

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

##### **1. Gambaran Obyek Penelitian**

###### **a. Profil Toko Pusat Jims Honey Desa Pancur Kab Jepara**

Berdasarkan letak geografis wilayah, Toko Pusat Jims Honey tepatnya berada di Desa Pancur Dk Tamansari RT 48/ RW 08 Kecamatan Mayong Kabupaten Jepara. Desa pancur ini bersebelahan dengan Desa Raguklampitan dan Desa Rajekwesi di sebelah barat, disebelah utara berbatasan dengan Desa Sumosari, sebelah selatan dengan Desa Datar dan Desa Ngroto dan di sebelah timur dengan Desa Bungu dan Desa Bandung. Desa Pancur memiliki dua bagian wilayah, yaitu wilayah daratan rendah di bagian selatan, dan wilayah daratan tinggi di bagian utara.

Toko Pusat Jims Honey memenuhi kebutuhan fashion, mulai dari tas, dompet, hingga jam tangan untuk pria dan perempuan. Toko Pusat Jims Honey ini didirikan pasangan suami istri yang bernama Rohmatul Mala (20 thn) dan Nur Kholis (25 thn) pada tahun 2017/2018. Kurang lebih hampir 4 tahun toko ini berdiri. Sebelum memiliki toko yang seperti ini, mbak Mala dan mas Kholis dulu jualannya hanya melalui online yang dibantu oleh saudaranya. Namun sekarang setelah memiliki toko sendiri, mereka memiliki 3 karyawan yaitu penjaga toko dan juga merangkap sebagai admin.

Jims Honey menggunakan bahan kulit dengan kualitas terbaik. Harga yang ditawarkan pun lebih murah dibanding brand-brand lainnya. Pemasaran Toko Pusat Jims Honey ini melalui sosial media secara online maupun secara offline dan dalam sebulan bisa menjual ribuan pcs.<sup>87</sup>

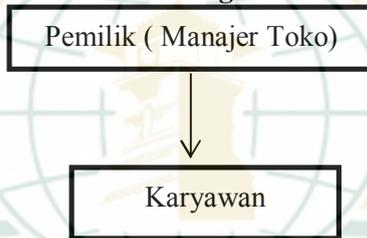
---

<sup>87</sup> Dokumentasi Toko Pusat Jims Honey Desa Pancur Kab Jepara, dikutip tanggal 4 Febuari 2021.

## b. Struktur Organisasi Toko Pusat Jims Honey Desa Pancur Kab Jepara

Struktur organisasi merupakan sebuah penggambaran yang memberikan paparan dari jenis instansi, departemen-departemen dalam suatu instansi beserta jabatan serta kewenangan yang dimiliki oleh pemegang jabatan, korelasi kerja, garis perintah serta pertanggungjawaban, rentang pengendalian hingga ke pada sistem kepemimpinan dalam suatu instansi.<sup>88</sup> Adapun struktur organisasi Toko Pusat Jims Honey Desa Pancur Kab Jepara sebagai berikut.<sup>89</sup>

**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi**



### 1) Deskripsi Jabatan

#### a. Pemilik (Manajer Toko)

Tugas Pemilik sekaligus manager toko adalah untuk mengembangkan usaha dan menemukan peluang atau terobosan baru. Begitu juga kegiatan operasional toko.

#### b. Karyawan

Karyawan yang dimaksud disini adalah mitra kerja dari sebuah *owner* yang bertugas melayani *customer* dalam memperkenalkan produk, melakukan pencatatan stok barang yang digudang, melakukan pengemasan dan pengeluaran barang atas perintah *owner*, pengiriman barang baik itu secara *COD (Cash*

<sup>88</sup> Malayu S.P. Hasibuan, *Manajemen Dasar*, (Bandung: Bumi Aksara, 2006), 128.

<sup>89</sup>Dokumentasi Toko Pusat Jims Honey Desa Pancur Kab Jepara, dikutip tanggal 4 Febuari 2021.

*On Delivery*) maupun via jasa pengiriman, melakukan rekapitulasi nomor resi pengiriman barang setiap hari dan jika sudah selesai pencatatan akan di laporkan lagi ke *owner*. Dan juga melakukan pencatatan kas.

## 2. Deskripsi Responden

Deskripsi responden yang tersajikan pada penelitian yang akan dilaksanakan bertujuan sebagai suatu penggambaran dari sebuah situasi yang dimiliki responden yang bisa memberi keterangan keterangan pelengkap dalam pemahaman mengenai penelitian yang dihasilkan. Penelitian yang akan dilaksanakan adalah penelitian berjenis lapangan yakni melalui mengambil informasi maupun sejumlah data yang diperlukan tentang respon dari responden melalui penggunaan kuesioner. Dalam menyebarkan kuesioner dilaksanakan melalui mengunjungi pelanggan dari produk jims honey agar melakukan pengisian terhadap angket, perihal tersebut bermaksud supaya terciptanya keefektifan dalam peningkatan respon rate pada penelitian yang dilaksanakan, dimana diambil sampel yakni 100 responden yang telah memenuhi persyaratan dan menjadi perwakilan dari populasi.

