyteri, chiffon
8.	Denim panjang	Jeans, soft jeans	Denim panjang	Jeans, soft jeans
9.	Denim pendek	Jeans	Denim pendek	Jeans
10.	Sarung	Katun	Celana bahan	Katun
11.	Baju koko	Katun	Celana pendek	
12.	Jaket	Katun, parasit, jeans	Daster/baju tidur	Katun
13.	Sweater	Katun	Gamis dewasa	Katun, babyteri, wolfis, balotelly

Dilihat dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa kualitas bahan baku yang di tawarkan di toko Rizki Barokah Kudus dapat menjadi pilihan bagi konsumen dalam berfashion. Dengan kualitas bahan dari katun mempunyai kelebihan nyaman saat dipakai mudah menyerap keringat jadi tidak gerah. Bahan polister mempunyai kelebihan pakaian akan terlihat

lebih rapi tidak mudah kusut sehingga saat dipakai terlihat lebih bagus. Campuran katun dan polister menghasilkan perpaduan yang cocok karena mempunyai kelebihan yakni pakaian lebih tebal sehingga awet dalam pemakaian, tidak gerah karena cukup baik menyerap keringat.

Jenis bahan jeans memiliki serat kasar, tebal dan tidak mudah kusut, menjadikan pemakai lebih terlihat keren dan semakin bergaya, jenis kain ini biasa digunakan dalam celana maupun jaket. Jenis kain rayon memiliki kelebihan yakni pakaian akan tampak berkilau dan juga tidak mudah kusut, daya serap keringatnya tinggi, halus dan tahan lama. Jenis flannel menyuguhkan tekstur yang sangat lembut dan lentur. Jenis bahan chiffon bertekstur lembut serta halus, transparan dan jatuh saat dipakai sehingga bagus jika dikenakan. Jenis kain satin akan terlihat licin dan mengkilap sehingga bagus digunakan untuk bahan kerudung maupun gamis.

Bahan kain jersey adalah bahan yang sangat dikenal oleh para olahragawan, karena kebanyakan kaos-kaos/seragam olahraga menggunakan kain ini dalam pembuatannya. Kain jersey melekat pada tubuh dan jatuhnya terlihat sangat enak. Jenis bahan balotelly mempunyai tekstur yang halus, terlihat jatuh saat dipakai dan tidak mudah kusut. Jenis bahan wolfis memiliki karakteristik bila dipakai kainnya terlihat jatuh sehingga tidak capek menyetrika, babyteri hampir sama dengan wolfis yang membedakan hanya babyteri lebih tipis. Dengan konsep kualitas bahan baku yang ditawarkan tersebut akan membuat konsumen semakin tertarik untuk mengunjungi toko Rizki Barokah Kudus dan memutuskan membeli salah satu produknya.

#### **8. Data Penjualan Toko Rizki Barokah Kudus 2016 dan 2017**

Untuk mengetahui naik atau turunnya suatu penjualan produk, maka diperlukan sebuah data begitu juga dalam penelitian ini akan dijabarkan penjualan di toko Rizki Barokah Kudus yakni penjualan pada tahun 2016 dan 2017 sebagai berikut:

**Tabel 4.5**  
**Penjualan Toko Rizki Barokah Kudus Tahun 2016 & 2017**

Bulan	Penjualan per / pcs	
	2016	2017
Januari	304	279
Februari	331	309
Maret	310	294
April	398	311
Mei	478	404
Juni	453	393
Juli	417	355
Agustus	388	338
September	338	298
Oktober	312	272
November	292	265
Desember	302	288

Berdasarkan data penjualan fashion di toko Rizki Barokah Kudus di atas, dalam perbandingan satu tahun terakhir 2016 dan 2017 menunjukkan telah terjadi penurunan penjualan pada tiap bulannya. Besaran penurunan bulan Januari adalah 25 pcs, bulan Februari sebanyak 22 pcs, bulan Maret sebesar 16 pcs, bulan April yakni 87 pcs, bulan Mei sebanyak 74 pcs, bulan Juni sebesar 60 pcs, bulan Juli yaitu 62 pcs, bulan Agustus adalah 50 pcs, bulan September sebanyak 40 pcs, bulan Oktober sebesar 40 pcs, bulan November sebanyak 27 pcs, dan terakhir bulan Desember sebanyak 14 pcs.

Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa penurunan penjualan pada toko Rizki Barokah Kudus setiap bulannya dengan perbandingan penjualan tahun 2016 dan 2017 mencapai rata-rata 5 s/d 22% tiap bulannya.

#### **B. Gambaran Umum Subyek Penelitian**

Analisis ini menggambarkan tentang karakteristik responden yang diteliti. Analisis karakteristik responden digunakan untuk memberikan



gambaran responden, apakah dengan karakteristik responden yang berbeda-beda mempunyai penilaian yang sama ataukah tidak. Dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai karakteristik responden tersebut antara lain: usia, jenis kelamin, pekerjaan dan pendapatan. Data penelitian diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada 60 responden atau sampel yang merupakan konsumen toko Rizki Barokah Kudus. Penelitian dilakukan selama kurang lebih 1 bulan.

Adapun hasil kuesioner dapat dijelaskan sebagai berikut:

### 1. Usia Responden

Dari hasil penyebaran angket responden terdapat beberapa kelompok usia yang disajikan pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.6**

#### **Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

<b>Usia</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
< 20 tahun	13	21,67 %
20 – 30 tahun	27	45,00 %
31 – 40 tahun	11	18,33 %
> 40 tahun	9	15,00 %
Total	60	100 %

*Sumber: Hasil penyebaran angket*

Berdasarkan tabel 4.1 di atas dapat diketahui bahwa dari 60 responden yang memiliki usia < 20 tahun adalah 13 orang atau 21,67% dari keseluruhan sampel, 20 – 30 tahun sebanyak 27 orang atau 45% dari jumlah sampel, sedangkan 31 – 40 tahun berjumlah 11 orang atau 18,33% dari total sampel keseluruhan kemudian yang terakhir usia lebih dari 40 tahun sebanyak 9 orang atau 15% dari jumlah seluruh sampel.

Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa rata-rata usia konsumen pada toko Rizki Barokah Kudus merupakan usia produktif, dalam usia produktif inilah akan menunjang konsumen untuk membelanjakan uang mereka dari hasil kerja maupun uang saku tiap bulannya.

