

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran obyek penelitian

1. Sejarah Finaldo

Industri ini berada di Desa Wedarijaksa Kecamatan Wedarijaksa Kabupaten Pati pada tahun 1993 yang didirikan oleh kakak beradik bernama bapak Asmani dan Jani Ahmad. Pengalaman ini diperoleh dari mereka yang bekerja di sebuah pabrik sepatu yang berada di Jakarta. Dengan keterampilan yang diperoleh dari pabrik tersebut, mereka memutuskan untuk mendirikan usaha ini di sebuah desanya mengingat di sekitar lingkungan belum ada yang memproduksi jenis usaha tersebut. Usaha tersebut diberi nama UD. Klasik. Dengan seiring berjalannya waktu, bapak Asmani berinisiatif untuk memisahkan diri dan membuka usaha sendiri yang di beri nama UD. Finaldo. Finaldo ini berdiri mulai tahun 2004 yang bergerak dalam bidang usaha alas kaki berbahan dasar kulit. Finaldo ini berada di didesa Suwaduk kecamatan Wedarijaksa Kabupaten Pati. Finaldo menyediakan berbagai produk mulai dari sepatu fantofel, kasual, mokasin, sandal, dan ikat pinggang.

2. Sejarah *Mocassin* (Mokasin)

Mocassin atau mokasin merupakan macam sepatu tanpa hak yang diciptakan dari bahan kulit berkualitas lembut. Telapak sepatunya dibuat lentuk dan bagian atas sepatu umumnya dihiasi beraneka macam detail seperti manik-manik, sulaman, bordiran ataupun ornamen lainnya. Mokasin ini merupakan sepatu bermodel simple. Selain simple, sepatu mokasin ini aman di kaki sebab bahannya menyerap keringat di kaki dan juga tidak akan menimbulkan bunyi saat berjalan. Atribut yang sangat mudah ditemukan dalam mengenal sepatu mokasin yaitu tampaknya sulaman pada bagian atas sepatu, diawali dari pucuk sebelah kanan hingga ujung kiri yang semua ujungnya berakhir tepat didepan pergelangan kaki. Bahan

kulitnya lebih ke jenis kulit *suede* dan sangat ringan jika dipakai.¹

Moccasins sejarahnya berawal dari kata *makasin powhattan* (bahasa *algonquian*) dan dari kata *proto-algonquian* yang merupakan *maxkenser* dan mempunyai arti alas kaki (sepatu). *Moccasins* atau mokasin ini mula-mula diciptakan oleh suku Indian Amerika Utara jelasnya suku Algonquian yang ada di wilayah Subartic timur Kanada. Dahulu sepatu mokasin selalu dipakai oleh para pemburu, pengembara, serta pedagang. Namun berjalannya pertambahan waktu, sepatu mokasin ini jadi gaya ikon setiap hari bagi anak muda.²

3. Visi, Misi dan Tujuan Finaldo

- a. **Visi** : Menciptakan sebuah produk lokal yang berstandar nasional serta menjadi industri sepatu yang senantiasa bisa tumbuh dan bersaing
- b. **Misi** : Membuat orang-orang lebih mencintai produk dalam negeri sendiri dan memberikan harga yang terjangkau bagi pengguna atau pelanggan.
- c. **Tujuan** : Menjadi pemimpin pasar bisnis alas kaki yang dimulai dari produk lokal menjadi brand terkenal dengan volume penjualan yang semakin pesat untuk kebutuhan perusahaan dan memenuhi kebutuhan konsumen.

4. Produk Finaldo

Semua produk finaldo diproduksi dari bahan dasar kulit diantaranya yaitu :

- a. Sepatu fantofel
- b. Sepatu kasual
- c. Sepatu kets
- d. Sepatu mokasin
- e. Wedges
- f. Sandal
- g. Ikat pinggang

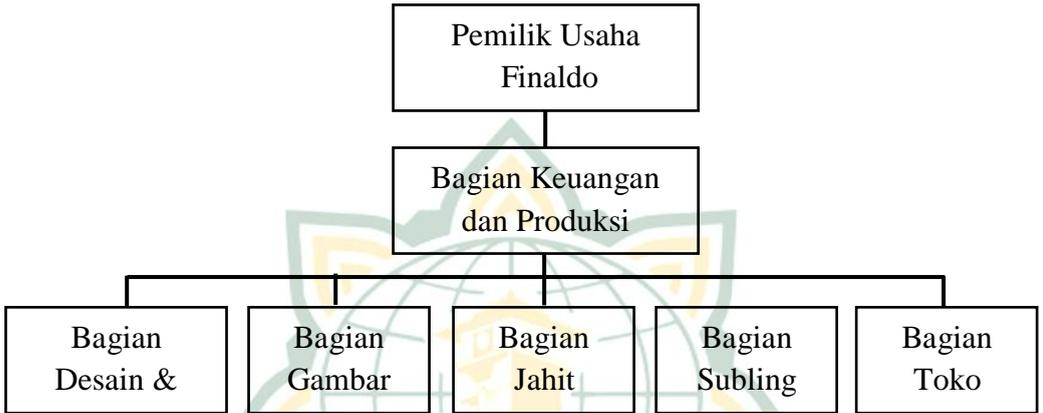
¹ Admin, “mengenal sepatu jenis mokasin”, [https://macamsepatu.wordpress.com/mengenal-macam-sepatu/diakses pada 2 Oktober 2020](https://macamsepatu.wordpress.com/mengenal-macam-sepatu/diakses%20pada%2020%20Oktober%202020)

