

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Sejarah Pasar Bitingan Kudus

Pasar Bitingan Kudus atau yang mempunyai nama familiar “Pasar Anyar”. Pasar yang bersebelahan dengan Kudus Plaza terletak di jalan Mayor Basuno, Desa Ploso, Kecamatan Jati Kabupaten Kudus, terkenal sebagai pusat grosir buah, sayuran, dan hasil bumi di wilayah eks Karisidenan Pati dan satu-satunya pasar di Kabupaten Kudus yang aktivitasnya siang dan malam.

Berdirinya pasar untuk saat ini tidak ada yang tau, letak pasar awalnya berdampingan diterminal bis yang sekarang dibuat Hypermart atau sebelah utara Tugu Identitas. Tahun 1997 mulai direnovasi besar-besaran. Pada mulanya pasar Bitingan merupakan pasar desa, dari kecil-kecilan orang berkelompok kumpul kemudian difasilitasi oleh pusat, setelah dinas perkembangan itu ada pembangunan dari daerah, masih pasar biasa baru 1997 itu baru dibangun besar-besaran.

Perubahan Pasar Bitingan untuk pembangunan tahun 1985 APBD dibuat 1 lantai. Pemerintah bekerja sama dengan investor Karsa Bayu Bangun Perkasa, semua biaya ditanggung oleh PT dengan pernyataan modal aset Pemerintahan dengan lokasi pasar dibuat 2 lantai dengan ditempati pedagang membeli investor dengan diangsur dengan Bank. Perjanjian Pemerintah dengan Investor selama 20 tahun baik yang terjual dan tidak menjadi aset Pemerintahan Kabupaten kudus. Tahun 2017 nanti Pasar Bitingan menjadi aset daerah. Pasar Bitingan merupakan pasar yang oprasinya 24 jam, dibagi yang pagi pukul 05.00 pasar dibuka, aktivitas dimulai pukul 07.00 sampai setengah 5 sore. Setelah pasar ditutup Pukul 16.30 ganti yang diluar depan pasar namanya pasar Ya’i. Pasar Ya’i adalah tempat berjualan tempatnya hanya di halaman pasar menjual seperti; konveksi, sepatu, sandal, makanan, minuman dan lain-lain. Pasar Ya’i sampai pukul 10.00 malam, ditutup diganti pedagang grosir sayur, buah yang ada di sekeliling pasar. Grosir sampai pukul 02.00 atau 03.00 harus selesai, kemudian diganti pedagang lesehan yang menjual sayur dan buah-buahan sampai jam 06. 00 lalu kembali ke aktivitas ke dalam lagi.

Setiap hari pasar tidak ada hari libur kecuali hari raya, dan tanggal merah tetap masuk. Jumlah karyawan untuk keamanan dan pemungut staff ada 32 orang, tenaga kebersihan ada 28 orang. Tenaga kebersihan yang ada di pasar Bitingan ini bukan PNS tapi tenaga outsourcing, dengan tujuan kalau PNS setelah gaji kerjanya malas tapi kalau outsourcing swasta maka hanya tegur pengawasnya agar maksud pasar ini dijaga kebersihannya, keindahannya, kenyamanannya, dan kerapiannya.

2. Visi dan Misi Pasar Bitingan Kudus

a. Visi

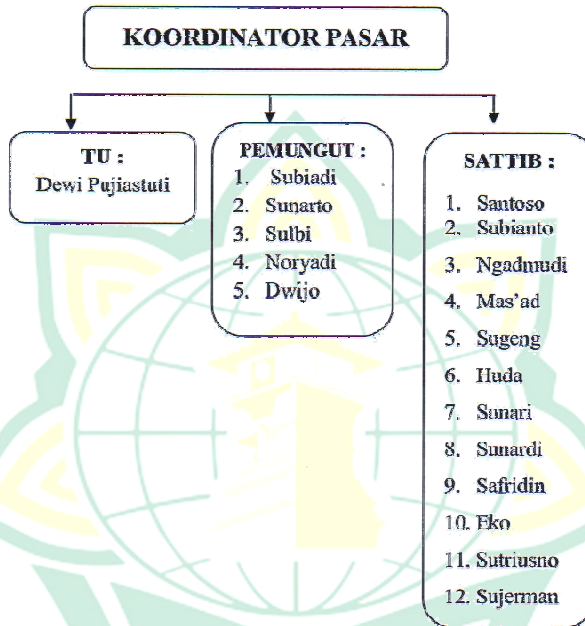
Terwujudnya usaha perdagangan yang maju dan berdaya saing di pasar global.

