

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

#### 1. Gambaran Umum Distro Locked Target

Distro Locked Target yang dipimpin oleh Bapak Miftachul Falah ini terletak di Desa Kajeksan, tepatnya di Jl. KH. Turaichan Adjuhri Desa Kajeksan Kecamatan Kota Kabupaten Kudus, Telp. (0291) 440703.

Pada awalnya, Locket Target ini berdiri pada tahun 2013 masih sangat sederhana. Dalam upaya mengembangkan usahanya tersebut, semakin lama permintaan kaos, jaket, tas. Dll. semakin meningkat. Untuk memenuhi permintaan konsumen yang semakin banyak, beliau membutuhkan tenaga kerja tambahan dalam produksinya dengan cara mengajak para rekan untuk bekerja dalam usahanya tersebut.

Locked Target sendiri mempunyai makna atau arti, yang bermaksud Locked yaitu Terkunci dan Target yaitu sasaran/tujuan, dimana makna tersebut kalau diartikan mempunyai maksud mengunci tujuan/sasaran. Manusia harus mempunyai cita cita dan tujuan yang pasti supaya kehidupannya lebih terarah/tertata.<sup>1</sup>

Oleh sebab itu nama brand yang di ambil dengan nama Locked Target. Pekerjaan mereka yang pertama adalah membuat logo “LT” yang sekarang menjadi salah satu logo khas mereka, brand ini cenderung mengarah ke Street Art dimana konsep/desain yang di paparkan mengandung maksud bahasa komunitas ataupun bisa disebut juga mural dan graffiti.

Saat ini locked Target menjadi perusahaan pembuat pakaian. Mulai dari t-shirts, jaket hoodie, shirts, snapbacks, panel, dll.

---

<sup>1</sup> Wawancara dengan pemilik usaha Bapak Miftachul Falah di distro locked target Kajeksan, Kudus, Pada tanggal 12 februari 2019 pada jam 10.40 WIB.

## 2. Visi Misi

Visi dari Distro Locked Target

1. Menjadikan perusahaan kaos distro terbaik yang senantiasa mampu bersaing dan tumbuh berkembang dengan sehat.
2. Sebagai jasa media promosi yang handal diberbagai saran media di skala internasional.

Misi merupakan usaha untuk melaksanakan atau mewujudkan visi. Adapun misi Distro Locked Target yaitu:

- a. Menghasilkan laba yang pantas yang untuk mendukung pengembangan perusahaan serta memberikan deviden yang memuaskan bagi para pelanggan.
- b. Memproduksi berbagai jenis kaos yang terkait dengan kebutuhan masyarakat dengan mutu terbaik, harga pasokan yang berdaya saing tinggi melalui pengolahan yang professional demi kepuasan pelanggan.
- c. Memberi penghargaan kepada teman melalui kesejahteraan yang memadai, penyediaan lingkungan kerja yang aman, member kesempatan untuk pengembangan karir serta melakukan.
- d. Menjalin kemitraan kerjasama dengan pemasok dan penyalur yang saling menguntungkan.
- e. Memberikan perhatian yang tulus kepada masyarakat melalui penciptaan lapangan kerja dan dukungan pembinaan sosial.

## 3. Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan suatu susunan dan hubungan antara setiap bagian atau posisi masing-masing individu di dalam sebuah perusahaan. distro Locked Target di pimpin langsung oleh pemilik perusahaan yaitu Bapak Miftachul Falah yang dibantu

oleh istrinya yaitu Ibu Sarah selaku bendahara perusahaan.<sup>2</sup>

Adapun struktur organisasi yang ada di dalam Pabrik Pass Clasik yaitu sebagai berikut:<sup>3</sup>

**Tabel 4.1**  
**Struktur Organisasi**

No.	Nama	Jabatan
1	Miftachul Falah	Pemilik Usaha
2	Sarah	Bendahara
3	Adit	Produksi (sablon)
4	Adi Pratama	Produksi (sablon)
5	Ni'am	Produksi (jahit)
6	Firdaus	Desain
7	Falah	Desain
8	Novi	Kasir
9	Helta	Kasir
10	Desi	Packing
11	Sarah	Packing

**B. Gambaran Umum Responden**

**1. Jenis Kelamin Responden**

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

**Tabel 4.2**  
**Deskripsi Jenis Kelamin Responden**

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
1	Laki-laki	63	78.75%
2	Perempuan	17	21.25%
	Jumlah	80	100%

*Sumber data primer yang di olah 2018*

<sup>2</sup> Wawancara dengan pemilik usaha Bapak Miftahul Falah di distro locked target Kajeksan, Kudus, Pada tanggal 12 february 2019 pada jam 10.40 WIB.