Dalam penelitian ini yang dijadikan karakteristik responden tersebut antara lain:

### a. Jenis Kelamin Responden

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

**Tabel 4.2**

### **Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Responden	Presentase (%)
Laki-Laki	15	15%
Perempuan	85	85%
Total	100	100%

*Sumber : Data primer yang diolah, 2021*

Berdasarkan keterangan tabel di atas, dapat diketahui bahwa konsumen yang dijadikan responden dalam penelitian ini rata-rata berjenis kelamin laki-

laki sebanyak 15 orang (15%), dan perempuan sebanyak 85 orang (85%).

**b. Usia Responden**

Adapun data mengenai usia responden dapat dilihat dalam tabel berikut ini :

**Tabel 4.3**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Umur	Responden	Presentase (%)
15 s/d 20 th	22	22%
25 s/d 30 th	33	33%
35 s/d 40 th	30	30%
45 s/d 50 th	15	15%
Total	100	100%

*Sumber : Data primer yang diolah, 2021*

Berdasarkan keterangan tabel di atas, dapat diketahui bahwa konsumen yang dijadikan responden dalam penelitian ini rata-rata berusia 15 tahun sampai 50 tahun. Umur 15 s/d 20 th sebanyak (22%), umur 25 s/d 30 th (33%), 35 s/d 40 th sebanyak (30%), sedangkan umur 45 s/d 50 th (15%).

**c. Pendidikan Terakhir Responden**

Adapun data mengenai pendidikan terakhir dapat dilihat dalam tabel berikut :

**Tabel 4.4**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan**

Pendidikan Terakhir	Responden	Presentase (%)
SMA	48	48%
Mahasiswi	52	52%
Total	100	100%

*Sumber : Data primer yang diolah, 2021*

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa konsumen yang dijadikan responden dalam penelitian ini rata-rata pendidikan terakhir SMA sebanyak 48 karyawan (48%), dan pendidikan terakhir mahasiswi (52%).

### 3. Deskripsi Hasil Data Penelitian

Hasil dari masing-masing jawaban tentang pengaruh kebutuhan dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk Jims Honey, sebagai berikut:

#### a. Kebutuhan (X1)

**Tabel 4.5**  
**Frekuensi Variabel Kebutuhan (X1)**

Variabel	Item	Total STS	%	Total TS	%	Total KS	%	Total S	%	Total SS	%
Kebutuhan (X1)	1	8	8,0	15	15,0	29	29,0	31	31,0	17	17,0
	2	1	1,0	11	11,0	38	38,0	38	38,0	12	12,0
	3	-	-	6	6,0	35	35,0	39	39,0	20	20,0
	4	6	6,0	6	6,0	19	19,0	49	49,0	20	20,0
	5	1	1,0	-	-	17	17,0	49	49,0	33	33,0
	6	1	1,0	11	11,0	38	38,0	38	38,0	12	12,0

*Sumber: Data Primer yang Diolah, 2021*

Dari hasil penelitian pada pertanyaan pertama mengenai kebutuhan, responden menjawab sangat setuju sebanyak (17,0%), setuju (31,0%), kurang setuju (29,0%), tidak setuju (15,0%), sangat tidak setuju (8,0%). Pada pertanyaan kedua responden menjawab sangat setuju sebanyak (12,0%), setuju (38,0%), kurang setuju (38,0%), tidak setuju (11,0%), sangat tidak setuju (1,0%). Pada pertanyaan ketiga responden menjawab sangat setuju sebanyak (20,0%), setuju (39,0%), kurang setuju (35,0%), tidak setuju (6,0%), sangat tidak setuju (0%). Pada pertanyaan keempat responden menjawab sangat setuju sebanyak (20,0%), setuju (49,0%), kurang setuju (19,0%), tidak setuju (6,0%), sangat tidak setuju (6,0%). Pada pertanyaan kelima responden menjawab sangat setuju sebanyak (33,0%), setuju (49,0%), kurang setuju (17,0%), tidak

setuju (0%), sangat tidak setuju (1,0%). Pada pertanyaan keenam responden menjawab sangat setuju sebanyak (12,0%), setuju (38,0%), kurang setuju (38,0%), tidak setuju (11,0%), sangat tidak setuju (1,0%).