² Ika Fibriyaningsih, “macam-macam sepatu dan sejarahnya”, [https://kakakdotfifi.wordpress.com/macam-macam-sepatu-dan-sejarahnya/diakses pada 2 Oktober 2020](https://kakakdotfifi.wordpress.com/macam-macam-sepatu-dan-sejarahnya/diakses%20pada%2020%20Oktober%202020)

5. Struktur organisasi

Agar tercapainya sebuah tujuan dalam sebuah industri maka perlu disusun struktur organisasi. Struktur organisasi di Finaldo diantaranya :

Gambar 4. 1 Struktur Organisasi



6. Gambaran Umum Responden

Informan pada penelitian penulis memiliki beberapa karakteristik yakni:

a. Jenis Kelamin

Berikut hasil pengumpulan data dari 96 responden berdasarkan jenis kelamin responden, maka dapat melihat tabel dibawah ini:

Tabel 4. 1 Deskripsi Statistik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Jumlah	Persen
Laki-laki	44	45,8%
Perempuan	52	54,2%
Jumlah	96	100%

Sumber: data primer yang diolah 2021

Menurut keterangan dari tabel 4.1 diatas, dapat disimpulkan bahwa dari 96 responden, jenis kelamin responden laki-laki berjumlah 44 responden atau

45,8%, sedangkan perempuan berjumlah 52 atau 54,2%.

b. Usia

Berikut hasil pengumpulan data dari 96 responden berdasarkan usia responden, maka dapat melihat tabel dibawah ini:

Tabel 4. 2 Deskripsi Statistik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persen
15-20 tahun	20	20,8%
21-25 tahun	69	71,9%
26-30 tahun	1	1,0%
31-35 tahun	5	5,2%
>36 tahun	1	1,0%
Jumlah	96	100%

Sumber: data primer yang diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, responden usia 15-20 tahun berjumlah 20 responden atau 20,8%, responden 21-25 tahun yaitu berjumlah 69 atau 71,9 % dan 26-30 tahun berjumlah 1 responden atau 1%, untuk usia 31-35 tahun berjumlah 5 responden atau 5,2% dan usia >36 tahun berjumlah 1 responden atau 1 %. Hal ini menunjukkan bahwa yang membeli sepatu mokasin rata-rata berusia 21-25 tahun.

c. Status Pekerjaan

Berikut hasil pengumpulan data dari 96 responden, untuk mengetahui status pekerjaan responden maka bisa melihat daftar dibawah:

Tabel 4. 3 Deskripsi Statistik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan

Pekerjaan	Kuantitas	Persen
Pelajar/mahasiswa	51	53,1%
Karyawan swasta	34	35,4%
PNS	3	3,1%
Ibu Rumah Tangga	8	8,3%

Jumlah	96	100%
--------	----	------

Sumber: data primer yang diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.4 diatas, Untuk Pelajar/mahasiswi berjumlah 51 responden atau 53,1%. Responden status pekerjaan karyawan swasta 34 orang atau 35,4%. Sedangkan status pekerjaan Ibu rumah tangga adalah 8 atau 8,3% dan status pekerjaan PNS berjumlah 3 responden atau 3,1%. Artinya, status pekerjaan responden paling dominan yaitu pelajar atau mahasiswa, dikarenakan pelajar/mahasiswa banyak yang memperhatikan dalam hal fashion, sehingga pengisian kuesioner ini mampu untuk mendukung penelitian ini.

B. Deskripsi Data Penelitian

Pencapaian dari tiap-tiap respons responden mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepatu mokasin di UD. Finaldo yaitu sebagai berikut:

1. Kualitas Produk (X1)

Hasil jawaban responden dari penyebaran angket terhadap 96 responden mengenai variabel kualitas produk yaitu sebagai berikut:

Tabel 4. 4 Variabel Kualitas Produk

Item	STS	%	TS	%	N	%	S	%	SS	%
X1.1	0	0	4	4,2	34	35,4	46	47,9	12	12,5
X1.2	0	0	6	6,3	25	26,0	60	62,5	5	5,2
X1.3	0	0	2	2,1	27	28,1	48	50,0	19	19,8
X1.4	0	0	7	7,3	30	31,3	47	49,0	12	12,5
X1.5	0	0	5	5,2	22	22,9	56	58,3	13	13,5

Sumber: data primer yang diolah SPSS tahun 2021

Bersumber data diatas, deskripsi kuesioner tentang variabel kualitas produk (X1) yaitu sebagai berikut:

Item 1, responden yang memilih tidak setuju berjumlah 4 orang atau (4,2%), yang menyatakan netral berjumlah 34 orang atau (35,4%), yang memilih setuju sebanyak 46 orang atau (47,9%), dan yang menyatakan sangat setuju berjumlah 12 orang atau (12,5%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju bahwa finaldo selalu menciptakan karya-karya terbaiknya.