b. Misi

- 1) Tercapainya perluasan daerah dan negara tujuan pangsa pasar ekspor produk Kabupaten Kudus
- 2) Meningkatnya fasilitas usaha perdagangan dengan prioritas utama adalah perdagangan skala mikro kecil dan menengah.
- 3) Mewujudkan pelayanan pasar tradisional yang nyaman, bersih, dan tertib
- 4) Mewujudkan perdagangan kaki lima dan asongan yang rapi, bersih, dan tertib
- 5) Meningkatkan pengawasan aktivitas perdagangan dalam daerah

3. Struktur Organisasi

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Pasar



B. Deskripsi Hasil Data Penelitian

1. Deskripsi Identitas Responden

a. Jenis Kelamin Responden

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

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	32	33%
Perempuan	65	67%
Jumlah	97	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan keterangan tabel di atas, dapat diketahui bahwa masyarakat yang dijadikan responden dalam penelitian sebanyak 97 orang yang terdiri dari laki-laki

dan perempuan. Hasil penelitian berdasarkan jenis kelamin laki-laki sebanyak 32 orang (33%) dan berdasarkan jenis kelamin perempuan sebanyak 65 orang (67%).

b. Umur Responden

Adapun data mengenai umur responden dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah	Persentase
19-24 tahun	32	33 %
25-30 tahun	30	30,8%
31-36 tahun	20	20,7%
37-42 tahun	15	15,5%
Jumlah	97	100%

Sumber : Data primer yang diolah,2019

Berdasarkan keterangan tabel di atas, dapat diketahui bahwa masyarakat yang dijadikan responden dalam penelitian ini rata rata berumur 19 tahun sampai 24 tahun sebanyak 32 orang (33%), masyarakat yang berumur 25 tahun sampai 30 tahun sebanyak 30 orang (30,8%), masyarakat yang berumur 31 tahun sampai 36 tahun sebanyak 20 orang (20,7%) dan masyarakat yang berumur 37 tahun sampai 42 tahun sebanyak 15 orang (15,5%).

c. Tingkat Pendidikan Terakhir Responden

Adapun data tingkat pendidikan terakhir responden dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir

Pendidikan	Jumlah	Persentase
SMP	35	36,1%
SMA	41	42,3%
SARJANA	21	21,6%
Jumlah	97	100%

Sumber : Data primer yang diolah,2019

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa masyarakat yang dijadikan responden dalam penelitian ini rata-rata pendidikan terakhir SMP sebanyak 35 orang (36,1%), rata-rata pendidikan terakhir SMA sebanyak 41

orang (42,3%) dan sisanya pendidikan terakhir Sarjana sebanyak 21 orang (21,6%).

d. Pendapatan Responden

Adapun data tingkat pendidikan terakhir responden dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan	Jumlah	Persentase
Rp. 501.000 – Rp. 1.500.000	35	36,1%
Rp. 1.501.000 – Rp. 2.500.000	62	63,9%
Jumlah	97	100%

Sumber : Data primer yang diolah,2019

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa masyarakat yang dijadikan responden dalam penelitian ini rata-rata pendapatan masyarakat rata-rata pendapatan masyarakat Rp. 501.000 – Rp. 1.500.000 sebanyak 35 orang (36,1%), dan rata-rata pendapatan masyarakat Rp. 1.501.000 – Rp. 2.500.000 sebanyak 62 orang (63,9%).

C. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas Instrumen

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid, jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur. Untuk keperluan ini maka diperlukan bantuan komputer yaitu dengan menggunakan SPSS.

a. Uji Validitas Instrumen Variabel Label Halal (X1)

Nilai validitas masing-masing butir pernyataan dapat dilihat pada nilai korelasi skor item dengan skor total masing-masing butir adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5

Hasil Uji Validitas Instrumen Label Halal (X1)

No Item	r Korelasi	N=97, Tabel r Product Moment	Keterangan Validitas
1	0,681	0,197	Valid
2	0,589	0,197	Valid
3	0,699	0,197	Valid

4	0,547	0,197	Valid
---	-------	-------	-------

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Dari hasil analisis didapat nilai korelasi antara skor item dengan skor total. Nilai ini kemudian kita bandingkan dengan nilai r tabel, r tabel dicari pada signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dan jumlah data (n) = 97 maka didapat r tabel sebesar 0,197. Berdasarkan hasil analisis didapat nilai korelasi masing-masing item lebih besar dari r tabel dan nilai positif. Dengan demikian maka semua item variabel dapat dilakukan pengujian ke tahap selanjutnya.

b. Uji Validitas Instrumen Variabel Budaya (X2)

Nilai validitas masing-masing butir pernyataan dapat dilihat pada nilai korelasi skor item dengan skor total masing-masing butir adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6

Hasil Uji Validitas Instrumen Budaya(X2)

No Item	r Korelasi	N=97, Tabel r Product Moment	Keterangan Validitas
1	0,591	0,197	Valid
2	0,510	0,197	Valid
3	0,717	0,197	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Dari hasil analisis didapat nilai korelasi antara skor item dengan skor total. Nilai ini kemudian kita bandingkan dengan nilai r tabel, r tabel dicari pada signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dan jumlah data (n) = 97 maka didapat r tabel sebesar 0,197. Berdasarkan hasil analisis didapat nilai korelasi masing-masing item lebih besar dari r tabel dan nilai positif. Dengan demikian maka semua item variabel dapat dilakukan pengujian ke tahap selanjutnya.

c. Uji Validitas Instrumen Variabel Harga (X3)

Nilai validitas masing-masing butir pernyataan dapat dilihat pada nilai korelasi skor item dengan skor total masing-masing butir adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7

Hasil Uji Validitas Instrumen Harga (X3)

No Item	r Korelasi	N=97, Tabel r Product Moment	Keterangan Validitas
1	0,487	0,197	Valid
2	0,583	0,197	Valid
3	0,563	0,197	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Dari hasil analisis didapat nilai korelasi antara skor item dengan skor total. Nilai ini kemudian kita bandingkan dengan nilai r tabel, r tabel dicari pada signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dan jumlah data (n) = 97 maka didapat r tabel sebesar 0,197. Berdasarkan hasil analisis didapat nilai korelasi masing-masing item lebih besar dari r tabel dan nilai positif. Dengan demikian maka semua item variabel dapat dilakukan pengujian ke tahap selanjutnya.

- d. Uji Validitas Instrumen Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Nilai validitas masing-masing butir pernyataan dapat dilihat pada nilai korelasi skor item dengan skor total masing-masing butir adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Instrumen Keputusan Pembelian (Y)

No Item	r Korelasi	N=97, Tabel r <i>Product Moment</i>	Keterangan Validitas
1	0,475	0,197	Valid
2	0,504	0,197	Valid
3	0,462	0,197	Valid
4	0,427	0,197	Valid
5	0,464	0,197	Valid
6	0,635	0,197	Valid
7	0,271	0,197	Valid
8	0,382	0,197	Valid
9	0,701	0,197	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Dari hasil analisis didapat nilai korelasi antara skor item dengan skor total. Nilai ini kemudian kita bandingkan dengan nilai r tabel, r tabel dicari pada signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dan jumlah data (n) = 97 maka didapat r tabel sebesar 0,197. Berdasarkan hasil analisis didapat nilai korelasi masing-masing item lebih besar dari r tabel dan nilai positif. Dengan demikian maka semua item variabel dapat dilakukan pengujian ke tahap selanjutnya.

2. Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau

konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal, jika jawaban seseorang terhadap kenyataan konsisten atau stabil dari waktu-kewaktu.

Untuk melakukan uji reliabilitas dapat digunakan SPSS dengan menggunakan uji statistik Cronbach Alpha. Adapun kriteria bahwa instrumen itu dikatakan reliabel, maka nilai yang didapat dalam proses pengujian dengan uji statistik Cronbach Alpha $> 0,60$. dan sebaliknya jika Cronbach Alpha diketemukan angka koefisien lebih kecil ($< 0,60$), maka dikatakan tidak reliabel. Berikut hasil pengujian reliabilitas:

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	<i>Alpha Cronbach</i>
Label Halal (X1)	0,692
Budaya (X2)	0,661
Harga (X3)	0,629
Keputusan Pemelian (Y)	0,666

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel bahwa semua pernyataan untuk masing-masing variabel dapat dinyatakan reliabel karena nilai *Alpha Cronboach* $> 0,60$ maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir pernyataan merupakan pernyataan yang reliabel.

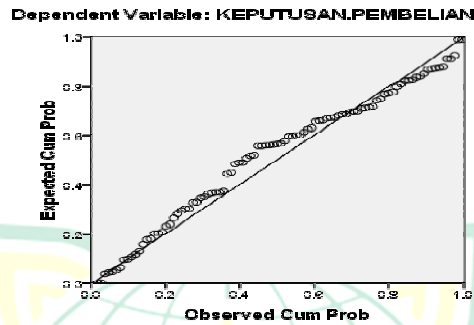
D. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas data ini menggunakan metode normal probability plot, yaitu dengan cara melihat normal probabilit plot.

Gambar 4.2

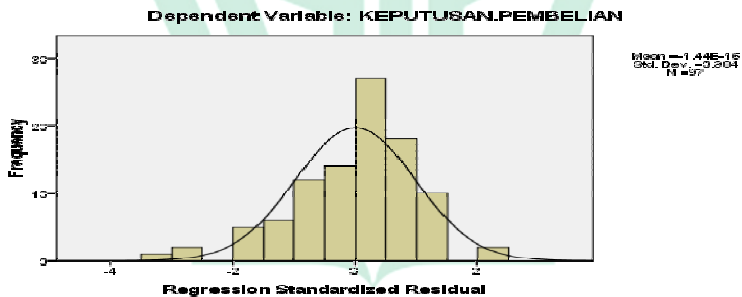
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber : Data primer yang diolah, 2019
 Berdasarkan *normal probability plot* pada gambar tersebut menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal

Gambar 4.3
 Hasil Uji Normalitas Histogram

Histogram



Sumber : Data primer yang diolah, 2019
 Selain itu juga dapat dilihat grafik histogram gambar menunjukkan hasil uji normalitas yang menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas

(independen). Model regresi yang baik tentu tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Cara yang dipakai untuk mendeteksi gejala multikolonieritas adalah dengan melihat VIF, jika VIF kurang dari angka 10, maka tidak terjadi multikolonieritas. Berdasarkan uji multikolonieritas dengan SPSS didapatkan output sebagai berikut :

Tabel 4.10
Hasil Uji Multikolonieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Label Halal (X1)	0,904	1,106	Tidak terjadi multikolonieritas
Budaya(X2)	0,878	1,140	Tidak terjadi multikolonieritas
Harga (X3)	0,881	1,135	Tidak terjadi multikolonieritas

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* untuk semua variabel adalah lebih dari 0,1 dan nilai VIF untuk semua variabel mempunyai nilai kurang dari 10, sehingga terbebas dari gejala multikolinieritas.