**b. Gaya Hidup (X2)**

**Tabel 4.6**  
**Frekuensi Variabel Gaya Hidup (X2)**

Variabel	Item	Totals	%								
1	m	1		1		1		1		1	
		STS		TS		KS		S		SS	
Gaya Hidup (X2)	1	15	15,0	18	18,0	33	33,0	23	23,0	11	11,0
	2	-	-	2	2,0	47	47,0	45	45,0	6	6,0
	3	-	-	1	1,0	33	33,0	54	54,0	12	12,0
	4	1	1,0	3	3,0	16	16,0	54	54,0	26	26,0

*Sumber: Data Primer yang Diolah, 2021*

Dari hasil penelitian pada pertanyaan pertama mengenai kebutuhan, responden menjawab sangat setuju sebanyak (11,0%), setuju (23,0%), kurang setuju (33,0%), tidak setuju (18,0%), sangat tidak setuju (15,0%). Pada pertanyaan kedua responden menjawab sangat setuju sebanyak (6,0%), setuju (45,0%), kurang setuju (47,0%), tidak setuju (2,0%), sangat tidak setuju (0%). Pada pertanyaan ketiga responden menjawab sangat setuju sebanyak (12,0%), setuju (54,0%), kurang setuju (33,0%), tidak setuju (1,0%), sangat tidak setuju (0%). Pada pertanyaan keempat responden menjawab sangat setuju sebanyak (26,0%), setuju (54,0%), kurang setuju (16,0%), tidak setuju (3,0%), sangat tidak setuju (1,0%).

**c. Keputusan Pembelian**

**Tabel 4.7**

**Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y)**

Variabel	Item	Total STS	%	Total ITS	%	Total IKS	%	Total IS	%	Total ISS	%
Keputusan Pembelian (Y)	1	8	8,0	15	15,0	29	29,0	31	31,0	17	17,0
	2	1	1,0	11	11,0	38	38,0	38	38,0	12	12,0
	3	-	-	6	6,0	35	35,0	39	39,0	20	20,0
	4	6	6,0	6	6,0	19	19,0	49	49,0	20	20,0
	5	1	1,0	-	-	17	17,0	49	49,0	33	33,0

*Sumber: Data Primer yang Diolah, 2021*

Dari hasil penelitian pada pertanyaan pertama mengenai kebutuhan, responden menjawab sangat setuju sebanyak (17,0%), setuju (31,0%), kurang setuju (29,0%), tidak setuju (15,0%), sangat tidak setuju (8,0%). Pada pertanyaan kedua responden menjawab sangat setuju sebanyak (12,0%), setuju (38,0%), kurang setuju (38,0%), tidak setuju (11,0%), sangat tidak setuju (1,0%). Pada pertanyaan ketiga responden menjawab sangat setuju sebanyak (20,0%), setuju (39,0%), kurang setuju (35,0%), tidak setuju (6,0%), sangat tidak setuju (0%). Pada pertanyaan keempat responden menjawab sangat setuju sebanyak (20,0%), setuju (49,0%), kurang setuju (19,0%), tidak setuju (6,0%), sangat tidak setuju (6,0%). Pada pertanyaan keempat responden menjawab sangat setuju sebanyak (33,0%), setuju (49,0%), kurang setuju (17,0%), tidak setuju (0%), sangat tidak setuju (1,0%).

**4. Analisis Data**

**a. Uji Validitas**

Pada pengujian validitas secara umum dipergunakan agar menjadi pengukuran dengan sah

maupun kevalidan ataupun ketidakvalidan dalam sebuah kuesioner yang telah didapatkan. Kuesioner-kuesioner disebut sah apabila pertanyaan dalam kuesioner memiliki kemampuan sebagai upaya pengungkapan suatu hal yang nantinya dilakukan pengukuran dari kuesioner. Pengertian validitas bisa diartikan menjadi derajat tetap dari suatu data yang ada dalam objek penelitian terhadap data yang bisa dilaporkan dari pihak yang meneliti. Kevalidan suatu item diperlihatkan melalui berkorelasinya ataupun didukung pada skor yang telah ditotalkan, hitungan dilaksanakan melalui korelasi dari skor per item terhadap skor keseluruhan dari item. Melalui hitungan yang dihasilkan terhadap suatu korelasi yang telah dipergunakan dalam melakukan pengukuran kevalidan terhadap sebuah item maupun penentuan jika sebuah item tersebut memiliki kelayakan untuk dimanfaatkan ataupun tidaklayakan dalam pemanfaatannya. Ketika menentukan kelayakan maupun tidaklayakan dari sebuah item yang dimanfaatkan, secara umum dilaksanakan pengujian signifikansi koefisien korelasi yang memiliki tingkatan signifikansi sebesar 0.05. Hal tersebut berarti sebuah item dikatakan memiliki kevalidan apabila skor keseluruhan di atas 0.05.<sup>90</sup>

Pada kasus ini, besarnya df dapat dihitung 30-2 atau df 28 dengan alpha 0,05 didapat r tabel 0,361 jika r hitung (untuk r tiap butir dapat dilihat pada kolom *Pearson Correlation* lebih besar dari r tabel dan nilai r hitung positif, maka butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid. Hasil analisis validitas dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Validitas Instrumen**

Variabel	Item	<i>Pearson Correlation</i> (r hitung)	r table	Keterangan
Kebutuhan (X <sub>1</sub> )	K1	0,772	0,361	Valid

<sup>90</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, Undip, Semarang, 2001, 52-53.