Item 2, responden yang memilih tidak setuju berjumlah 6 orang atau (6,3%), yang memilih netral berjumlah 25 orang atau (26%), sedangkan yang menyatakan setuju sebanyak 60 atau (2,5%) dan yang memilih sangat setuju berjumlah 5 orang atau (5,2%). Hal ini menyatakan bahwa mereka memilih sepatu mokasin finaldo karena sesuai dengan harga.

Item 3, responden memilih tidak setuju berjumlah 2 orang atau (2,1%), sedangkan yang memilih netral sebanyak 27 orang atau (28,1%), yang memilih setuju sebanyak 48 atau (50%), dan yang memilih sangat setuju berjumlah 19 orang atau (19,8%). Maka, dapat disimpulkan bahwa responden setuju memilih sepatu mokasin finaldo karena banyak variasi bentuk.

Item 4, yang memilih tidak setuju berjumlah 7 orang atau (7,3%), yang menyatakan netral sebanyak 30 orang atau (31,3%), yang memilih setuju sbanyak 47 orang atau (49%), dan yang memilih sangat setuju sebanyak 12 orang atau (12,5%). Maka dapat disimpulkan bahwa, responden setuju sepatu mokasin finaldo dapat diandalkan kenyamanannya.

Item 5, responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 5 orang atau (5,2%), sedangkan yang memilih netral sebanyak 22 orang atau (22,9%), yang memilih setuju sebanyak 56 orang atau (58,3%) dan yang memilih sangat setuju sebanyak 13 orang atau (13,5%). Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa, responden setuju tampilan sepatu mokasin finaldo memiliki daya tarik.

2. Harga (X2)

Hasil jawaban responden dari penyebaran angket terhadap 96 responden mengenai variabel harga yaitu sebagai berikut:

Tabel 4. 5 Variabel Harga

Item	STS	%	TS	%	N	%	S	%	SS	%
X2.1	0	0	14	14,6	28	29,2,	42	43,8	12	12,5
X2.2	0	0	5	5,2	27	28,1	51	53,1	13	13,5
X2.3	0	0	7	7,3	29	30,2	46	47,9	14	14,6
X2.4	0	0	5	5,2	29	30,2	50	52,1	12	12,5
X2.5	0	0	2	2,1	31	32,3	48	50,0	15	15,6

Sumber: data primer yang diolah SPSS tahun 2021

Bersumber data diatas, deskripsi kuesioner tentang variabel harga (X₂) yaitu sebagai berikut:

Item 1, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 14 orang atau (14,6%), yang memilih netral sebanyak 28 orang atau (29,2%), yang memilih setuju sebanyak 42 orang atau (43,8%), dan yang memilih sangat setuju sebanyak 12 orang atau (12,5%). Maka dapat disimpulkan bahwa, responden setuju bahwa harga sepatu mokasin di finaldo dapat dijangkau oleh semua konsumen.

Item 2, yang mengatakan tidak setuju berjumlah 5 orang atau (5,2%), yang memilih netral sebanyak 27 orang atau (28,1%), yang memilih setuju sebanyak 51 orang atau (53,1%) dan yang memilih sangat setuju berjumlah 13 orang atau (13,5%). Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa, responden setuju terhadap harga sepatu mokasin di finaldo sesuai dengan kualitas yang ada.

Item 3, yang memilih tidak setuju berjumlah 7 orang atau (7,3%), yang menyatakan netral berjumlah 29 orang atau (30,2%), dan yang memilih setuju sebanyak 46 orang atau (47,9%) dan yang memilih sangat setuju sebanyak 14 orang atau (14,6%). Maka dapat disimpulkan bahwa, responden setuju tentang harga sepatu mokasin sesuai dengan hasil yang diinginkan.

Item 4, yang memilih tidak setuju sebanyak 5 orang atau (5,2%), yang memilih netral sebanyak 29 orang atau (30,2%), yang memilih setuju sebanyak 50 orang atau (52,1%), dan yang memilih sangat setuju sebanyak 12 orang atau (12,5%). Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa responden setuju harga sepatu mokasin dapat bersaing dengan produk lain.