3. Uji Autokorelasi

Untuk melihat gejala autokorelasi dalam penelitian ini digunakan Uji *Durbin-Watson* yang mana hasilnya diperoleh sebagai berikut :

Tabel 4.11
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Mo del	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.674 ^a	.454	.436	2.568	2.170

a. Predictors: (Constant), HARGA, LABEL HALAL, BUDAYA

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN.PEMBELIAN

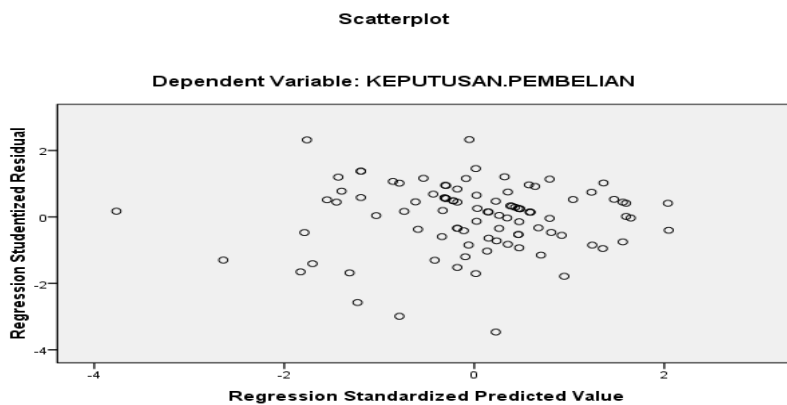
Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel diatas menunjukkan nilai Durbin-Watson (d-hitung) sebesar 2.170. Kemudian nilai tersebut dibandingkan dengan tabel Durbin-Watson dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$. Jumlah sampel ($n = 97$), dan jumlah variabel independen 3 ($k = 3$), maka dari tabel Durbin-Watson didapat nilai batas bawah (d_l) sebesar 1,606 dan nilai batas atas (d_u) sebesar 1,733. Karena hasil pengujiannya adalah $d_u < d < 4-d_u$ ($1,733 < 2,170 < 2,269$), maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian menunjukkan tidak ada autokorelasi positif maupun negatif untuk signifikan $\alpha = 5\%$ sehingga model regresi layak digunakan.

4. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan di mana terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi.

Gambar 4.4



Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan grafik scatterplot tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik menyebar secara acak yang tersebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Hal ini dapat simpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak digunakan.

E. Hasil Analisis Data

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Model analisis regresi linier berganda ini digunakan untuk mengetahui pengaruh label halal (X1), budaya (X2) dan harga (X3) terhadap keputusan pembelian di pasar bitingan kudus. Dari estimasi diperoleh sebagai berikut :

Tabel 4.12
Hasil Analisis Regresi Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.665	2.988		3.569	.001		
	LABEL HALAL	.274	.133	.165	2.051	.043	.904	1.106
	BUDAYA	.741	.191	.318	3.888	.000	.878	1.140
	HARGA	1.033	.197	.428	5.243	.000	.881	1.135

a. Dependent Variable:
KEPUTUSAN.PEMBELIAN

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Dari tabel di atas diperoleh persamaan regresi pengaruh label halal (X1), budaya (X2) dan harga (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah sebagai berikut :

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

$$Y = 10.665 + 0,274X_1 + 0,741X_2 + 1.033X_3 + e$$

Berdasarkan nilai koefisien regresi dari variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian dengan menggunakan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$ dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta dari hasil penelitian menunjukkan nilai yang positif, yaitu sebesar 10.665. dapat diartikan bahwa jika terdapat pengaruh dari variabel bebas seperti label