## 2. Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin responden dapat dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel 4.7**

### Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	17	28,33%
Perempuan	43	71,67%
Total	60	100 %

*Sumber: Hasil penyebaran angket*

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 60 responden yang menjadi sampel yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 17 orang (28,33%), sedangkan yang berjenis kelamin perempuan adalah 43 orang (71,67 %) dari total seluruh sampel. Perbandingan jumlah jenis kelamin inilah yang dapat dijadikan patokan toko untuk selalu memenuhi tuntutan belanja bagi para konsumennya terlebih di kalangan wanita yang kebanyakan paling suka kalau urusan belanja.

## 3. Pekerjaan

Dari hasil penyebaran angket terdapat beberapa jenis pekerjaan yang sedang dilakukan oleh masing-masing orang yang dijadikan sampel yang seluruhnya berjumlah 60. Adapun data mengenai pekerjaan responden dapat dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel 4.8**

### Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pelajar / mahasiswa	17	18,33%
Karyawan	18	30,00%
PNS	6	10,00%
Wiraswasta	9	15,00%
Ibu rumah tangga	10	16,67%
Total	60	100%

*Sumber: Hasil penyebaran angket*

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 60 responden memiliki ragam profesi yang berbeda. Ada yang masih belajar di bangku

sekolah menengah maupun universitas yaitu sebanyak 17 orang atau 18,33% dari total sampel keseluruhan, karyawan pabrik/swasta sebanyak 18 orang atau 30 %, sebagai PNS total ada 6 orang atau 10 %, ada juga wiraswasta sebanyak 9 orang atau 15% dan yang terahir ibu rumah tangga sebanyak 10 orang atau 16,67% dari total keseluruhan sampel.

Dari data di atas bisa kita lihat bahwa *trend* busana saat ini memang sedang digandrungi di kalangan remaja apalagi bagi karyawan swasta juga dari para pelajar/mahasiswa.

#### 4. Pendapatan Responden

Adapun data mengenai pendapatan responden setiap bulannya dapat dilihat dalam tabel berikut ini :

**Tabel 4.9**

##### **Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan**

<b>Pendapatan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
< Rp 1.000.000	31	51,67%
Rp 1.000.000 s/d Rp 2.000.000	12	20,00%
> Rp 2.000.000	17	28,33%
Total	60	100%

*Sumber: Hasil penyebaran angket*

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 60 sampel responden memiliki pendapatan yang berbeda. Ada yang berpendapatan kurang dari Rp 1.000.000 sebanyak 31 orang atau 51,67% dari total sampel keseluruhan, ada yang berpendapatan antara Rp 1.000.000 s/d Rp 2.000.000 yakni sebanyak 12 orang atau 20 % dan sisanya yang berpendapatan di atas Rp 2.000.000 sebanyak 17 orang atau 28,33%.

Dari data di atas bisa kita lihat bahwa mayoritas konsumen yang berbelanja di toko Rizki Barokah berpendapatan rata-rata Rp 2.000.000 ke bawah. Hal ini memang didasari karena mayoritas masyarakatnya berada pada status sosial menengah ke bawah.

**C. Deskripsi Data Penelitian**

Fungsi analisis deskriptif adalah untuk memberikan gambaran umum tentang data yang telah diperoleh. Gambaran umum ini bisa menjadi acuan untuk melihat karakteristik data yang kita peroleh. Statistik deskriptif lebih berhubungan dengan pengumpulan dan peringkasan data yang meliputi nilai minimum dan maksimum, nilai mean, serta tingkat penyimpangan penyebaran (standar deviasi) dari variabel-variabel yang diteliti.

Tabel berikut ini merupakan analisis statistik deskriptif dari jumlah data yang diteliti sebanyak 60 responden dengan variabel penelitian yang meliputi pengaruh harga, desain dan kualitas bahan baku terhadap keputusan pembelian di toko Rizki Barokah Kudus. Secara keseluruhan berdasarkan hasil rekapitulasi jawaban konsumen toko Rizki Barokah Kudus yang diambil sebagai responden dalam penelitian dijelaskan sebagai berikut ini :

**1. Variabel Harga**

**Tabel 4.10**

**Frekuensi Variabel Harga (X<sub>1</sub>)**

ITEM	FREKUENSI									
	SS	%	S	%	N	%	TS	%	STS	%
Butir 1	10	16.7%	36	60%	11	18.3%	3	5%	0	0%
Butir 2	13	21.7%	10	16.7%	21	35%	14	23.3%	2	3.3%
Butir 3	12	20%	34	56.7%	10	16.7%	4	6.7%	0	0%
Butir 4	14	23.3%	31	51.7%	12	20%	3	5%	0	0%
Butir 5	12	20%	31	51.7%	16	26.7%	1	1.7%	0	0%

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.5 tentang jawaban responden mengenai harga dapat diketahui bahwa pertanyaan pertama mengenai harga, responden menjawab sangat setuju sebanyak (16.7%), setuju (60%), netral (18.3%), tidak setuju (5%), dan sangat tidak setuju (0%). Pada pertanyaan kedua responden menjawab sangat setuju sebanyak (21.7%), setuju (16.7%), netral (35%), tidak setuju (23.3%), dan sangat tidak setuju (3.3%). Kemudian pertanyaan ketiga responden menjawab sangat setuju sebanyak (20%), setuju (56.7%), netral (16.7%), tidak setuju (6.7%), dan sangat tidak setuju (0%). Kemudian pertanyaan keempat responden

menjawab sangat setuju sebanyak (23.3%), setuju (51.7%), netral (20%), tidak setuju (5%), dan sangat tidak setuju (0%). Kemudian pertanyaan kelima responden menjawab sangat setuju sebanyak (20%), setuju (51.7%), netral (26.7%), tidak setuju (1.7%), dan sangat tidak setuju (0%).