<sup>3</sup> Wawancara dengan pemilik usaha Bapak Miftahul Falah di distro locked target Kajeksan, Kudus, Pada tanggal 12 february 2019 pada jam 10.40 WIB.

Berdasarkan keterangan dari tabel 4.2 diatas, dapat diketahui tentang jenis kelamin responden konsumen di Distro Locket Target yang di ambil sebagai responden, yang menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah laki-laki, yaitu sebanyak 63 responden atau 78,75%, sedangkan sisanya adalah responden perempuan sebanyak 17 responden atau 21,25%.

## 2. Usia Responden

Adapun data mengenai usia responden dapat dilihat didalam tabel berikut:

**Tabel 4.3**  
**Deskripsi Usia Responden**

No.	Usia	Jumlah	Presentase (%)
1	13-18	15	18,75%
2	19-25	40	50%
3	26-35	25	31,25%
	Jumlah	80	100%

*Sumber data primer yang di olah 2018*

Berdasarkan keterangan dari tabel 4.3 diatas, dapat diketahui bahwa konsumen di Distro Locket Target yang dijadikan responden dalam penelitian ini yaitu, bahwasanya mayoritas usia responden konsumen di Distro Locket Target yaitu 19-25 tahun sebanyak 40 responden atau 50%, dan yang berusia 13-18 tahun sebanyak 15 responden atau 18,75%, sedangkan yang berusia 26-35 tahun sebanyak 25 responden atau 31,25%.<sup>4</sup>

## 3. Pendidikan Responden

Adapun data mengenai tingkat pendidikan responden dapat dilihat didalam tabel berikut:

---

<sup>4</sup> Wawancara dengan pemilik usaha Bapak Miftahul Falah di distro locked target Kajeksan, Kudus, Pada tanggal 12 februari 2019 pada jam 10.40 WIB.

**Tabel 4.4****Deskripsi Pendidikan Terakhir Responden**

No.	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Presentase (%)
1	SMP/SMK	15	18,75%
2	Sarjana	40	50%
3	Pekerja	25	31,25%
	Jumlah	80	100%

*Sumber data primer yang di olah 2018*

Berdasarkan keterangan dari tabel 4.4 diatas, dapat diketahui bahwasanya mayoritas pendidikan terakhir responden yaitu, pada tingkat Sarjana sebanyak 40 responden atau 50%, dan Sekolah Menengah Kejuruan SMP/SMK sebanyak 15 responden atau 18,75%, sedangkan pada tingkat Pekerja sebanyak 25 responden atau 31,25%.

**4. Pekerjaan Responden**

Adapun data mengenai pekerjaan responden dapat dilihat didalam tabel berikut:

**Tabel 4.5****Deskripsi Pekerjaan Responden**

No.	Pekerjaan	Jumlah	Presentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	55	68,75%
2	Karyawan	25	31,25%
	Jumlah	80	100%

*Sumber data primer yang di olah 2018*

Berdasarkan keterangan dari tabel 4.5 diatas, bahwasanya pekerjaan responden mayoritas yaitu, sebagai seorang pelajar/mahasiswa yang sebanyak 55 responden atau 68,75% sedangkan yang berprofesi sebagai karyawan sebanyak 25 responden atau 31,25%.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Wawancara dengan pemilik usaha Bapak Miftahul Falah di distro locked target Kajeksan, Kudus, Pada tanggal 12 februari 2019 pada jam 10.40 WIB.