- halal, budaya dan harga maka variabel terikat keputusan pembelian mengalami perubahan.
- Apabila terjadi kenaikan pada label halal, maka akan meningkat keputusan pembelian sebesar 0,274. Apabila terjadi penurunan variabel label halal maka akan menurunkan keputusan pembelian sebesar 0,274 pula.
 - Apabila terjadi kenaikan pada budaya, maka akan meningkat keputusan pembelian sebesar 0,741. Apabila terjadi penurunan variabel budaya maka akan menurunkan keputusan pembelian sebesar 0,741 pula.
 - Apabila terjadi kenaikan pada harga, maka akan meningkat keputusan pembelian sebesar 1.033. Apabila terjadi penurunan variabel harga maka akan menurunkan keputusan pembelian sebesar 1.033 pula.
- e. Persamaan $Y = 10.665 + 0,274X_1 + 0,741X_2 + 1.033X_3 + e$ dapat disimpulkan bahwa faktor terbesar yang mempengaruhi keputusan pembelian di Pasar Bitingan Kudus adalah harga. Hal ini dapat dibuktikan dengan bila koefisien regresinya yang paling besar jika dibandingkan dengan koefisien regresi pada variabel independen lainnya.

2. Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi R^2 digunakan untuk mengetahui prosentase sumbangan pengaruh variabel dependen secara serentak terhadap variabel dependen. Koefisien ini menunjukkan seberapa besar prosentase variasi variabel dependen. Untuk memperkirakan atau meramalkan nilai variabel dependen (Y), perlu dilakukan perhitungan variabel-variabel lain yang ikut mempengaruhi Y. Dengan demikian antara variabel baik dependen dan independen tentunya mempunyai hubungan atau korelasi. Dalam penelitian ini variabel dependen atau terikat (Y) adalah keputusan pembelian, selanjutnya variabel independen atau bebas adalah label halal (X1), budaya (X2) dan harga (X3). Hasil analisis korelasi dan regresi berganda dengan menggunakan SPSS adalah sebagai berikut :

Tabel 4.13
Hasil Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.674 ^a	.454	.436	2.568	2.170

a. Predictors: (Constant), HARGA, LABEL HALAL, BUDAYA

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN.PEMBELIAN

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel tersebut dapat diketahui bahwa korelasi yang terjadi antara variabel bebas terhadap variabel terikat diketahui nilai $R = 0,674^a$, hal ini mengindikasikan bahwa variabel bebas label halal (X1), budaya (X2) dan harga (X3) memiliki hubungan terhadap keputusan pembelian (Y). Adapun hubungan yang terjadi adalah positif dan searah dengan tingkat hubungan yang tinggi.

Dari hasil analisis regresi linier berganda tersebut, diketahui bahwa koefisien determinasi yang dinotasikan dengan Adjusted R Square besarnya 0,436, hal ini berarti 43,6% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variasi ketiga variabel independen, agama, budaya dan harga dan sisanya ($100\% - 43,6\% = 56,4\%$) dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain. *Standart Error of Estimate* (SEE) sebesar 2,568 semakin kecil SEE akan membuat model regresi semakin tepat memprediksi variabel dependen.

3. Hasil Uji Signifikasi Parameter Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen (X1,X2,X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Dari tabel berikut hasil persamaan regresi pada variabel-variabel penelitian akan diperlihatkan satu persatu dengan memperlihatkan t_{hitung} dari olah data SPSS.

Tabel 4.14
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	10.665	2.988		3.569	.001		
LABEL HALAL	.274	.133	.165	2.051	.043	.904	1.106
BUDAYA	.741	.191	.318	3.888	.000	.878	1.140
HARGA	1.033	.197	.428	5.243	.000	.881	1.135

a. Dependent Variable:
KEPUTUSAN.PEMBELIAN

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

- a. Pengujian terhadap Variabel Label Halal (X1)
 Hasil pengujian ini yang menggunakan tingkat signifikansi sebesar $\alpha = 5\%$ dan dengan derajat kebebasan $df (n-k-1) = 97-3-1 = 93$ diperoleh $t_{tabel} = 1,966$. Hasil perhitungan pada regresi linier berganda diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,051 Dengan demikian nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,051 > 1,966$) maka H_0 ditolak artinya terdapat pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian, sehingga H_1 diterima. Didukung dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 yaitu menunjukkan nilai sebesar 0,043.
- b. Pengujian terhadap Variabel Budaya (X2)
 Hasil pengujian ini yang menggunakan tingkat signifikansi sebesar $\alpha = 5\%$ dan dengan derajat kebebasan $df (n-k-1) = 97-3-1 = 93$ diperoleh $t_{tabel} = 1,966$. Hasil perhitungan pada regresi linier berganda diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3.888. Dengan demikian nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3.888 > 1,966$) maka H_0 ditolak artinya terdapat pengaruh budaya terhadap keputusan pembelian di Pasar Bitingan

kudus, sehingga H2 diterima. Didukung dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 yaitu menunjukkan nilai sebesar 0,000.