	K2	0,867	0,361	Valid
	K3	0,798	0,361	Valid
	K4	0,460	0,361	Valid
	K5	0,570	0,361	Valid
	K6	0,867	0,361	Valid
Gaya Hidup (X <sub>2</sub> )	G1	0,688	0,361	Valid
	G2	0,858	0,361	Valid
	G3	0,856	0,361	Valid
	G4	0,656	0,361	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	KP1	0,684	0,361	Valid
	KP2	0,584	0,361	Valid
	KP3	0,674	0,361	Valid
	KP4	0,775	0,361	Valid
	KP5	0,711	0,361	Valid

Sumber : Data primer diolah 2021

Berdasarkan olahan data di atas di ketahui  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (0,361) yang bernilai positif, sehingga butiran pertanyaan dikatakan *valid*.

#### b. Uji Reliabilitas

Pengujian realibilitas secara umum merupakan instrumen dalam melakukan pengukuran terhadap sebuah kuesioner yang menjadi indikasi oleh variabel ataupun konstruk. Sebuah kuesioner disebut andal apabila individu dengan nyata memiliki kekonsistenan ataupun kestabilan seiring berjalannya waktu. Ketika melakukan uji untuk menguji realibilitas tersebut bisa dilaksanakan dengan kedua metode yakni *repeated measure* ataupun *one-shot* melalui penggunaan perangkat lunak SPSS. Ketika mengukur dengan penggunaan *one-shot* tersebut terdapat sebuah nilai yang ditentukan dalam pengukuran realibilitas melalui pemanfaatan pengujian statistik cronbach alpha. Sebuah variabel bisa disebut memiliki realibilitas jika variabel mempunyai cronbach alpha di atas 0.60, kemudian kebalikannya apabila di bawah 0.60 dengan demikian disebut tidak memiliki realibilitas. Hasil analisis reliabilitas instrumen dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel. 4.9**  
**Hasil Uji Reliabilitas Instrumen**

Variabel	<i>Reliability Coefiens</i>	Alpha	Keterangan
Kebutuhan ( $X_1$ )	6 item	0,823	<i>Reliabel</i>
Gaya hidup ( $X_2$ )	4 item	0,769	<i>Reliabel</i>
Keputusan Pembelian (Y)	5 item	0,720	<i>Reliabel</i>

*Sumber : Data primer diolah, 2021*

Berdasarkan data di atas koefisien *alpha* memiliki nilai  $> 0,60$ , maka dapat dijelaskan variabel kebutuhan, gaya hidup dan keputusan pembelian adalah reliabel atau memiliki reliabilitas tinggi, sehingga memiliki ketepatan untuk dijadikan sebuah penelitian.

### c. Uji Prasyarat

Metode menguji yang bisa dipergunakan terdiri dari pengujian multikolinieritas, pengujian autokorelasi, pengujian heteroskedastisitas, serta pengujian normalitas. Empat macam uji asumsi klasik tersebut memiliki tujuan sebagai penetapan jika penelitian yang dilaksanakan menggunakan statistik parametris maupun statistik nonparametris. Hal-hal tersebut diperlukan untuk dilakukan supaya penelitian yang dihasilkan bisa dilakukan penggeneralisasian terhadap populasi yang semakin meluas. Berdasarkan hasil pengujian uji asumsi klasik dapat dijelaskan menggunakan uji-uji sebagai berikut :

#### 1) Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinieritas tersebut memiliki tujuan agar melakukan pengujian jika pada model regresi dan dapatkan berkorelasi dari konstruk bebas. Apabila variabel bebas memiliki korelasi, dengan demikian tidak terjadinya pembentukan variabel ontogonal dimana sebagai suatu variabel bebas yang memiliki nilai dari tiap-tiap variabel independen sebesar 0. Agar melakukan pendeteksian keberadaan maupun ketidakadaan dari multikolinieritas pada suatu model regresi yaitu bisa ditinjau melalui besar nilai  $R^2$ , matriks korelasi

variabel bebas serta besar toleransi maupun lawan, serta VIF.<sup>91</sup>

Menurut hasil pengujian multikolinieritas, diketahui bahwa nilai *tolerance* variabel kebutuhan dan gaya hidup masing-masing sebesar 0,841; 0,841 dan nilai VIF masing-masing sebesar 1,188; 1,188

Dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi multikolinieritas. Hal ini dapat dilihat dari kedua variabel independent yang memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,10 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10. Sehingga dapat dipastikan dalam penelitian ini tidak terjadi adanya korelasi antar variabel bebas, yang berarti penelitian ini merupakan model regresi yang baik.