**C. Deskripsi Angket**

**1. Variabel Kualitas Produk**

**Tabel 4.6**  
**Kualitas Produk**

Variabel	Item	Total	Total	Total	Total	Total	Rata-rata
		STS	TS	N	S	SS	
<b>Kualitas Produk</b>	P1	0	0	12	54	14	4,03
	P2	0	0	12	56	12	4,00
	P3	0	0	29	41	10	3,76
	P4	0	9	26	37	8	3,55
	P5	0	8	31	37	4	3,46
Jumlah							18,80
Rata-rata							4,00
Modus							4

*Sumber olah data SPSS, 2018*

Berdasarkan tabel 4.6 diatas, maka skor rata-rata menunjukkan angka 4,00 dan nilai yang terbanyak atau nilai yang sering muncul (modus) adalah angka 4, yang berarti sebagian tanggapan responden pada skor 4 atau setuju atas kualitas produk di distro locket target Desa kajeksan Kec. kota Kab. kudu.

2. Variabel Desain Produk

Tabel 4.7  
Desain Produk

Variabel	Item	Total STS	Total TS	Total N	Total S	Total SS	Rata-Rata
Desain Produk	P1	0	1	25	45	9	3,78
	P2	0	5	19	49	7	3,73
	P3	0	7	22	47	4	3,60
	P4	0	10	25	42	3	3,48
	P5	0	9	30	38	3	3,44
Jumlah							18,01
Rata-rata							4,00
Modus							4

Sumber olah data SPSS, 2018

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, maka skor rata-rata menunjukkan angka 4,00 dan nilai yang terbanyak atau nilai yang sering muncul (modus) adalah angka 4 yang berarti sebagian tanggapan responden pada skor 4 atau setuju atas desain produk di distro locket target Desa Kajeksan Kec. Kota Kab. Kudus.

### 3. Variabel Keputusan Pembelian Konsumen

Tabel 4.8

#### Keputusan Pembelian Konsumen

Variabel	Item	Total	Total	Total	Total	Total	Rata-rata
		STS	TS	N	S	SS	
Keputusan Pembelian Konsumen	P1	0	3	27	38	12	3,74
	P2	0	2	23	42	13	3,83
	P3	0	1	18	50	11	3,89
	P4	0	1	30	42	7	3,69
	P5	0	0	0	0	0	0
Jumlah							15,14
Rata-rata							4,00
Modus							4

Sumber olah data SPSS, 2018

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, maka skor rata-rata menunjukkan angka 4,00 dan nilai yang terbanyak atau nilai yang sering muncul (modus) adalah angka 4, yang berarti sebagian tanggapan responden pada skor 4 atau setuju atas kepuasan konsumen di Distro Locket Target Desa Kajeksan Kec. Kota Kab. Kudus.



## D. Uji Instrumen

### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuisisioner. Kuisisioner dikatakan valid, jika pertanyaan pada kuisisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur. Untuk mengukur validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi antar skor butirpertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Sedangkan untuk uji signifikansi dilakukan dengan cara membandingkan nilai  $r$  hitung korelasi dengan nilai hitung  $r$  tabel, dengan *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-2$ , dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel dan  $k$  adalah konstruk dengan  $\alpha$  0,05. Adapun hasil pengujian validitas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Validitas Instrumen Responden**

Variabel	R hitung	R tabel	Keterangan
<b>Kualitas Produk</b>			
X1.1	0,675	0.185	Valid
X1.2	0,799	0.185	Valid
X1.3	0,646	0.185	Valid
X1.4	0,856	0.185	Valid
X1.5	0,799	0.185	Valid
<b>Desain Produk</b>			
X2.1	0,673	0.185	Valid
X2.2	0,799	0.185	Valid
X2.3	0,807	0.185	Valid
X2.4	0,818	0.185	Valid
X2.5	0,772	0.185	Valid
<b>Keputusan pembelian Konsumen</b>			
Y1	0,799	0.185	Valid
Y2	0,862	0.185	Valid
Y3	0,813	0.185	Valid
Y4	0,519	0.185	Valid

*Sumber olah data primer 2018*

**2. Uji Reliabelitas**

Uji reliabelitas dilakukan untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal, jika jawaban seseorang terhadap kenyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur reliabilitas menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* > 0,60. Adapun hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.10**

**Hasil Uji Reliabelitas Responden**

Variabel	Reliability Coefficients	Cronbach's Alfa	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	5 Item	0,809	Reliabel
Desain Produk (X2)	5 Item	0,834	Reliabel
Keputusan Pembelian Konsumen (Y)	4 Item	0,742	Reliabel

*Sumber olah data primer 2018*

Berdasarkan tabel 4.10 diatas, dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Croncach Alpha* lebih dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X1), desain produk (X2) dan keputusan pembelian konsumen (Y) adalah reliabel.