## 2. Variabel Desain

**Tabel 4.11**  
**Frekuensi Variabel Desain (X<sub>2</sub>)**

ITEM	FREKUENSI									
	SS	%	S	%	N	%	TS	%	STS	%
Butir 1	1	1.7%	29	48.3%	25	41.7%	5	8.3%	0	0%
Butir 2	8	13.3%	31	51.7%	15	25%	6	10%	0	0%
Butir 3	7	11.7%	20	33.3%	19	31.7%	14	23.3%	0	0%
Butir 4	5	8.3%	15	25%	26	43.3%	13	21.7%	1	1.7%
Butir 5	4	6.7%	35	58.3%	20	33.3%	1	1.7%	0	0%
Butir 6	6	10%	25	41.7%	16	26.7%	13	21.7%	0	0%
Butir 7	4	6.7%	21	35%	30	50%	5	8.3%	0	0%
Butir 8	5	8.3%	34	56.7%	16	26.7%	4	6.7%	1	1.7%

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.6 tentang jawaban responden mengenai desain dapat diketahui bahwa pertanyaan pertama mengenai desain, responden menjawab sangat setuju sebanyak (1.7%), setuju (48.3%), netral (41.7%), tidak setuju (8.3%), dan sangat tidak setuju (0%). Pada pertanyaan kedua responden menjawab sangat setuju sebanyak (13.3%), setuju (51.7%), netral (25%), tidak setuju (10%), dan sangat tidak setuju (0%). Kemudian pertanyaan ketiga responden menjawab sangat setuju sebanyak (11.7%), setuju (33.3%), netral (31.7%), tidak setuju (23.3%), dan sangat tidak setuju (0%). Kemudian pertanyaan keempat responden menjawab sangat setuju sebanyak (8.3%), setuju (25%), netral (43.3%), tidak setuju (21.7%), dan sangat tidak setuju (1.7%). Kemudian pertanyaan kelima responden menjawab sangat setuju sebanyak (6.7%), setuju (58.3%), netral (33.3%), tidak setuju (1.7%), dan sangat tidak setuju (0%). Kemudian pertanyaan keenam responden menjawab sangat setuju sebanyak (10%), setuju (41.7%), netral (26.7%), tidak setuju

(21.7%), dan sangat tidak setuju (0%). Kemudian pertanyaan ketujuh responden menjawab sangat setuju sebanyak (6.7%), setuju (35%), netral (50%), tidak setuju (8.3%), dan sangat tidak setuju (0%). Kemudian pertanyaan kedelapan responden menjawab sangat setuju sebanyak (8.3%), setuju (56.7%), netral (26.7%), tidak setuju (6.7%), dan sangat tidak setuju (1.7%).

### 3. Variabel Kualitas Bahan Baku

Tabel 4.12

Frekuensi Variabel Desain Kualitas Bahan Baku ( $X_3$ )

ITEM	FREKUENSI									
	SS	%	S	%	N	%	TS	%	STS	%
Butir 1	8	13.3%	31	51.7%	20	33.3%	1	1.7%	0	0%
Butir 2	10	16.7%	17	28.3%	16	26.7%	14	23.3%	3	5%
Butir 3	6	10%	35	58.3%	13	21.7%	6	10%	0	0%
Butir 4	10	16.7%	25	41.7%	21	35%	3	5%	1	1.7%
Butir 5	10	16.7%	28	46.7%	15	25%	7	11.7%	0	0%
Butir 6	4	6.7%	29	48.3%	19	31.7%	6	10%	2	3.3%
Butir 7	5	8.3%	24	40%	16	26.7%	14	23.3%	1	1.7%
Butir 8	8	13.3%	26	43.3%	20	33.3%	5	8.3%	1	1.7%

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui bahwa pertanyaan pertama mengenai kualitas bahan baku, responden menjawab sangat setuju sebanyak (13.3%), setuju (51.7%), netral (33.3%), tidak setuju (1.7%), dan sangat tidak setuju (0%). Pada pertanyaan kedua responden menjawab sangat setuju sebanyak (16.7%), setuju (28.3%), netral (26.7%), tidak setuju (10%), dan sangat tidak setuju (5%). Kemudian pertanyaan ketiga responden menjawab sangat setuju sebanyak (10%), setuju (58.3%), netral (21.7%), tidak setuju (10%), dan sangat tidak setuju (0%). Kemudian pertanyaan keempat responden menjawab sangat setuju sebanyak (16.7%), setuju (41.7%), netral (35%), tidak setuju (5%), dan sangat tidak setuju (1.7%). Kemudian pertanyaan kelima responden menjawab sangat setuju sebanyak (16.7%), setuju (46.7%), netral (25%), tidak setuju (11.7%), dan sangat tidak setuju (0%). Kemudian pertanyaan keenam responden menjawab sangat setuju sebanyak (6.7%), setuju

(48.3%), netral (31.7%), tidak setuju (10%), dan sangat tidak setuju (3.3%). Kemudian pertanyaan ketujuh responden menjawab sangat setuju sebanyak (8.3%), setuju (40%), netral (26.7%), tidak setuju (23.3%), dan sangat tidak setuju (1.7%). Kemudian pertanyaan kedelapan responden menjawab sangat setuju sebanyak (13.3%), setuju (43.3%), netral (33.3%), tidak setuju (8.3%), dan sangat tidak setuju (1.7%)

#### 4. Variabel Keputusan Pembelian

**Tabel 4.13**

**Frekuensi Variabel Keputusan pembelian (Y)**

ITEM	FREKUENSI									
	SS	%	S	%	N	%	TS	%	STS	%
Butir 1	3	5%	26	43.3%	25	41.7%	6	10%	0	0%
Butir 2	4	6.7%	32	53.5%	19	31.7%	3	5%	2	3.3%
Butir 3	5	8.3%	28	46.7%	13	21.7%	12	20%	2	3.3%
Butir 4	7	11.7%	18	30%	20	33.1%	12	20%	3	5%
Butir 5	3	5%	37	61.7%	19	31.7%	1	1.7%	0	0%
Butir 6	6	10%	20	33.3%	20	33.3%	13	21.7%	1	1.7%
Butir 7	3	5%	27	43.3%	26	43.3%	2	3.3%	2	3.3%
Butir 8	4	6.7%	27	45%	27	45%	2	3.3%	0	0%
Butir 9	5	8.3%	21	33.3%	20	33.3%	14	23.3%	0	0%
Butir 10	4	6.7%	36	25%	15	25%	5	8.3%	0	0%
Butir 11	1	1.7%	35	36.7%	22	36.7%	1	1.7%	1	1.7%