## 2) Uji Autokorelasi

Pengujian autokorelasi memiliki tujuan agar melakukan pengujian jika pada sebuah model regresi linier terdapat korelasi kesalahan yang mengganggu dalam periode  $t$  terhadap kesalahan dalam periode yang terdahulu ataupun  $t-1$ . Apabila berkorelasi dengan demikian disebut sebagai permasalahan autokorelasi. Autokorelasi hadir dikarenakan pengamatan yang berurut selama waktu tertentu dan saling terkait. Permasalahan tersebut hadir dikarenakan residual atau pun salah dari pengganggu dengan ketidakbebasan oleh satu pengamatan menuju pengamatan yang lain. Perihal tersebut seringkali didapatkan dalam data-data runtut waktu dikarenakan gangguan dari perorangan maupun secara berkelompok memiliki kecenderungan memberikan pengaruh diganggu terhadap perorangan maupun secara berkelompok yang serupa dalam periode yang selanjutnya. Sebaik-baiknya model regresi yaitu terbebas oleh adanya permasalahan autokorelasi. Model pengujian

---

<sup>91</sup>Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, (Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2001), 92.

menggunakan uji Durbin-Watson (uji DW).<sup>92</sup> Dari hasil tabel uji autokorelasi, diketahui nilai DW yang dihasilkan dari model regresi adalah 1,300. Sedangkan dari tabel DW dengan signifikansi 0,05 dan jumlah ( $n$ ) = 100 dan  $k = 2$  di peroleh nilai  $dL$  sebesar 1,634,  $dU$  sebesar 1,715. Jadi hasilnya  $0 < d < dL = 0 < 1,300 < 1,634$  sehingga dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi autokorelasi positif.

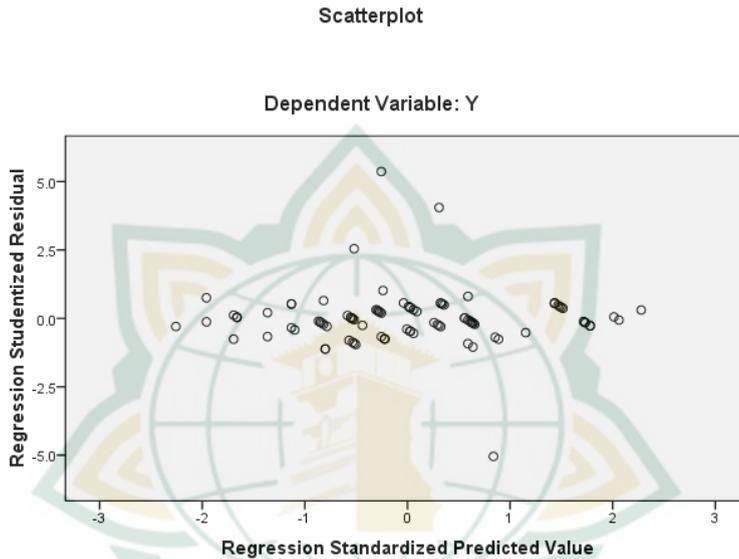
### 3) Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan pendeteksian melalui peninjauan terhadap grafik plot dari nilai produksi variabel dependen ataupun disebut sebagai ZPRED terhadap residual ataupun disebut sebagai SRESID. Pendeteksian bisa dilaksanakan melalui peninjauan terhadap terdapat atau tidak terdapatnya suatu pola dalam grafik plot yang dimiliki ZPRED terhadap SRESID. Apabila adanya suatu pola yang bersifat dengan keteraturan seperti ada gelombang, terjadi pelebaran lalu penyempitan, dengan demikian diindikasikan sudah terjadinya heteroskedastisitas. Akan tetapi apabila tidak terdapat pola dengan kejelasan, dan sejumlah titik tersebar pada bagian atas maupun bagian bawah angka 0 di sumbu  $y$ , artinya tidak terjadinya permasalahan heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik *scatterplot* sebagai berikut:

---

<sup>92</sup>Duwi Priyatno, *Paham Analisis Data Dengan SPSS*, MediaKom, Yogyakarta, 2010, 87.

**Gambar. 4.1**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



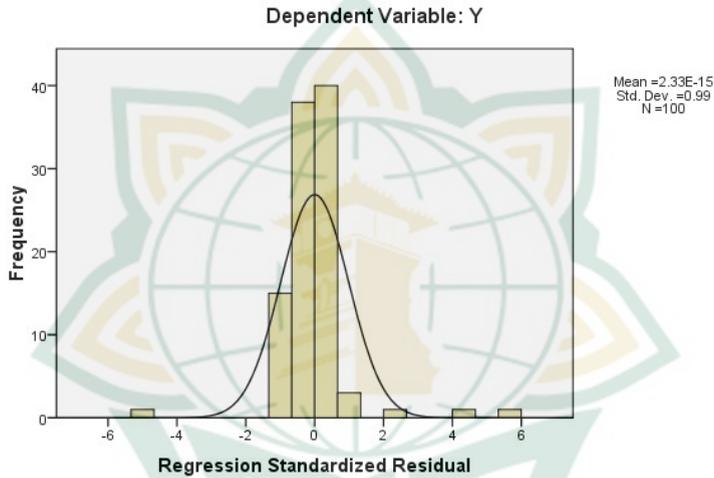
Pada grafik *scatterplot* terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa regresi yang dihasilkan tidak mengandung heteroskedastisitas.