**E. Hasil Uji Asumsi Klasik**

**1. Uji Multikolonieritas**

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas didalam model regresi adalah dengan nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF).

Dimana nilai *tolerance* >0,1 atau sama dengan nilai VIF (*variance factor*) <10.

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Multikolonieritas**

Variabel	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
Kualitas Produk (X1)	0,728	1,374
Desain Produk (X2)	0,728	1,374

*Sumber olah data primer 2018*

Dari hasil pengujian multikolinieritasnya dilakukan nilai *tolerance* variabel kualitas produk sebesar 0,728 dan Desain Produk juga sebesar 0,728 Artinya nilai *tolerance* kedua variabel tersebut menunjukkan lebih besar dari 0,1. Sedangkan nilai VIF variabel kualitas produk sebesar 1,374 dan variabel Desain Produk juga sebesar 1,374. Artinya nilai VIF kedua variabel menunjukkan kurang dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel bebas dalam model regresi atau tidak ada korelasi antar variabel kualitas produk dan desain produk dalam model regresi.

## 2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t-1. Uji autokorelasi untuk penelitian ini menggunakan *durbin watson test*, dimana dikatakan tidak terjadi autokorelasi jika nilai *durbin watson* lebih besar dari  $2 - d_u$  dan lebih kecil dari  $4 - d_u$  ( $2 - d_u < dw < 4 - d_u$ ) dari hasil pengolahan diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,584 <sup>a</sup>	,341	,324	1,714	1,933

a. Predictors: (Constant), Desain Produk, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

*Sumber olah data primer 2018.*

Berdasarkan tabel 4.12 diatas, hasil pengujian dengan menggunakan uji *Durbin Watson* atas residual persamaan regresi diperoleh angka d-w sebesar 1,933 untuk menguji gejala autokorelasi maka angka d-w sebesar 1,933 tersebut dibandingkan dengan nilai tabel dengan signifikansi 0,05 n=80 dan k=2. Dari tabel d-statistik *Durbin Watson* diperoleh nilai dl=1,585 dan du=1,688. Apabila dimasukkan kedalam rumus, maka  $du < dw < 4-du$  atau  $1,688 < 1,933 < 4-1,688$  maka dapat disimpulkan tidak ada autokorelasi pada model regresi.

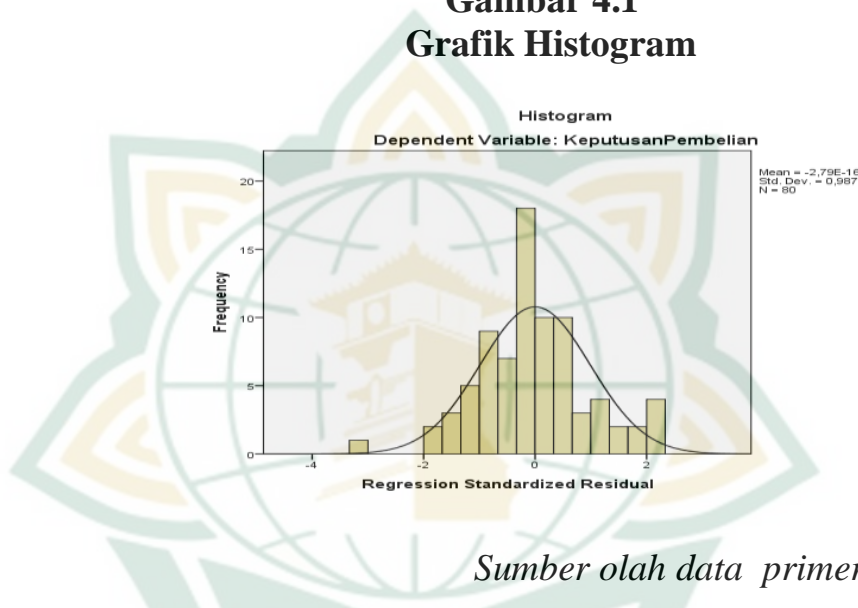
### 3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Salah satu cara termudah Untuk melihat normalitas adalah melihat histogram dan melihat normal *probability plot*. Asumsinya adalah:

a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik

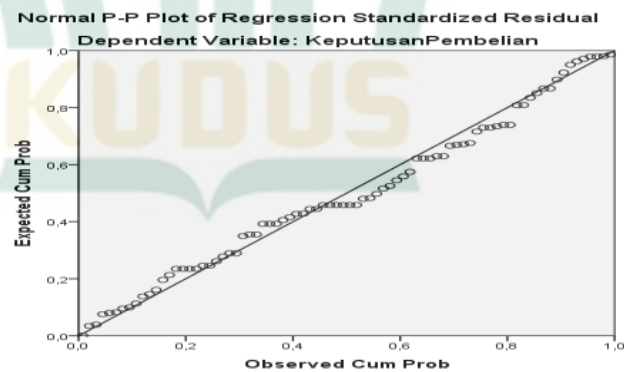
- histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

**Gambar 4.1**  
**Grafik Histogram**



*Sumber olah data primer 2018*

**Gambar 4.2**  
**Grafik Normal P-P Plot**



*Sumber olah data primer 2018*

Dari gambar diatas, dapat disimpulkan bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi yang normal. Sedangkan pada grafik *normal probability plot*

terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal. Grafik ini menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut mempunyai distribusi normal. Hal ini berarti model regresi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

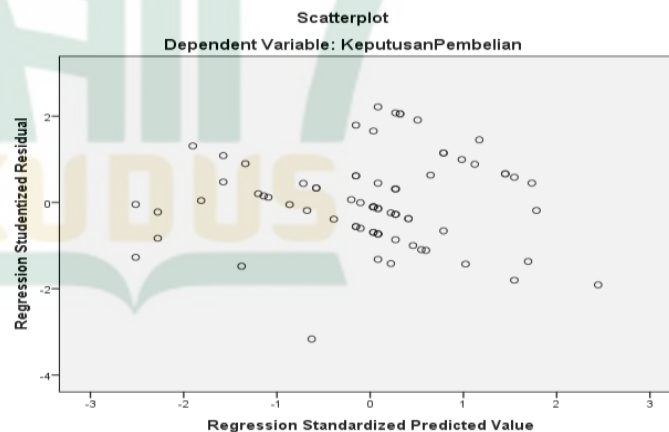
#### 4. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastistas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residul satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastistas dapat dilihat pada grafik scatterplot. Asumsinya adalah:

- Jika pada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastistas.
- Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastistas.

**Gambar 4.3**

#### Hasil Uji Heteroskedastisitas



*Sumber olah data primer 2018*

Grafik menunjukkan bahwa tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastistas pada model regresi.

## F. Hasil Analisis Data

### 1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi bermaksud menguji hubungan fungsional yang terjadi antara satu variabel dependen dengan satu atau lebih variabel independen. Hal ini dimaksudkan agar dapat diketahui nilai estimasi variabel dependen yang dihasilkan atas pengaruh variabel independen. Hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dalam penelitian ini dituliskan dalam model sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

Y : Keputusan konsumen

X<sub>1</sub> : Kualitas produk

X<sub>2</sub> : Desain produk

a : Konstanta

b<sub>1</sub> : Koefisien regresi antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen

b<sub>2</sub> : Koefisien regresi antara desain produk terhadap keputusan pembelian konsumen

e : Error

Adapun hasil analisis regresi linear berganda adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.13**  
**Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	5,635	1,548		3,639	,000		
Kualitas Produk	,229	,088	,281	2,589	,012	,728	1,374
Desain Produk	,289	,081	,386	3,562	,001	,728	1,374

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

*Sumber olah data primer 2018*

Dari hasil analisis di atas, maka model persamaan regresi linear berganda yang diperoleh adalah:

$$Y = 5,635 + 0,229 + 0,289 + e$$

- a. Konstanta ( $\alpha$ ) = 5,635, artinya variabel kualitas produk dan desain adalah nol. maka variabel keputusan pembelian konsumen mempunyai nilai sebesar konstanta tersebut yaitu 5,635.
- b. Koefisien regresi  $X_1 = 0,229$  mempunyai arti bahwa setiap penambahan satu poin variabel kualitas produk akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen sebesar 22,9%.
- c. Koefisien regresi  $X_2 = 0,289$  mempunyai arti bahwa setiap penambahan satu poin variabel desain produk akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen sebesar 28,9%.