Sumber: data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.6 tentang jawaban responden mengenai desain dapat diketahui bahwa pertanyaan pertama mengenai desain, responden menjawab sangat setuju sebanyak (5%), setuju (43.3%), netral (41.7%), tidak setuju (10%), dan sangat tidak setuju (0%). Pada pertanyaan kedua responden menjawab sangat setuju sebanyak (6.7%), setuju (53.5%), netral (31.7%), tidak setuju (5%), dan sangat tidak setuju (3.3%). Kemudian pertanyaan ketiga responden menjawab sangat setuju sebanyak (8.3%), setuju (46.7%), netral (21.7%), tidak setuju (20%), dan sangat tidak setuju (3.3%). Kemudian pertanyaan keempat responden menjawab sangat setuju sebanyak (11.7%), setuju (30%), netral (33.3%), tidak setuju (20%), dan sangat tidak setuju (5%). Kemudian pertanyaan kelima responden menjawab sangat setuju sebanyak (5%), setuju

(61.7%), netral (31.7%), tidak setuju (1.7%), dan sangat tidak setuju (0%). Kemudian pertanyaan keenam responden menjawab sangat setuju sebanyak (10%), setuju (33.3%), netral (33.3%), tidak setuju (21.7%), dan sangat tidak setuju (1.7%). Kemudian pertanyaan ketujuh responden menjawab sangat setuju sebanyak (5%), setuju (45%), netral (43.3%), tidak setuju (3.3%), dan sangat tidak setuju (3.3%). Kemudian pertanyaan kedelapan responden menjawab sangat setuju sebanyak (6.7%), setuju (45%), netral (45%), tidak setuju (3.3%), dan sangat tidak setuju (0%). Kemudian pertanyaan kesembilan responden menjawab sangat setuju sebanyak (8.3%), setuju (35%), netral (33.3%), tidak setuju (23.3%), dan sangat tidak setuju (0%). Kemudian pertanyaan kesepuluh responden menjawab sangat setuju sebanyak (6.7%), setuju (60%), netral (25%), tidak setuju (8.3%), dan sangat tidak setuju (0%). Kemudian pertanyaan kesebelas responden menjawab sangat setuju sebanyak (1.7%), setuju (58.3%), netral (36.7%), tidak setuju (1.7%), dan sangat tidak setuju (1.7%).

#### **D. Uji Instrumen Penelitian**

Setelah data terkumpul dan dinilai sesuai dengan kondisi jawaban yang diberikan, sebelum dilakukan analisis terlebih dahulu akan dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas masing-masing item pertanyaan yang ada pada seluruh variabel pengujian.

##### **1. Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid, jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur. Uji signifikansi dilakukan dengan cara membandingkan nilai  $r$  hitung korelasi dengan nilai hitung  $r$  tabel pada  $df = n-2$ . Dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel dengan taraf signifikansi 5% (0,05) didapat  $r$  tabel 0,254. Jika  $r$  hitung (untuk  $r$  tiap butir dapat dilihat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation*) lebih



besar dari  $r$  tabel dan nilai  $r$  positif, maka butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid.<sup>1</sup>

Pengujian validitas ini dibantu dengan program SPSS. Dari hasil pengolahan SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

a. Harga (X1)

**Tabel 4.14**

**Hasil Pengujian Validitas Harga**

No. Pertanyaan	<i>Corrected item-total correlation</i> ( $r_{hitung}$ )	$r_{tabel}$	Keterangan
X1.01	0.620	0.254	Valid
X1.02	0.524	0.254	Valid
X1.03	0.653	0.254	Valid
X1.04	0.639	0.254	Valid
X1.05	0.625	0.254	Valid

Sumber: hasil SPSS yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.10 hasil pengujian validitas terhadap semua item pertanyaan pada variabel harga dikatakan valid. Hal ini terlihat dari  $r_{hitung}$  yang lebih besar dari  $r_{tabel}$  pada masing-masing item pertanyaan ( $r_{hitung} > 0.254$ ) sehingga syarat validitas item terpenuhi.

b. Desain (X2)

**Tabel 4.15**

**Hasil Pengujian Validitas Desain**

No. Pertanyaan	<i>Corrected item-total correlation</i> ( $r_{hitung}$ )	$r_{tabel}$	Keterangan
X2.01	0.478	0.254	Valid

<sup>1</sup> Masrukin, *Staatistik Inferensial Aplikasi SPSS*, Media Ilmu, Kudus, 2008, hlm. 20.

X2.02	0.570	0.254	Valid
X2.03	0.560	0.254	Valid
X2.04	0.540	0.254	Valid
X2.05	0.450	0.254	Valid
X2.06	0.432	0.254	Valid
X2.07	0.454	0.254	Valid
X2.08	0.446	0.254	Valid

Sumber: hasil SPSS yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.11 hasil pengujian validitas terhadap semua item pertanyaan pada variabel desain dikatakan valid. Hal ini terlihat dari  $r$  hitung yang lebih besar dari  $r$  tabel pada masing-masing item pertanyaan ( $r_{hitung} > 0.254$ ) sehingga syarat validitas item terpenuhi.

c. Kualitas Bahan Baku

**Tabel 4.16**

**Hasil Pengujian Validitas Kualitas Bahan Baku**

No. Pertanyaan	<i>Corrected item-total correlation</i> ( $r_{hitung}$ )	$r_{tabel}$	Keterangan
X3.01	0.468	0.254	Valid
X3.02	0.462	0.254	Valid
X3.03	0.467	0.254	Valid
X3.04	0.562	0.254	Valid
X3.05	0.562	0.254	Valid
X3.06	0.516	0.254	Valid
X3.07	0.435	0.254	Valid
X3.08	0.681	0.254	Valid

Sumber: hasil SPSS yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.12 hasil pengujian validitas terhadap semua item pertanyaan pada variabel kualitas bahan baku dikatakan

valid. Hal ini terlihat dari  $r$  hitung yang lebih besar dari  $r$  tabel pada masing-masing item pertanyaan ( $r_{hitung} > 0.254$ ) sehingga syarat validitas item terpenuhi.

d. Keputusan Pembelian

**Tabel 4.17**

**Hasil Pengujian Validitas Kualitas Bahan Baku**

No. Pertanyaan	<i>Corrected item-total correlation</i> ( $r_{hitung}$ )	$r_{tabel}$	Keterangan
Y.01	0.393	0.254	Valid
Y.02	0.373	0.254	Valid
Y.03	0.399	0.254	Valid
Y.04	0.495	0.254	Valid
Y.05	0.513	0.254	Valid
Y.06	0.552	0.254	Valid
Y.07	0.370	0.254	Valid
Y.08	0.401	0.254	Valid
Y.09	0.461	0.254	Valid
Y.10	0.400	0.254	Valid
Y.11	0.384	0.254	Valid