Item 5, yang memilih tidak setuju berjumlah 2 orang atau (2,1%), yang memilih netral sebanyak 31 orang atau (32,3%), yang memilih setuju sebanyak 48 orang atau (50,0%) dan yang menyatakan sangat setuju berjumlah 15 orang atau (15,6%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden setuju dengan harga sepatu mokasin sesuai dengan manfaat yang mereka rasakan.

3. Keputusan Pembelian (Y)

Hasil jawaban responden dari penyebaran angket terhadap 96 responden mengenai variabel keputusan pembelian adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 6 Variabel Kepurusan Pembelian

Item	STS	%	TS	%	N	%	S	%	SS	%
Y1	0	0	11	11,5	27	28,1	49	51,0	9	9,4
Y2	0	0	6	6,3	33	34,4	50	52,1	7	7,3
Y3	0	0	5	5,2	33	34,4	45	46,9	13	13,5
Y4	0	0	2	2,1	34	35,4	50	52,1	10	10,4

Sumber: data primer yang diolah SPSS tahun 2021

Bersumber data diatas, deskripsi kuesioner tentang variabel keputusan pembelian (Y) yaitu sebagai berikut:

Item 1, yang memilih tidak setuju sebanyak 11 orang atau (11,5%), yang memilih netral sebanyak 27 orang atau (28,1%), yang memilih setuju sebanyak 49 orang atau (51%), dan yang memilih sangat setuju sebanyak 9 orang atau (9,4%). Artinya, responden setuju mereka memutuskan untuk membeli produk finaldo karena tampilan sepatu mokasin pada saat promosi sangat menarik.

Item 2, yang memilih tidak setuju sebanyak 6 orang atau (6,3%), yang memilih netral berjumlah 33 orang atau (34,4%), yang memilih setuju sebanyak 50 orang atau (52,1%) dan yang memilih sangat setuju berjumlah 7 orang atau (7,3%). Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa, responden setuju bahwa mereka yakin akan keputusan mereka membeli sepatu mokasin karna harga terjangkau dengan kualitas yang didapatkan.

Item 3, yang memilih tidak setuju berjumlah 5 orang atau (5,2%), yang memilih netral sebanyak 33 orang atau (34,4%), yang memilih setuju sebanyak 45 orang atau (46,9%) dan yang memilih sangat setuju sebanyak 13 orang atau (13,5%). Maka dapat disimpulkan responden setuju bahwa, mereka mengetahui informasi mengenai sepatu mokasin finaldo dari kerabat.

Item 4, yang memilih tidak setuju sebanyak 2 orang atau (2,1%), yang memilih netral sebanyak 34 orang atau (5,4%) , yang memilih setuju sebanyak 50 orang atau (52,1%), dan yang memilih sangat setuju sebanyak 10 orang atau (10,4%). Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa, responden setuju pilihan produk yang ada di finaldo sangat lengkap.

C. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas Instrumen

Analisis dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS digunakan untuk menguji validitas pada instrumen yang digunakan. Yaitu dengan membandingkan r tabel dengan nilai r hitung. Suatu item pernyataan atau indikator dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Nilai r hitung diperoleh dari hasil output SPSS for Windows 24.0 pada kolom *Corrected Item-Total Correlation*. Sedangkan dalam menentukan nilai r tabel dicari dengan rumus df (*degree of freedom*) = $n - k$ (n = jumlah responden/sampel dan k = jumlah variabel bebas). Dengan rumus tersebut maka didapat $df = n - 2 = 30 - 2 = 28$ dengan tingkat signifikan 5% = 0,05, maka diperoleh r tabel sebesar 0,361. Berikut adalah hasil uji validitas instrumen:

Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item	r tabel	r hitung	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	X1.1	0,545	0,361	Valid
	X1.2	0,774	0,361	Valid
	X1.3	0,638	0,361	Valid
	X1.4	0,581	0,361	Valid
	X1.5	0,660	0,361	Valid
Haga (X2)	X2.1	0,500	0,361	Valid
	X2.2	0,696	0,361	Valid
	X2.3	0,683	0,361	Valid
	X2.4	0,795	0,361	Valid

	X2.5	0,615	0,361	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y1	0,6945	0,361	Valid
	Y2	0,753	0,361	Valid
	Y3	0,818	0,361	Valid
	Y4	0,907	0,361	Valid

Sumber: data primer yang diolah SPSS tahun 2021

Menurut data tabel diatas, masing-masing item memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari nilai r tabel (0,361), yang artinya seluruh butir instrumen atau indikator dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dapat dilakukan menggunakan program SPSS dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*. Sebuah kuesioner dinyatakan reliabel, jika memperoleh *Cronbach Alpha* > 0,60 dalam uji statistik. Dan sebaliknya, sebuah kuesioner dinyatakan tidak reliabel jika *Cronbach Alpha* < 0,60. Berikut adalah hasil uji reliabilitas instrumen:

Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Reliability Coefficiance	Nilai Cronbach's Alpha	Minimal Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	5 item	0,633	0,60	Reliabel
Harga (X2)	5 item	0,662	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	4 item	0,792	0,60	Reliabel

Sumber: data primer yang diolah SPSS tahun 2021

Menurut data tabel tersebut, seluruh variabel yang diuji (X1, X2, dan Y) memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60. Sehingga seluruh variabel dinyatakan reliabel.