**2. Uji t**

Pengujian parsial (uji t) bertujuan untuk menguji atau mengkonfirmasi hipotesis secara individu. Uji parsial ini yang terdapat dalam hasil perhitungan



statistik ditunjukkan dengan  $t_{hitung}$ . Secara lebih rinci hasil  $t_{hitung}$  dijelaskan sebagai berikut:

**Tabel 4.14**  
**Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	5,635	1,548		3,639	,000		
Kualitas Produk	,229	,088	,281	2,589	,012	,728	1,374
Desain Produk	,289	,081	,386	3,562	,001	,728	1,374

a. Dependent Variable : Keputusan Pembelian

*Sumber olah data primer 2018*

- a. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen  
 Dengan pengujian satu sisi yang menggunakan tingkat signifikan sebesar  $\alpha = 0,05$  dan dengan derajat kebebasan  $df (n-k-1) = 80-2-1 = 77$  diperoleh  $t_{tabel} = 1,664$ . Dari hasil pengolahan SPSS versi 22 dapat diketahui bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Hal ini terlihat nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $2,589 > t_{tabel}$  sebesar  $1,664$  dengan taraf signifikan dibawah 5% artinya  $H_a$  diterima,  $H_0$  ditolak. Dengan demikian, hipotesis adanya pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Distro Locked Target Kajeksan, Kudus terbukti signifikan dan diterima.
- b. Pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian konsumen

Dengan pengujian satu sisi yang menggunakan tingkat signifikan sebesar  $\alpha = 0,05$  dan dengan derajat kebebasan  $df (n-k-1) = 80-2-1=77$  diperoleh  $t_{tabel}=1,664$ . Dari hasil pengolahan SPSS versi 22 dapat diketahui bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Hal ini terlihat nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $3,562 > t_{tabel}$  sebesar  $1,664$  dengan taraf signifikan dibawah 5% artinya  $H_a$  diterima,  $H_o$  ditolak. Dengan demikian hipotesis adanya pengaruh antara desain produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Distro Locked Target Kajeksan, Kudus terbukti signifikan dan diterima.

**3. Uji Statistik F**

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen, jika:

- $H_o$  diterima apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$ .
- $H_o$  ditolak apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$ .

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Statistik F**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	117,189	2	58,595	19,937	,000 <sup>b</sup>
	Residual	226,298	77	2,939		
	Total	343,487	79			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors : (Constant), Desain Produk, Kualitas Produk

*Sumber olah data primer 2018*

Dengan pengujian yang menggunakan tingkat signifikansi sebesar  $\alpha = 0,05$  dengan rumus  $df (n-k-1) = 80-2-1= 77$ . Diperoleh  $F_{tabel}= 3,12$ . Dari hasil

pengujian statistik F hitung sebesar 19,937 dengan signifikansi 0,000. Nilai signifikansi menunjukkan bahwa taraf signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $19,937 > 3,12$ ) yang berarti bahwa kualitas produk dan desain produk secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen di Distro locked Target desa kajeksan, kec. Kota, kab. Kudus.