Sumber: hasil SPSS yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.13 hasil pengujian validitas terhadap semua item pertanyaan pada variabel keputusan pembelian dikatakan valid. Hal ini terlihat dari  $r$  hitung yang lebih besar dari  $r$  tabel pada masing-masing item pertanyaan ( $r_{hitung} > 0.254$ ) sehingga syarat validitas item terpenuhi.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Jika hasil pengukuran yang

dilakukan secara berulang relatif sama maka pengukuran tersebut dianggap memiliki tingkat reabilitas yang baik. Instrumen dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* > 0,70. Jika nilai *Cronbach Alpha* < 0,70 maka instrumen dikatakan tidak reliabel. Pengujian reliabilitas ini dibantu dengan program SPSS. Dari hasil pengolahan SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.18

#### Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Penelitian

Variabel	Item	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Harga	5	0.807	0.70	Reliabel
Desain	8	0.783	0.70	Reliabel
Kualitas Bahan Baku	8	0.801	0.70	Reliabel
Keputusan Pembelian	11	0.775	0.70	Reliabel

Sumber: hasil SPSS yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai *cronbach's alpha* dari keseluruhan variabel mempunyai nilai yang lebih besar dari 0.7 sehingga instrumen variabel adalah reliabel. Dengan demikian syarat reliabilitas instrumen terpenuhi.

#### E. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, konsisten agar hasil dan analisa nantinya efisien dan tidak bias sehingga dapat digeneralisasikan pada populasi.

##### a. Uji Multikolinieritas

Uji ini dimaksudkan untuk mendeteksi gejala korelasi antara variabel bebas yang satu dengan yang lainnya. Uji multikolinieritas dilakukan dengan melihat nilai tolerance atau nilai VIF dengan asumsi jika nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10 maka tidak terjadi gejala

multikolinieritas. Berdasarkan hasil penghitungan SPSS diperoleh uji multikolinieritas sebagai berikut:

**Tabel 4.19**  
**Uji Multikolinieritas**

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Harga	0.818	1.222	Bebas multikolinieritas
Desain	0.857	1.167	Bebas multikolinieritas
Kualitas Bahan Baku	0.761	1.315	Bebas multikolinieritas

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Dari tabel di atas terlihat pada uji multikolinieritas menunjukkan bahwa tidak ada nilai toleransi yang kurang dari 0,1 dan nilai VIF yang lebih dari 10, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas untuk model persamaan yang digunakan. Dengan demikian asumsi multikolinieritas terpenuhi.

b. Uji Autokorelasi

Menguji autokorelasi dalam suatu model bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya. Umumnya kasus autokorelasi banyak terjadi pada data *time series*. Sedangkan pada data yang sampelnya *crosssection* jarang terjadi karena variabel pengganggu satu berbeda dengan yang lain. Uji autokorelasi untuk penelitian ini menggunakan *Durbin Watson test*, dimana dikatakan tidak terjadi autokorelasi jika nilai Durbin Watson lebih besar dari  $du$  dan nilai  $4-du$  lebih besar dari  $du$  ( $4-du > Du < Dw$ ). Dari hasil pengolahan diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.20**  
**Hasil Autokorelasi**

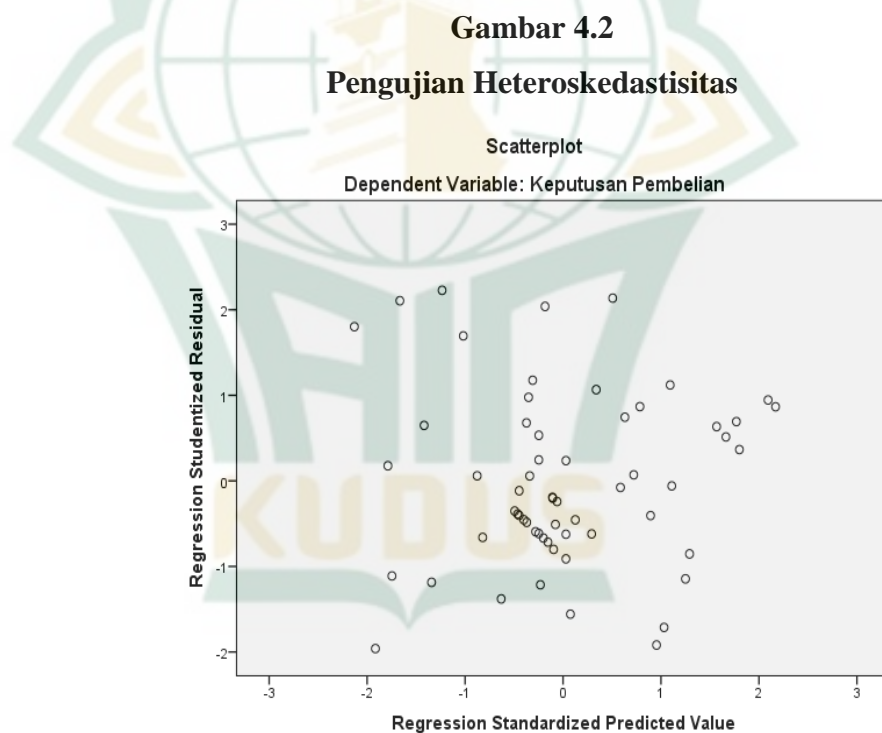
Du	Dw	4-du	Keterangan
1.689	1.889	2.311	Tidak ada autokorelasi

Sumber: Data primer yang diolah 2018

Dari tabel di atas dapat diketahui nilai DW sebesar 1.889. Nilai ini lebih besar dari nilai Du dan nilai  $4-du$  lebih besar dari Dui ( $1.889 > 1.689 < 2.311$ ), sehingga dapat disimpulkan tidak ada autokorelasi positif maupun negatif. Dengan demikian asumsi autokorelasi terpenuhi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini melihat penyebaran titik-titik di scatterplot. Hasil dari SPSS 22 sebagai berikut:



Sumber: hasil olah SPSS 22, 2018

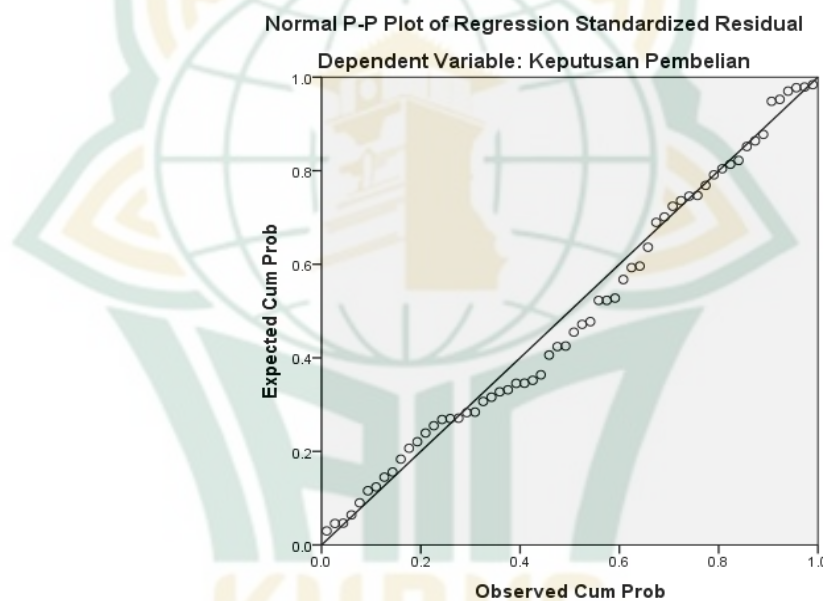
Hasil tampilan output SPSS di atas menunjukkan bahwa tidak ada pola yang jelas serta titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Dengan demikian asumsi heteroskedastisitas terpenuhi.

d. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti yang diketahui bahwa uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Untuk mengetahui normalitas dengan melihat diagram normal probability plot. Dari hasil penghitungan diperoleh hasil sebagai berikut:

**Gambar 4.3**

**Hasil Uji Normalitas**



Sumber: hasil SPSS yang diolah, 2018

Gambar normal probability plot menunjukkan penyebaran titik tidak menjauhi garis diagonal dan mengikuti arah garisnya. Hal ini menunjukkan bahwa data residual berdistribusi normal. Dengan demikian asumsi normalitas terpenuhi. Atau penelitian akan diuji dengan menggunakan metode *One Sample Kolmogorov Smirnov*. Dasar pengambilannya adalah jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka residual terdistribusi normal. Berikut adalah hasil perhitungan statistiknya.

**Tabel 4.21**  
**Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.42602811
	<hr/>	
Most Extreme Differences	Absolute	.090
	Positive	.090
	Negative	-.053
Test Statistic		.090
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan hasil output SPSS pada tabel 4.14 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) sebesar 0,200. Karena signifikansi lebih dari 0,05 ( $0,200 > 0,05$ ) maka dapat disimpulkan jika data terdistribusi normal.

#### **F. Hasil Analisis Data**

Model statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis digunakan analisis regresi berganda. Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini dimaksudkan untuk melihat bagaimana perubahan variasi keputusan pembelian yang terjadi karena adanya perubahan variasi dari harga, desain dan kualitas bahan baku. Dengan menggunakan bantuan program SPSS didapatkan hasil sebagai berikut:



**Tabel 4.22**  
**Analisis Regresi Linier Berganda**

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta
	B	Std. Error	
(Constant)	13.919	3.858	
Harga	-0.347	0.157	-0.221
Desain	0.459	0.119	0.376
Kualitas Bahan Baku	0.632	0.112	0.584

Sumber: hasil SPSS 22 yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel di atas maka persamaan regresi yang didapatkan adalah sebagai berikut:

$$Y = 13.919 - 0.347 X_1 + 0.459 X_2 + 0.632 X_3 + e$$

Persamaan regresi linier berganda di atas dapat diartikan bahwa:

1. Nilai konstanta sebesar 13.919 menyatakan bahwa jika semua variabel independent dianggap konstan (0), maka rata-rata keputusan pembelian adalah sebesar 13.919.
2. Nilai koefisien regresi harga bernilai negatif yaitu sebesar -0.347. Hal ini berarti setiap peningkatan harga sebesar 1 satuan, maka keputusan pembelian akan mengalami penurunan sebesar 34.7% dengan asumsi variabel harga dianggap konstan. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan korelasi tidak searah maksudnya adalah semakin tinggi harga maka semakin menurunkan keputusan pembelian.
3. Nilai koefisien regresi desain sebesar 0.459. Hal ini berarti setiap peningkatan desain sebesar 1 satuan, maka keputusan pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 45.9% dengan asumsi variabel desain dianggap konstan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan korelasi searah maksudnya adalah semakin tinggi peningkatan desain maka semakin tinggi pula keputusan pembelian.
4. Koefisien regresi kualitas bahan baku sebesar 0.632. Hal ini berarti setiap peningkatan kualitas bahan baku sebesar 1 satuan, maka keputusan pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 63.2% dengan asumsi variabel kualitas bahan baku dianggap konstan.

5. Pada persamaan  $Y = 13.919 - 0.347 X_1 + 0.459 X_2 + 0.632 X_3 + e$ , dapat disimpulkan bahwa faktor terbesar yang mempengaruhi keputusan pembelian pada toko Rizki Barokah Kudus adalah kualitas bahan baku, hal ini dapat terbukti karena nilai koefisien regresinya paling besar dibandingkan dengan nilai koefisien regresi pada variabel harga dan desain.

Untuk mengetahui ketepatan fungsi regresi dalam memprediksi variabel Y maka dilihat dari 3 indikator yaitu: koefisien determinasi, uji F dan uji T.

#### 1. Koefisien Determinasi

Uji determinasi adalah uji yang digunakan untuk mengetahui besaran dalam persen pengaruh variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen. Untuk memperkirakan atau meramalkan nilai variabel dependen (Y), perlu dilakukan perhitungan variabel-variabel lain yang ikut mempengaruhi variabel Y. Dengan demikian antara variabel baik dependen maupun independen tentunya mempunyai hubungan atau korelasi. Dalam penelitian ini variabel dependen atau terikat (Y) adalah keputusan pembelian, selanjutnya variabel independen atau bebasnya adalah harga, desain dan kualitas bahan baku. Besarnya korelasi atau hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dapat dilihat menggunakan nilai pada kolom R.

Dari uji regresi dihasilkan nilai adjusted  $R^2$  sebagaimana dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.23**

#### Hasil Uji Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0.736	0.542	0.517	3.517

Sumber: hasil pengolahan SPSS 22, 2018

Berdasarkan tabel 4.19 di atas, dapat diketahui bahwa besarnya korelasi atau hubungan yang terjadi antara variabel independen dengan variabel dependen yakni sebesar 0.736, hal ini mengindikasikan bahwa

variabel bebas harga, desain dan kualitas bahan baku memiliki hubungan terhadap variabel terikat keputusan pembelian.