D. Teknik Analisis Data Hasil

A. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas berfungsi untuk menunjukkan korelasi antar variabel bebas dalam model regresi. Idealnya suatu persamaan regresi tidak terdapat hubungan yang kuat pada variabel bebasnya. Untuk mengetahui apakah didalam model regresi terdapat multikolinearitas atau tidak adalah dengan melihat nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF), jika nilai *tolerance* diatas 0,1 dan nilai VIF dibawah 10, maka dikatakan tidak terjadi multikolinearitas. Berikut adalah hasil pengujian antar kedua variabel bebas:

Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Kualitas Produk	0,779	1,284
Harga	0,779	1,284

Sumber: data primer yang diolah SPSS tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.9, nilai *tolerance* variabel kualitas produk sebesar 0,779 harga sebesar 0,779 dan VIF masing-masing sebesar 1,284 dan 1,284 Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikonilearitas didalam model regresi ini. Hal tersebut ditunjukkan dengan besarnya nilai *tolerance* kedua variabel diatas lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10.

b) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji metode regresi linier apakah terdapat korelasi (hubungan) antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya (t-1). Untuk mengetahui ada atau tidaknya autokorelasi dapat dilakukan dengan menggunakan uji Durbin-Watson (DW test). Dinyatakan tidak adanya autokorelasi yaitu jika $dU < d < 4 - dU$. Berikut ini adalah hasil uji autokorelasi:

Tabel 4. 10 Hasil Uji Autokorelasi

Koefisien	Nilai
Durbin-Watson	1,707
dL	1,625
dU	1,710

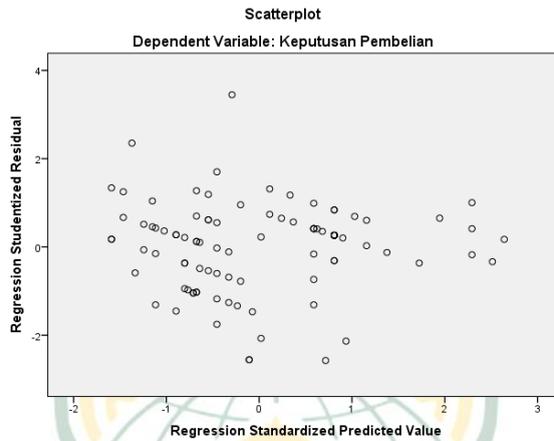
Sumber: data primer yang diolah SPSS tahun 2021

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa, nilai Durbin-Watson sebesar 1,707. Dari tabel d-statistik Durbin Watson dengan jumlah sampel (n) sebesar 96 dan jumlah variabel bebas (k) sebanyak 2, dengan titik signifikansi $\alpha = 5\%$ diperoleh nilai dL sebesar 1,625 dan nilai dU sebesar 1,710 karena hasil pengujiannya adalah $dU < dW < 4 - dU$ ($1,710 < 1,707 < 2,290$), maka dapat dikatakan tidak timbul autokorelasi.

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas mempunyai tujuan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan variabel pada residual dari satu observasi ke observasi lainnya dalam model regresi. Cara mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan melihat grafik scatterplot antara nilai prediksi variabel terikat yaitu ZPRED dengan residualnya SRISED. Kriteria yang digunakan agar tidak terjadi heteroskedastisitas ialah apabila tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat pada grafik *scatterplot* sebagai berikut:

Tabel 4. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas



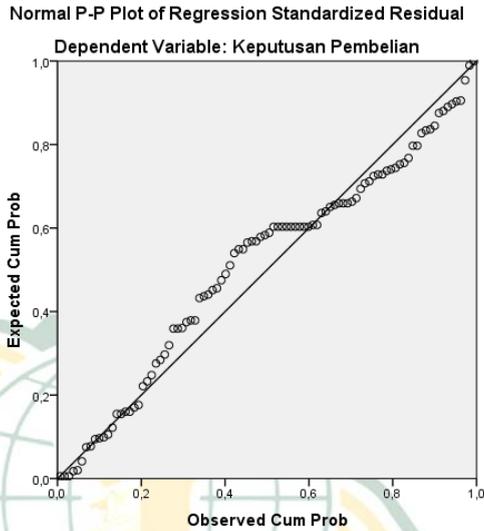
Sumber: data primer yang diolah SPSS tahun 2021

Menurut gambar diatas dapat dilihat bahwa, grafik *scatterplot* tersebut menunjukkan bahwa titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, serta titik-titik tidak membentuk pola khusus. Sehingga dapat dinyatakan bahwa pada model regresi tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

d) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah didalam model regresi, nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Idealnya model regresi yaitu jika nilai residual berdistribusi secara normal. Berikut adalah hasil pengujian normalitas:

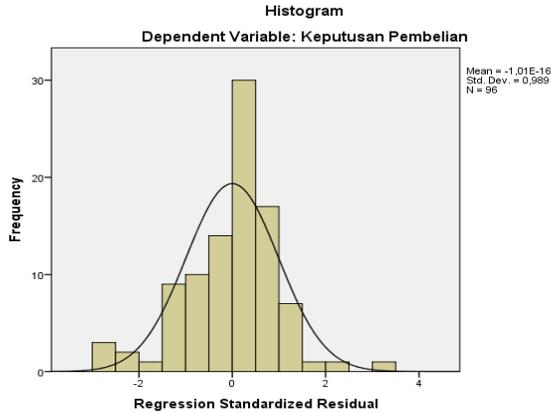
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas (Normal Probability Plot)



Sumber: data primer yang diolah SPSS tahun 2021

Berdasarkan pengujian diatas, diketahui bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis dan mengikuti garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi secara normal. Selain menggunakan metode grafik, peneliti juga menggunakan metode histogram untuk menguji normalitas.

Gambar 4. 3 Hasil Uji Normalitas (Grafik Histogram)



Sumber: data primer yang diolah SPSS tahun 2021

Berdasarkan pengujian diatas, diketahui bahwa grafik histogram residual data sudah menunjukkan distribusi normal. Hal tersebut terbukti dengan kurva histogram yang memberikan pola distribusi yang membentuk lonceng sempurna.

E. Hasil Analisis Data

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui seberapa pengaruh antara variabel bebas (kualitas produk dan harga) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian). Berdasarkan uji pengolahan SPSS windows 24.0 didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 12 Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

Keterangan	Nilai Koefisien
Konstanta	2,081
Kualitas Produk (X1)	0,261
Harga (X2)	0,412

Sumber: data primer yang diolah SPSS tahun 2021

Dari tabel di atas, dalam penelitian ini diperoleh persamaan regresi, yaitu:

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

$$Y = 2,081 + 0,261X_1 + 0,412X_2 + e$$

Dimana :

- Y : keputusan pembelian
 a : konstanta
 b₁ : koefisien regresi antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian
 b₂ : koefisien regresi antara harga terhadap keputusan pembelian
 X₁ : kualitas produk
 X₂ : harga
 e : standar error

Dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta (a) menunjukkan angka sebesar 2,081 yang berarti bahwa jika variabel Kualitas produk (X₁) dan harga (X₂) bernilai nol (konstan), maka besarnya variabel keputusan pembelian adalah 2,081.
- b. Koefisien regresi kualitas produk (X₁) diperoleh sebesar 0,261. Hal tersebut berarti bahwa apabila variabel kualitas produk (X₁) mengalami peningkatan sebesar 1%, keputusan pembelian juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,261%. Koefisien bernilai positif artinya terdapat hubungan positif antara kualitas produk dengan keputusan pembelian. Semakin bagus kualitas produk maka konsumen akan melakukan keputusan pembelian.
- c. Koefisien regresi harga (X₂) diperoleh sebesar 0,412. Hal tersebut berarti bahwa apabila variabel harga (X₂) mengalami peningkatan sebesar 1%, keputusan pembelian juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,412%. Koefisien bernilai positif artinya terdapat hubungan positif antara harga dengan keputusan pembelian.

2. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengukur sejauh mana suatu model dapat memberitahukan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi (R²) berkisar antara nol sampai dengan satu. Dalam penelitian ini variabel terikat atau dependen (Y) yaitu keputusan pembelian kemudian variabel bebas atau independen yaitu kualitas produk (X1) dan harga (X2). Hasil uji analisis dengan menggunakan SPSS windows 24 adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,564 ^a	,318	,303	1,754

Sumber: data primer yang diolah SPSS tahun 2021

Menurut tabel tersebut, diketahui bahwa nilai R adalah 0,564 Kemudian dapat dijelaskan bahwa sumbangan pengaruh variabel kualitas produk (X1) dan Harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) dipengaruhi sebesar 56,4%. Jadi besarnya pengaruh variabel kualitas produk (X1) dan Harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah sebesar 56,4%. Sedangkan sisanya (100%-56,4%= 43,6%) dipengaruhi oleh sebab-sebab lain.