#### 4) Uji Normalitas

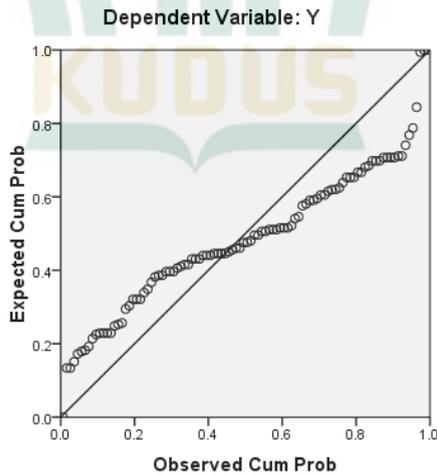
Pengujian normalitas merupakan suatu pengujian yang dilaksanakan bertujuan agar menentukan penilaian persebaran data-data dari suatu kelompok data maupun variabel yang digunakan dalam penelitian, jika persebaran data ini mengalami distribusinya secara normal maupun secara tidak normal. Melakukan pendeteksian jika distribusi secara normal maupun ketidaknormalan bisa dilihat melalui penggambaran sebaran data lewat suatu grafik normal P-P Plot. Apabila data-data mengalami persebaran pada sekitaran garis diagonal, dengan demikian model

regresi telah memiliki pemenuhan terhadap asumsi pengujian normalitas. Adapun uji normalitas dalam penelitian ini disajikan pada grafik sebagai berikut:

**Gambar. 4.2**  
**Hasil Uji Normalitas dengan Histogram**  
 Histogram



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Untuk melihat apakah data terdistribusi normal atau tidak, kita dapat melihat pada grafik histogram. Dari grafik histogram pada gambar, residual data telah menunjukkan kurva normal yang membentuk lonceng sempurna. Selain dengan menggunakan histogram, kita juga bisa melihat uji normalitas dengan menggunakan grafik normal P-P Plot berdasarkan gambar di atas, terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Dengan demikian, data yang digunakan telah memenuhi asumsi klasik dan dapat dikatakan data terdistribusi normal.

#### d. Uji Hipotesis

##### 1) Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menguji sejauh mana pengaruh antara variabel independen yaitu kebutuhan dan gaya hidup dengan variabel dependen yaitu keputusan pembelian pada produk Jims Honey. Berdasarkan hasil analisis regresi berganda pada tabel di atas diperoleh koefisien untuk variabel bebas  $X_1 = 0,765$ ,  $X_2 = 0,044$ , dan konstanta sebesar 1,103 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh adalah:

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

$$Y = 1,103 + 0,765X_1 + 0,044X_2 + e$$

Dimana:

Y = Variabel dependen (keputusan pembelian)

a = Nilai Intercept (konstanta)

$X_1$  = Variabel independen (kebutuhan)

$X_2$  = Variabel independen (gaya hidup)

$b_1$  = Koefisien regresi kebutuhan dengan keputusan pembelian

$b_2$  = Koefisien regresi gaya hidup dengan keputusan pembelian

e = Standar eror

Dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 1,103  
Jika variabel independen dianggap sama dengan nol, maka variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 1,103.
- b. Nilai koefisien regresi kebutuhan ( $X_1$ ) sebesar 0,765.  
Jika variabel kebutuhan ( $X_1$ ), mengalami kenaikan satu poin maka akan meningkatkan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,765.
- c. Nilai koefisien regresi gaya hidup ( $X_2$ ) sebesar 0,044.  
Jika variabel gaya hidup ( $X_2$ ), mengalami kenaikan satu poin maka akan meningkatkan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,044.

## 2) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan suatu nilai dari statistik yang bisa dipergunakan agar dapat diketahui jika terdapat kaitan dampak dari kedua variabel yang digunakan dalam suatu penelitian. Nilai dari  $R^2$  memperlihatkan persentase varian nilai variabel bebas yang bisa diberikan penjelasan dari persamaan regresi yang telah diperoleh.

Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh nilai koefisien determinasi yang dinotasikan dalam angka Adjusted R Square adalah sebesar 0,844 ini artinya bahwa sumbangan pengaruh variabel kebutuhan ( $X_1$ ), gaya hidup ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian (Y) dipengaruhi sebesar 84,4%. Jadi besarnya pengaruh antara kebutuhan, gaya hidup terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 84,4%. Sedangkan sisanya sebesar  $(100-84,4\% = 15,6\%)$  dipengaruhi oleh variabel-variabel lain di luar penelitian ini.