Dari hasil analisis regresi linier berganda di atas juga diketahui bahwa koefisien determinasi yang dinotasikan dengan nilai R Square sebesar 0.542, hasil ini menunjukkan bahwa kemampuan variabel harga, desain dan kualitas bahan baku dalam mempengaruhi keputusan pembelian adalah sebesar 54.2% ( $0.542 \times 100\%$ ), sedangkan sisanya 45,8% keputusan pembelian di toko Rizki Barokah dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar variabel harga, desain dan kualitas bahan baku. Nilai standar error of the estimate sebesar 3.517. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin kecil nilai ini, maka semakin tepat model memprediksi variabel Y.

## 2. Uji F

Uji F seringkali juga dinamakan dengan *analysis of variance*. Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Dengan menggunakan bantuan program SPSS didapatkan hasil uji F sebagai berikut:

**Tabel 4.24**

**Hasil Uji F**

	<b>Sum of Squares</b>	<b>Df</b>	<b>Mean Square</b>	<b>F</b>	<b>Sig.</b>	<b>F tabel</b>
Regression	819.211	3	273.070	22.082	0.000	2.77
Residual	692.522	56	12.366			
Total	1511.733	59				

Sumber : Data primer diolah, Output SPSS.

Berdasarkan tabel 4.20 tampak bahwa nilai F hitung sebesar 22.082 lebih besar dari  $F_{\text{tabel}}$  (2.77) atau hasil perolehan nilai signifikansi sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05, menunjukkan bahwa model penelitian ini adalah fit atau dengan kata lain ada pengaruh secara bersama-sama antara harga, desain, dan kualitas bahan baku terhadap keputusan pembelian.

### 3. Uji t

Untuk mengetahui pengaruh secara individual/parsial variabel X terhadap variabel Y digunakan uji parsial (uji t). Cara melakukan uji t adalah sebagai berikut:

- a.  $H_0$  diterima jika :  $-t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$ .
- b.  $H_0$  ditolak jika :  $-t_{\text{hitung}} < -t_{\text{tabel}}$  atau  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ .

Dengan pengujian dua sisi yang menggunakan tingkat signifikan sebesar 0.05 dan derajat kebebasan  $df = n-2$  ( $60-2=58$ ) maka dalam penelitian ini diperoleh  $t_{\text{tabel}}$  sebesar 2.0017.

Hasil pengujian hipotesis secara parsial dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.25**  
**Hasil Analisis Uji t (Parsial)**

Variabel	B	t	Sig.	Keterangan	Simpulan
Harga	-0.347	-2.206	0.031	Signifikan	$H_1$ diterima
Desain	0.459	3.849	0.000	Signifikan	$H_2$ diterima
Kualitas Bahan Baku	0.632	5.635	0.000	Signifikan	$H_3$ diterima

Sumber : Data yang diolah dengan SPSS 22 (2018)

#### a. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel 4.21 di atas dapat diketahui bahwa hasil perhitungan regresi linier berganda pada variabel harga diperoleh nilai  $t_{\text{hitung}}$  sebesar -2.206. Dengan demikian  $t_{\text{hitung}}$  lebih kecil atau kurang dari  $t_{\text{tabel}}$  ( $-2.206 < -2.0017$ ) didukung dengan nilai b sebesar -0.347 dan nilai signifikan yang kurang dari 0,05 yakni sebesar 0,031. Sehingga dapat disimpulkan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan arah negatif. Ini berarti hipotesis pertama ( $H_1$ ) diterima.

#### b. Pengaruh Desain Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel 4.21 di atas dapat diketahui bahwa hasil perhitungan regresi linier berganda pada variabel desain diperoleh nilai  $t_{\text{hitung}}$  sebesar 3.849. Dengan demikian nilai  $t_{\text{hitung}}$  lebih besar atau

lebih dari  $t_{\text{tabel}}$  ( $3.849 > 2.0017$ ), didukung dengan nilai  $b$  sebesar 0.459 dan nilai signifikan yang kurang dari 0,05 yakni sebesar 0,000. Sehingga dapat disimpulkan desain berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan arah positif. Ini berarti hipotesis dua ( $H_2$ ) diterima.

c. Pengaruh Kualitas Bahan Baku Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel 4.21 di atas dapat diketahui bahwa hasil perhitungan regresi linier berganda pada variabel kualitas bahan baku mempunyai  $t_{\text{hitung}}$  sebesar 5.635. Dengan demikian nilai  $t_{\text{hitung}}$  lebih besar atau lebih dari  $t_{\text{tabel}}$  ( $5.635 > 2.0017$ ), didukung dengan nilai  $b$  sebesar 0.632 dan nilai signifikan yang kurang dari 0,05 yakni sebesar 0,000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas bahan baku berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan arah positif. Ini berarti hipotesis tiga ( $H_3$ ) diterima.

## G. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis dalam penelitian ini, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

### 1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan arah negatif. Hal ini diketahui dari harga mempunyai nilai  $t_{\text{hitung}}$  sebesar  $-2.206 < -2.0017$  dan nilai koefisien beta harga sebesar  $-0,347$  dengan nilai probabilitas (signifikansi) yang kurang dari 0,05 yakni sebesar 0,031, berarti hipotesis satu diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh signifikan negatif terhadap keputusan pembelian.

Hasil pengujian dalam penelitian ini menunjukkan hubungan tidak searah yakni negatif yang artinya apabila semakin tinggi harga yang ditawarkan di toko Rizki Barokah Kudus maka keputusan pembelian konsumen justru akan rendah. Hal ini disebabkan karena dilihat dari perekonomian masyarakat sekitar toko, mayoritas adalah masyarakat menengah ke bawah. Masyarakat dengan tingkat ekonomi menengah ke

bawah akan cenderung berpikir ulang untuk melakukan pembelian apabila harga terlalu tinggi atau dinaikkan.

Menurut Tjiptono (2012: 151) “harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Pengertian ini sejalan dengan konsep pertukaran (*exchange*) dalam pemasaran”. Jadi bisa dikatakan harga tergantung pada kemampuan bernegosiasi dari pihak penjual atau pembeli untuk memperoleh harga kesepakatan yang sesuai dengan keinginan masing-masing pihak, sehingga pada awalnya pihak penjual akan menetapkan harga yang tinggi dan pembeli akan menetapkan penawaran dengan harga terendah.