3. Uji t (Parsial)

Uji ini digunakan untuk menguji secara parsial (individual) apakah variabel bebas (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Y) dalam model regresi. Dapat diketahui dengan membandingkan t hitung dengan t tabel. Tabel distribusi t dicari pada derajat kebebasan (df) n-k-1 atau (df= jumlah sampel – jumlah variabel independen – 1). Maka didapatkan hasil df= (96-2-1) dengan signifikansi (a= 5%). Dalam mencari t table signifikansi 0,05 : 2 = 0,025 (uji dua sisi). Maka, df = 96 – 2 – 1 = 93, ditemukan t tabelnya adalah 1,985 Berikut dijelaskan secara lebih rinci dalam tabel dibawah ini:

Tabel 4. 14 Hasil Uji t (Parsial)

Variabel	t hitung	t tabel	Sig.	Keterangan
Kualitas Produk	2,328	1,985	0,022	Berpengaruh dan signifikan
Harga	4,339	1,985	0,000	Berpengaruh dan signifikan

Sumber: data primer yang diolah SPSS tahun 2021

Berdasarkan SPSS *windows* 24 diatas bahwa:

- a. Variabel kualitas produk (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) menunjukkan nilai t hitung sebesar 2,328 dengan nilai t tabel 1,985 dan nilai signifikan 0,022 yang berada dibawah 0,05 (tingkat signifikan). Ini berarti t hitung lebih besar dari t tabel ($2,328 > 1,985$), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima (terdapat pengaruh dan signifikan). Jadi kualitas produk adalah variabel bebas yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu mokasin di finaldo.
- b. Variabel harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) menunjukkan nilai t hitung sebesar 4,339 dengan nilai t tabel 1,985 dan nilai signifikan 0,000 yang berada dibawah 0,05 (tingkat signifikan). Ini berarti t hitung lebih besar dari t tabel ($4,339 > 1,985$), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima (terdapat pengaruh dan signifikan). Jadi harga adalah variabel bebas yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu mokasin di finaldo.

4. Hasil Uji Koefisien Regresi secara Simultan (Uji F)

Uji F ini digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel bebas memiliki pengaruh yang serupa terhadap variabel terikat secara simultan. Tabel distribusi t dicari pada derajat kebebasan (df) $n-k-1$. Dimana n merupakan banyaknya sampel dan k merupakan banyaknya variabel bebas). Pengujiannya dengan

membandingkan F hitung dengan F tabel, yang memiliki kriteria jika F hitung lebih besar dari F tabel dengan probabilitas tingkat signifikansi 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sebaliknya jika F hitung kurang dari F tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Berikut ini hasil pengujian hipotesis secara simultan:

Tabel 4. 15 Hasil Uji f

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	133,286	2	66,643	21,667	,000 ^b
	Residual	286,048	93	3,076		
	Total	419,333	95			

Sumber: data primer yang diolah SPSS tahun 2021

Berdasarkan tabel diatas, hasil uji F diperoleh nilai F tabel untuk $df = 96-2-1 = 93$ dengan taraf signifikansi 5% (0,05) maka dapat diperoleh f tabel = 3,09. Dengan demikian nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel ($21,667 > 3,09$) dengan nilai signifikansi 0,000. Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa variabel bebas (kualitas produk dan harga) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat (keputusan pembelian).

F. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepatu mokasin di UD. Finaldo. Berdasarkan data penelitian, maka dilakukan pembahasan tentang hasil penelitian sebagai berikut :

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Mokasin di UD. Finaldo

Hasil pengujian statistik pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu mokasin di finaldo memperoleh nilai t hitung sebesar 2,328 dengan nilai t tabel 1,985 dan nilai signifikan 0,022 yang berada dibawah 0,05 (tingkat signifikan). Artinya t hitung lebih besar dari t tabel ($2,328 > 1,985$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima (terdapat pengaruh dan signifikan). Sehingga kualitas produk merupakan variabel independen yang

berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu mokasin di finaldo.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ratih Widya Lestari yang berjudul “pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepatu converse” bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian produk sepatu converse.³

Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian sepatu mokasin di finaldo. Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk sebesar 0,261 artinya, setiap kenaikan variabel kualitas produk sebesar 1 poin, maka keputusan pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 0,261

2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Mokasin Di UD. Finaldo

Hasil pengujian statistik pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepatu mokasin di finaldo memperoleh nilai t hitung sebesar 4,339 dengan nilai t tabel 1,985 dan nilai signifikan 0,000 yang berada dibawah 0,05 (tingkat signifikan). Artinya t hitung lebih besar dari t tabel ($4,339 > 1,985$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima (terdapat pengaruh dan signifikan). Sehingga harga merupakan variabel independen yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu mokasin di finaldo. Hasil penelitian ini didukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Desi Derina Yusda (2019) yang berjudul “pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian pada *house of shopaholic*” bahwa, variabel harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.⁴

³ Ratih Widya Lestari, “pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepatu converse”, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 9, no 7 (2020), 16

⁴ Desi Derina Yusda, “pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian pada *house of shopaholic*” , *Jurnal TECHNOBIZ* 3, no 3 (2019),18

Hal ini menunjukkan bahwa harga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian sepatu mokasin di finaldo. Nilai koefisien regresi variabel harga sebesar 0,412 artinya, setiap kenaikan variabel harga sebesar 1 poin, maka keputusan pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 0,412.

3. Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepatu mokasin di UD. Finaldo

Kualitas produk dan harga merupakan aspek paling penting untuk keputusan pembelian. Berdasarkan hasil perhitungan uji F diperoleh F hitung lebih besar dari nilai F tabel ($21,667 > 3,09$) dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu mokasin di UD.Finaldo. Hasil dari koefisien determinasi yaitu nilai R (R^2) = 0,564 hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian sepatu mokasin di UD. Finaldo dipengaruhi oleh kualitas produk dan harga sebesar 56,4%. Sedangkan sisanya sebesar 43,6% dipengaruhi oleh sebab-sebab lain.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Friani Gloria Igir (2018) yang berjudul “pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian mobil daihatsu grand max pickup” bahwa, kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.⁵

4. Analisis kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian dalam perspektif ekonomi syariah

Keputusan pembelian adalah kegiatan atau proses yang dilalui konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk dengan memilih, mengevaluasi, kemudian memutuskan untuk iya atau tidaknya membeli produk tersebut sesuai keinginan dan kebutuhannya. Keputusan membeli merupakan aktivitas yang dilakukan konsumen dalam memecahkan masalah dengan memilih alternatif

⁵ Friani Gloria Igir, “pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian mobil daihatsu grand max pickup”, *Jurnal administrasi bisnis* 6, no 2 (2018), 87

produk yang sesuai dari beberapa alternatif produk dan merupakan kegiatan yang paling penting dalam kegiatan pembelian yakni dengan terlebih dahulu melalui proses atau tahapan dalam pengambilan keputusan.⁶ Pada umumnya konsumen melewati beberapa tahap sebelum melakukan pembelian, yaitu:

- a. Perhatian (*attention*), yaitu tahap awal yang merupakan penilaian konsumen terhadap suatu produk atau jasa yang sesuai dengan kebutuhannya. Konsumen akan mempelajari produk atau jasa yang ditawarkan. Perhatian ini dapat muncul melalui iklan produk atau jasa tersebut.
- b. Minat (*interest*), dalam tahap ini konsumen mulai tertarik untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan setelah memperoleh informasi yang lebih detail dari produk atau jasa.
- c. Keinginan (*desire*), pada tahap ini ditandai dengan timbulnya minat konsumen untuk membeli dan produk atau jasa yang ditawarkan. Konsumen mulai memikirkan suatu penawaran produk atau jasa.
- d. Tindakan (*action*), merupakan konsumen telah mengambil keputusan untuk membeli atau menggunakan suatu produk atau jasa yang ditawarkan.⁷

Dalam melakukan pembelian suatu produk, konsumen harus menyaring informasi yang didapatkan dari suatu produk atau jasa tersebut dengan baik. Sebagai kaum muslim hendaknya jika tidak memiliki pengetahuan mengenai suatu hal, maka sudah sewajarnya teliti dalam memeriksa suatu informasi sebelum membuat keputusan pembelian. Hal ini dilakukan untuk meminimalisir kekhawatiran saat akan melakukan pembelian agar tidak menyesal dikemudian hari. Apalagi dengan pesatnya teknologi saat ini, semua yang

⁶ Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 27.

⁷ Andrew Gustnest Binalay, dkk., "Pengaruh Sikap, Norma Subjektif dan Motivasi Terhadap Minat Beli Secara Online Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Di Manado," *Jurnal EMBA* 4, no. 1 (2016): 398

diinginkan konsumen dapat dilakukan dengan mudah mulai dari mencari informasi hingga melakukan pembelian dapat dilakukan melalui satu website yang sama. Selain mengenai perilaku konsumen, dalam Islam juga dijelaskan bahwa dalam berbisnis hendaknya memberikan kualitas produk yang baik dan harga yang sesuai kepada konsumen. Dalam hal ini yaitu outlet sepatu yang dikunjungi konsumen dalam melakukan pembelian sebuah produk. Dalam ekonomi syariah perusahaan untuk meningkatkan kualitasnya harus melihat kinerja yang berkaitan dengan kaidah dasar dalam kegiatan muamalah yaitu sifat jujur (*shiddiq*), amanah (*tabligh*), dan benar (*fathonah*). Berdasarkan hasil analisis data pada UD. Finaldo, kualitas produk dan harga yang diberikan oleh perusahaan sehingga meningkatkan keputusan pembelian, ada beberapa hal yaitu:

- 1) Adanya kemudahan dalam mengakses informasi tentang finaldo, tampilan produk yang menarik, pengoperasian yang cepat, serta kenyamanan yang dirasakan oleh konsumen yang pernah melakukan pembelian sepatu di finaldo
- 2) Dengan kualitas produk dan harga yang diberikan pihak finaldo kepada konsumen, konsumen memiliki minat yang tinggi untuk menjadikan preferensi utama saat ingin melakukan pembelian produk finaldo.