c. Pengujian terhadap Variabel Harga (X3)

Hasil pengujian ini yang menggunakan tingkat signifikansi sebesar $\alpha = 5\%$ dan dengan derajat kebebasan $df (n-k-1) = 97-3-1 = 93$ diperoleh $t_{tabel} = 1.966$. Hasil perhitungan pada regresi linier berganda diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 5.243. Dengan demikian nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} ($5.243 > 1.966$) maka H_0 ditolak artinya terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Pasar Bitingan Kudus, sehingga H3 diterima. Didukung dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 yaitu menunjukkan nilai sebesar 0,000.

F. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Label Halal terhadap Keputusan Pembelian di Pasar Bitingan Kudus

Terdapat pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian di Pasar Bitingan Kudus. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien regresi sebesar 0,274 dan nilai t_{hitung} sebesar 2,051 dan tingkat signifikansi sebesar 0,043 lebih kecil dari 0,05. Nilai koefisien beta adalah positif, yang berarti bahwa berbagai item yang terdapat dalam label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Pasar Bitingan Kudus. Sehingga H1 diterima, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua item yang terdapat dalam label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Pasar Bitingan Kudus.

Label Halal/sertifikasi halal ialah proses untuk memperoleh sertifikat halal melalui beberapa tahap untuk membuktikan bahwa bahan, proses produksi memenuhi standar LPPOM-MUI/ Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan, dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia yang berada dalam pengawasan menteri keagamaan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tiara Khoerunnisa, Sunaryo, Astrid Puspaningrum yang berjudul Pengaruh Kepercayaan Agama, Logo Halal, Pemaparan, dan Alasan Kesehatan terhadap Kesadaran Merek dan Keputusan Pembelian Makanan Halal

pada Penduduk Kota Malang, yang menunjukkan bahwa label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

2. Pengaruh Budaya terhadap keputusan pembelian di Pasar Bitingan Kudus.

Terdapat pengaruh budaya terhadap keputusan pembelian di Pasar Bitingan Kudus. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien regresi sebesar 0,741 dan dengan nilai t_{hitung} sebesar 3,888 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Nilai koefisien beta adalah positif, yang berarti bahwa berbagai item yang terdapat dalam budaya berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sehingga H2 diterima, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua item yang terdapat dalam budaya berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Menurut James F. Engel, Roger D. Blackwell, Paul W. Miniard Budaya adalah segala nilai pemikiran, dan simbol yang mempengaruhi perilaku, sikap, kepercayaan, dan kebiasaan seseorang dan masyarakat. Budaya bisa berbentuk objek material. Rumah, kendaraan, peralatan elektronik, dan pakaian adalah contoh produk yang bisa dianggap sebagai budaya suatu masyarakat

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan Abdul Ghoni, Tri Bodroastuti yang berjudul Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologi Terhadap Perilaku Konsumen [Studi pada Pembelian Rumah di Perumahan Griya Utama Banjardowo Semarang], yang menunjukkan bahwa Budaya berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

3. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian di Pasar Bitingan Kudus

Terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Pasar Bitingan Kudus. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien regresi sebesar 1,033 dan dengan nilai t_{hitung} sebesar 5,243 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Nilai koefisien beta adalah positif, yang berarti bahwa berbagai item yang terdapat dalam harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sehingga H3 diterima, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua item yang terdapat

dalam harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian di Pasar Bitingan Kudus.

Menurut Husai Umar harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual dari tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tina Martini yang berjudul Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Desain terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Merek Honda Jenis Skutermatic, yang menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