Harga sebuah produk atau jasa merupakan faktor penentu dalam permintaan pasar. Harga merupakan hal yang sangat penting yang diperhatikan oleh konsumen dalam membeli produk atau jasa. Jika konsumen merasa cocok dengan harga yang ditawarkan, maka mereka akan cenderung melakukan pembelian ulang untuk produk yang sama.

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Iful Anwar dan Budi Satrio (2015) yang berjudul: “pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian” dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa harga berpengaruh signifikan dan negatif terhadap keputusan pembelian, jadi jika harga naik maka keputusan pembelian akan turun dan sebaliknya jika harga turun maka keputusan pembelian akan naik.

## **2. Pengaruh Desain Terhadap Keputusan Pembelian**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan arah positif. Hal ini terlihat dari nilai koefisien beta desain sebesar 0,459 dan  $t_{hitung}$  3,849 yang lebih dari  $t_{tabel}$  2.0017 dengan nilai signifikansi  $<0,05$  yakni 0.000, yang berarti hipotesis dua diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa desain berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian. Hasil pengujian dalam penelitian ini menunjukkan hubungan yang searah artinya jika variabel

desain ditingkatkan maka semakin tinggi pula keputusan pembelian konsumen di toko Rizki Barokah Kudus.

Keputusan pembelian dapat dipengaruhi karena adanya stimulan yang melekat pada produk yang dibeli oleh konsumen. Salah satu unsur yang menentukan perilaku konsumen dalam melakukan pembelian yaitu desain produk. Berdasarkan sifat dasar manusia yaitu selalu ingin mencoba hal-hal yang baru maka, desain produk yang menarik pandangan (*eye catching*) konsumen dapat berfungsi sebagai salah satu sarana untuk menunjang kemampuan bersaing. Desain produk juga harus dapat membantu meningkatkan nilai penggunaan produk, misalnya kemudahan penggunaannya, ketangguhan dan keamanan penggunaannya serta kemudahan perawatannya.

Gaya dan desain yang baik dapat menarik perhatian dan memberikan keunggulan bersaing di pasar sasaran. Dengan memiliki desain produk yang baik dan sesuai dengan tren kekinian akan membuat produk fashion akan tetap digemari oleh konsumen. Masyarakat akan mencoba sesuatu hal yang baru yang menurut mereka pantas digunakan dan mempunyai nilai lebih terhadap apa yang mereka pakai. Seperti halnya toko Rizki Barokah Kudus yang selalu melakukan inovasi terhadap desain produk yang ditunjukkan oleh adanya desain tidak ketinggalan jaman, desain yang variatif, adanya karakteristik dan desain mengikuti *trend*. Sehingga mampu mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian fashion di toko Rizki Barokah Kudus.

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian oleh Yudhi Soewito (2013) yang berjudul “kualitas produk, merek dan desain pengaruhnya terhadap keputusan pembelian sepeda motor yamaha mio” berdasarkan penelitiannya dapat disimpulkan bahwa variabel desain berpengaruh terhadap terhadap keputusan pembelian. Juga penelitian oleh Rr. Siti Munawaroh (2011) yang berjudul “pengaruh kualitas produk, promosi, dan desain terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor yamaha mio di Banjarbaru Kalimantan Selatan” berdasarkan penelitiannya dapat

disimpulkan bahwa variabel desain berpengaruh terhadap terhadap keputusan pembelian.

### 3. Pengaruh Kualitas Bahan Baku Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas bahan baku berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan arah positif. Hal ini diketahui dari nilai koefisien regresi kualitas bahan baku 0,632 memiliki  $t_{hitung}$  5,635 yang lebih dari  $t_{tabel}$  2.0017 dengan nilai signifikansi  $<0,05$  yakni 0.000, berarti hipotesis tiga diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas bahan baku berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Hasil pengujian dalam penelitian ini menunjukkan hubungan yang searah yakni semakin tinggi kualitas bahan baku dari produk maka keputusan pembelian akan meningkat.

Menurut Handoko (2005:55), “Kualitas adalah suatu kondisi dari sebuah barang berdasarkan pada penilaian atas kesesuaiannya dengan standar ukur yang telah ditetapkan”. Menurut Soemarso (2005:271), “Bahan baku adalah barang-barang yang digunakan dalam proses produksi yang dapat mudah dan langsung diidentifikasi dengan barang atau produk jadi. Kualitas bahan baku ini akan dapat mempengaruhi kualitas produk akhir yang diproduksi di dalam perusahaan. Artinya jika kualitas bahan baku atas suatu produk tinggi serta ditunjang faktor lainnya seperti mesin, teknologi, sdm dll yang mumpuni maka akan menghasilkan produk dengan kualitas tinggi pula, sesuai yang diinginkan oleh semua konsumen.

Pada unit marketing kualitas akan lebih menekankan pada *value* atau nilai yang diharapkan dari sebuah produk. Produk bisa dikatakan memuaskan konsumen ataupun sebaliknya. Dalam menilai kualitas sesungguhnya ditentukan oleh customer itu sendiri bukan manufaktur/pabrik/yang membuat suatu produk tersebut. Secara sadar, sebenarnya pelanggan tahu apa yang diinginkan dan karenanya bisa mendefinisikan kualitas yang seperti apa yang diharapkan dari sebuah produk yang dibelinya.



Hal tersebut selaras dengan kualitas bahan baku yang ditawarkan pada toko Rizki Barokah Kudus yang ditunjukkan oleh adanya daya tahan, *performanace*, *aesthetich*, kesesuaian dengan spesifikasi, kompetensi dan kehandalan produk serta kesan kualitas pelanggan. Responden beranggapan bahan bahan baku yang berkualitas akan mampu menghasilkan produk yang berkualitas pula. Adanya produk yang berkualitas mampu menghasilkan kepuasan terhadap pelanggan, sehingga pelanggan akan berketetapan untuk membeli produk tersebut. akan mempengaruhi konsumen agar berminat membeli suatu produk tersebut.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahadian Priana dan Ketut Suardhika Natha (2014) yang berjudul “pengaruh jumlah tenaga kerja, bahan baku, dan teknologi terhadap produksi industri furniture di kota Denpasar” berdasarkan penelitiannya dapat disimpulkan bahwa secara parsial bahan baku (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap produksi (Y) industri furniture di Kota Denpasar.