**4. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur ketepatan dari model analisis yang dibuat. Nilai koefisien determinasi merupakan alat ukur untuk mengukur besarnya sambungan dari variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat. Adapun hasil koefisien determinasi sebagai berikut:

**Tabel 4.16**  
**Hasil Koefisien Determinasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin - Watson
1	,584 <sup>a</sup>	,341	,324	1,714	1,933

a. Predictors: (Constant), Desain Produk, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

*Sumber olah data primer 2018*

Dari tabel model summary di atas dapat diketahui bahwa nilai R adalah 0,584, sedangkan nilai R<sup>2</sup> sebesar 0,341. Oleh karena uji koefisien determinasi berganda ini diperoleh dari perhitungan regresi linear berganda, maka koefisien determinasi sebesar 0,341 atau R<sup>2</sup> x 100% sebesar 34,10%. Dari nilai tersebut memiliki implikasi bahwa variabel kualitas produk dan desain berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Distro Locked Target Kajeksan, Kudus sebesar 34,10% dan sisanya 65,90% dipengaruhi oleh

variabel-variabel lain di luar model yang dimasukkan dalam penelitian ini.

## **G. Analisis dan Pembahasan**

### **1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Distro Locked Target Desa Kajeksan Kecamatan Kota Kabupaten Kudus**

Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan SPSS versi 22 diperoleh nilai t hitung untuk kualitas produk sebesar 2,589 dengan signifikansi sebesar 0,001, sedangkan nilai t tabel diketahui sebesar 1,664 sehingga nilai t hitung = 2,589 > nilai t tabel = 1,664. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan konsumen.

Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen, artinya apabila kualitas produk ditingkatkan maka keputusan pembelian konsumen akan meningkat.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Basrah Saidani dan M. Aulia Rachman mengenai “Pengaruh kualitas produk dan Desain produk terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga futsal adidas di wilayah Jakarta timur”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh terhadap kualitas produk dengan tingkat signifikansi 5% dengan nilai t hitung = 3,446 > tabel = 1,984 yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen.

### **2. Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Distro Locked Target Desa Kajeksan Kecamatan Kota Kabupaten Kudus**

Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan SPSS versi 22 diperoleh nilai t hitung untuk harga sebesar 3,562 dengan signifikansi sebesar 0,001, sedangkan nilai t tabel diketahui sebesar 1,664 sehingga nilai t hitung = 3,562 > nilai t tabel = 1,664. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang

signifikan antara Desain Produk terhadap keputusan pembelian konsumen.

Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Desain produk terhadap keputusan pembelian konsumen, artinya semakin daya saing Desain dan keterjangkauan Desain produk serta kemudahan transaksi yang ditawarkan maka akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Tina Martini “analisis Pengaruh harga, kualitas produk dan desain terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor Honda jenis skutermatic”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh desain terhadap keputusan pembelian dengan tingkat 3,073 dan nilai P value 0,003 yang berada dibawah Alpha 5%. Dengan demikian variable desain memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Basrah Saidani dan M. Aulia Rachman mengenai “Pengaruh kualitas produk dan Desain produk terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga futsal adidas di wilayah Jakarta timur”. Nilai F hitung lebih sebesar 10,324 dengan signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak, artinya terdapat pengaruh kualitas produk, desain produk secara bersama – sama terhadap keputusan pembelian.

Begitu juga sama dengan hasil penelitian ini, dengan pengujian yang menggunakan tingkat signifikansi sebesar  $\alpha = 0,05$  dengan rumus  $df (n-k-1) = 80-2-1 = 77$  diperoleh F table = 3,12. Dari hasil pengujian statistik F hitung sebesar 19,937 dengan signifikansi 0,000. Nilai signifikansi menunjukkan bahwa taraf signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian F hitung  $> F$  table ( $19,937 > 3,12$ ) yang berarti bahwa kualitas produk dan desain produk secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen di Distro Locked Target Desa. Kajeksan Kec. Kota Kab. Kudus.

## H. Implikasi Penelitian

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

### 1. Teoritik

Implikasi teoritik dari penelitian ini adalah sebagai dukungan empiris adanya kualitas produk dan Desain produk terhadap keputusan pembelian konsumen. Untuk penelitian selanjutnya, penelitian ini bisa dijadikan sebagai rujukan atau refrensi dalam penelitian.

### 2. Praktik

Implikasi praktik dari penelitian ini yaitu penelitian ini semoga bermanfaat bagi pengembangan ilmu kewirausahaan khususnya tentang kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian konsumen. Hasil penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi pada Distro Locket Target Desa Kajeksan Kecamatan Kota Kabupaten Kudus dalam menciptakan nilai tambah dalam produksi berikutnya.