## 3) Uji T

Pengujian t secara mendasar memperlihatkan sejauh mana dampak dari suatu variabel yang menjelaskan dengan individu ketika memberikan penerangan terhadap varian dari variabel dependen. Pengujian t bertujuan sebagai pengukuran dengan

memisahkan pengaruh yang timbul oleh tiap-tiap variabel bebas dengan variabel terikat pada parsialnya. Tabel distribusi t dicari pada derajat kebebasan (df)  $n-k-1$ . ( $n$  adalah jumlah sampel dan  $k$  adalah jumlah variabel independen). Sehingga  $t_{tabel}$  diperoleh  $df = (100-2-1)$  dengan signifikansi 5% adalah 1,984. Apabila nilai  $t_{hitung} > \text{nilai } t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sebaliknya apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Hasil pengujian hipotesis secara parsial dapat dilihat sebagai berikut:

a. Uji Hipotesis Variabel Kebutuhan

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa  $t_{tabel}$  dalam penelitian ini untuk derajat kebebasan  $df (100-2-1) = 97$  dengan signifikansi 5%. Berdasarkan hasil pengujian yang diperoleh untuk variabel kebutuhan diperoleh  $t_{hitung} = 20,997$  dengan tingkat signifikansi 0,000 (kurang dari 0,05). Dengan demikian diperoleh  $t_{hitung} (20,997) > t_{tabel} (1,984)$  sehingga menolak  $H_0$  dan  $H_a$  diterima. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis ini menyatakan bahwa kebutuhan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Jims Honey.

b. Uji Hipotesis Variabel Gaya Hidup

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa  $t_{tabel}$  dalam penelitian ini untuk derajat kebebasan  $df (100-2-1) = 97$  dengan signifikansi 5%. Berdasarkan hasil pengujian yang diperoleh untuk variabel diperoleh gaya hidup  $t_{hitung} = 0,683$  dengan tingkat signifikansi 0,497 (kurang dari 0,05). Dengan demikian diperoleh  $t_{hitung} (0,683) < t_{tabel} (1,984)$  sehingga menolak  $H_0$  dan  $H_a$  diterima. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis ini menyatakan bahwa gaya hidup tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Jims Honey.

4) Uji F

Uji F digunakan untuk menjawab pertanyaan apakah variabel independen (kebutuhan dan gaya

hidup) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sebaliknya jika  $F_{hitung} < F_{hitung}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Dari hasil analisis uji F didapat  $F_{hitung}$  sebesar 269,039 dengan tingkat probabilitas 0,000 (signifikansi). Probabilitas jauh lebih kecil dari 0,05 dan  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  ( $269,039 > 3,09$ ) maka, model regresi dapat dipergunakan untuk memprediksi keputusan pembelian atau dapat dikatakan bahwa variabel kebutuhan dan gaya hidup bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

## B. Pembahasan Hasil Penelitian

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

### 1. Pengaruh Kebutuhan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Jims Honey.

Berdasarkan hasil analisis data, kebutuhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Jims Honey. Diketahui nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $20,997 > 1,984$ ) dan tingkat signifikansi 0,000.  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yaitu secara parsial semakin tinggi tingkat pemberian kebutuhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Jims Honey. Dengan nilai standart koefisien sebesar 0,765.

Kebutuhan adalah keinginan manusia akan suatu barang atau jasa yang di harapkan dapat memberikan kepuasan jasmani atau rohani, dimana kebutuhan manusia bersifat nyata dan tidak nyata.<sup>93</sup> Hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa kebutuhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Jims Honey, artinya setiap terjadi peningkatan kebutuhan maka akan meningkatkan keputusan pembelian

---

<sup>93</sup> Vinna Sri Yuniarti, *Ekonomi Makro Syariah*, (Bandung, CV Pustaka Setia, 2016), 60.

secara signifikan. Kebutuhan merupakan hal yang mendasar yang harus dipenuhi terlebih dahulu sehingga orang-orang yang membutuhkan suatu barang atau jasa akan melakukan keputusan pembelian.

Dalam perspektif Islam, kebutuhan di tentukan oleh *mash-lahah*. Islam yang senantiasa menghubungkan aktivitas pemenuhan kebutuhan terhadap tujuan paling inti dalam penciptaan manusia. Di mana manusia seringkali terlupa akan tujuan diciptakannya, dengan demikian esensi pada fase tersebut tidak memiliki perbedaan terhadap hewan yang ditenak kemudian memakan makanan dikarenakan hanya karena merasakan kelaparan.

Menurut al-Syathibi, “kebutuhan manusia dalam Islam terdiri dari tiga jenjang yaitu Dharuriyat, Hajiyat, Tahsiniyat. Dharuriyat ini merupakan kemestian dan landasan dalam menegakkan kesejahteraan manusia di dunia dan di akhirat yang mencakup pemeliharaan lima unsur pokok dalam kehidupan manusia, yakni agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. dapat dilakukan dengan cara memelihara eksistensi kelima unsur pokok tersebut dalam kehidupan manusia dan melindunginya dari berbagai hal yang dapat merusak kebutuhan *hajiyat* berfungsi melengkapi aspek *dharuriyat* supaya dia lebih kokoh. Kebutuhan *hajiyat* baru bisa dipenuhi apabila yang *dharuriyat* telah terpenuhi terlebih dahulu. *Tahsiniyat* juga biasa dikenali dengan kebutuhan tersier, atau identik dengan kebutuhan yang bersifat mendekati kemewahan”.<sup>94</sup>

Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kebutuhan mengakibatkan keputusan pembelian pada produk Jims Honey semakin meningkat. Hasil penelitian ini sesuai dengan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Melissa Paendong, Maria V.J. Tielung yang menyatakan terdapat pengaruh kebutuhan terhadap keputusan pembelian.

---

<sup>94</sup> Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta, Raja Grafindo Persada, 2006), 66.

## 2. Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Jims Honey.

Berdasarkan hasil analisis data, gaya hidup tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Jims Honey. Diketahui nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $0,683 > 1,984$ ) dan tingkat signifikansi  $0,0060$ .  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yaitu secara parsial gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Jims Honey. Dengan nilai standart koefisien sebesar  $0,044$ .

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya.<sup>95</sup> Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen produk Jims Honey, artinya setiap terjadi peningkatan gaya hidup maka akan meningkatkan keputusan pembelian secara signifikan. Hal ini terjadi karena perubahan zaman yang semakin modern sehingga orang-orang berlomba untuk mengikuti tren gaya hidup.

Gaya hidup sendiri dapat mempengaruhi perilaku seseorang, dan akhirnya menentukan pilihan-pilihan konsumsi seseorang. Dalam islam, konsumsi tidak dapat dipisahkan dengan peranan keimanan. Dimana peranan keimanan menjadi tolak ukur yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia dalam bentuk perilaku, gaya hidup, selera dalam suatu pengambilan keputusan pembelian.<sup>96</sup>

Hasil penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa bagi peningkatan gaya hidup dapat meningkatkan keputusan pembelian. Hasil penelitian ini sesuai dengan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sri Rahayu, Zuhriyah, dan Silvia Bonita yang menyatakan terdapat pengaruh Gaya Hidup terhadap keputusan pembelian.

---

<sup>95</sup> Ristianti Prasetijo dan John J.O.I. Ihalauw, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta, Andi, 2005), 56.

<sup>96</sup> Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Persepektif Ekonomi Islam*, 12.

### 3. Pengaruh Kebutuhan, dan Gaya Hidup, terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Jims Honey.

Faktor kebutuhan dan gaya hidup secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk Jims Honey. Hal ini di buktikan dengan hasil uji ANOVA atau F test. Dari hasil analisis  $F_{hitung}$  sebesar 269,039 dengan tingkat probabilitas 0,000 (signifikansi). Probabilitas jauh lebih kecil dari 0,05 dan F hitung lebih besar dari  $F_{tabel}$  ( $269,039 > 3,09$ ) maka, model regresi dapat dikatakan bahwa variabel kebutuhan dan gaya hidup bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

Dalam penelitian ini hasil regresi linier berganda dapat diketahui bahwa koefisien determinasi yang dinotasikan dengan Adjusted R square sebesar 0,844. Ini berarti variabel kebutuhan dan gaya hidup yang diturunkan dalam model presentase sebesar 15,6% atau dengan kata lain sumbangan efektif sebesar (kontribusi) variabel independent terhadap keputusan pembelian sebesar 15,6%.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa peningkatan keputusan pembelian Jims Honey tidak terlepas dari adanya kebutuhan dan gaya hidup konsumen di Kota Jepara. Kebutuhan merupakan salah satu unsur yang penting bagi masyarakat dalam berinteraksi sosial. Sehingga hal ini akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dari masyarakat tersebut. Selain itu kebutuhan membantu menentukan cara bagaimana seseorang harus merespon atau bagaimana menemukan stimulasi lingkungan, dengan memperhitungkan fakta-fakta objektif maupun fakta-fakta subyektif sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembeliannya.

Kebutuhan dalam Islam tidak dapat dipisahkan dari kajian tentang perilaku konsumen dalam kerangka *maqasid al-syariah*.<sup>97</sup> Dimana tujuan *syariah* harus dapat menentukan tujuan perilaku konsumen dalam Islam. Beberapa hal yang perlu digaris bawahi disini adalah

---

<sup>97</sup> Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid al-Syari'ah*, (Jakarta, Kencana, 2014), 165.

apakah barang atau jasa tersebut membawa suatu manfaat dan kemaslahatan. Maka tidak dipungkiri semakin tinggi kebutuhan atau pun gaya hidup seseorang yang dialami konsumen semakin tinggi pula minat membeli produk tersebut.

Hasil penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa kebutuhan dan gaya hidup konsumen bersama-sama atau simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Jims Honey. Hasil penelitian ini sesuai dengan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Melissa Paendong, Maria V.J. Tielung yang menyatakan terdapat pengaruh kebutuhan dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian.

