

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Obyek Penelitian**

##### **1. Sejarah Awal Berdirinya Usaha**

Usaha kerajinan monel “Jebara Putra Grup” Kriyan Kalinyamatan Jepara berdiri sejak tahun 90-an. Pada saat itu jenis perhiasan yang sering dibuat adalah cincin, baik untuk pria maupun wanita. Saat remaja, Mukhibin sering mengambil bermacam cincin dari produsen lalu dipasarkan ke berragam kota. Kondisi susah pernah ia lewati. Pertama ia harus memperkenalkan terlebih dahulu kerajinan monel itu seperti apa. Sampai lama kelamaan banyak yang menggemari.

Bahkan banyak juga yang membeli dengan jumlah banyak, untuk selanjutnya dijual kembali. Toko “Jebara Putra Grup” Kriyan, Kalinyamatan, Jepara merupakan produsen bagi orang yang hendak menjual perhiasan monel. Selain itu, tidak jarang juga yang membeli satuan untuk digunakan secara pribadi. Usaha Mukhibin terus mengalami kemajuan, sampai mampu pekerjakan 30-an pengrajin.

Mukhibin termasuk produsen yang sudah lama dikawasan Kriyan. Berkat keberhasilannya, “Jebara Putra Grup” Kriyan Kalinyamatan Jepara kerap kali diajukan untuk mengikuti pameran di berbagai tempat. Namun saat ini, dia mengurangi untuk mengikuti pameran sebab ingin memberi peluang kepada pengrajin yang lain. Pembeli di tokonya hampir tidak pernah sepi. Apalagi ketika hari libur, banyak wisatawan yang berbondong-bondong datang ke Kriyan, dan “Jebara Putra Grup” Kriyan Kalinyamatan Jepara menjadi lokasi yang dituju sebab lokasinya yang terbilang luas dan produknya juga komplit.

##### **2. Bentuk Badan Usaha dan Bidang Usaha**

Pola usaha “Jebara Putra Grup” milik Pak Mukhibin ialah bisnis pribadi sebab pemiliknnya hanya

satu orang saja, maka kebijakan dan pelaksanaannya akan diatur oleh satu orang yang berkedudukan sebagai pemilik.

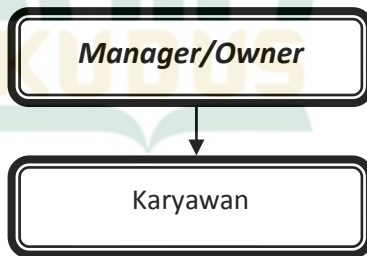
**3. Profil Usaha**

- Nama usaha : “Jepra Putra Grup”
- Nama pemilik : Mukhibin
- Alamat usaha : Ds. Kriyan RT/RW 06/02 Kec. Kalinyamatan, Kab Jepara
- Jenis usaha : Kerajinan monel
- Pola usaha : Bisnis perseorangan

**4. Struktur Organisasi**

Bentuk pemerintahan yang dipakai pada toko kerajinan monel di “Jepra Putra Grup” Kriyan Kalinyamatan Jeparasangat praktis, yakni dengan menggunakan susunan kepengurusan yang hanya mempunyai dua posisi. Posis ialah orang yang punya usaha “Jepra Putra Grup” Kriyan Kalinyamatan Jepara dan tingkat kedua adalah karyawan di toko kerajinan monel “Jepra Putra Grup” Kriyan Kalinyamatan Jepara.

**Gambar 4.1**  
**Bagan Struktur Organisasi “Jepra Putra Grup” Kriyan Kalinyamatan Jepara**



Keterangan:

- *Manager/Owner* dari segala bagian manajemen dipegang oleh pemilik usahasendiri.
- Pegawai yaitu orang yang bekerja di “Jepra Putra Grup” Kriyan Kalinyamatan Jepara.

**B. Gambaran Umum Responden**

**1. Deskripsi Identitas Responden**

Data diri responden ialah seluruh aspek yang berkaitan dengan informan secara pribadi. Banyaknya informan dalam penyelidikan ini ialah 89 individu yang berperan sebagai pelanggan di “Jepra Putra Grup” Kriyan Kalinyamatan Jepara.

**2. Jenis Kelamin Responden**

Informmasi tentang gender informan bisa diketahui dari tabel berikut:

**Tabel 4.1**  
**Jenis Kelamin Responden**

Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase (%)
Pria	31	34,9%
Wanita	58	65,1%
<b>Jumlah</b>	<b>89</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data yang Diolah, 2020*

Berdasarkan tabel di atas bisa dilihat jika responden yang bergender pria sebanyak 31 orang (34,9%) dan yang bergender wanita sebanyak 58 orang (65,1%).

**3. Usia Responden**

Informmasi tentang umur informan bisa diketahui dari tabel berikut:

**Tabel 4.2**  
**Usia Responden**

Keterangan	Jumlah	Prosentase (%)
15-20 tahun	15	17%
21-25 tahun	19	21,3%
26-30 tahun	24	27%
31-35 tahun	14	15,7%
36-40 tahun	11	12%
> 40 tahun	6	6,7%
<b>Jumlah</b>	<b>89</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data yang Diolah, 2020*

Berdasarkan tabel di atas bisa diketahui jika responden dengan usia 15-20 tahun sebanyak 15 orang (17%), usia 21-25 tahun sejumlah 19 orang (21,3%), usia 26-30 tahun sebanyak 24 orang (15,7%), usia 31-35 tahun sebanyak 14 orang (15,7%) dan usia 36-40 tahun sebanyak 11 orang (12%), dan usia >40 tahun sebanyak 6 orang (6,7%).

**4. Tempat Tinggal Responden**

Informmiasi tentang domisili informan bisa diketahui dari tabel berikut:

**Tabel 4.3**  
**Tempat Tinggal Responden**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Prosentase (%)</b>
Jepara	78	87,6%
Kudus	4	4,5%
Demak	5	5,6%
Pati	2	2,3%
<b>Jumlah</b>	<b>89</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data yang Diolah, 2020*

Dari tabel di atas bisa diketahui jika responden dari Jepara sejumlah 78 orang (87,6%), informan dari Kudus sejumlah 4 orang (4,5%), informan dari Demak sejumlah 5 orang (5,6%) dan informan dari Pati sejumlah 2 orang (2,3%).

**5. Agama Responden**

Informmiasi tentang agama responden bisa diketahui dari tabel berikut:

**Tabel 4.4**  
**Agama Responden**

<b>Keterangan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Prosentase (%)</b>
Islam	70	78,7%
Kristen	19	21,3%
Katolik	0	0 %
Hindu	0	0 %

Budha	0	0 %
<b>Jumlah</b>	<b>89</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data yang Diolah, 2020

Dari table di atas bisa dilihat jika responden yang memeluk agama islam sebanyak 70 orang (78,7%) dan beragama kristen sebanyak 19 orang (21,3).

**C. Deskripsi Data Penelitian**

Berdasarkan jawaban informan mengenai Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Inovasi terhadap Minat Beli di “Jepara Putra Grup” Kriyan Kalinyamatan Jepara ialah sebagai berikut:

**1. Kualitas Produk (X1)**

**Tabel 4.5**  
**Hasil Jawaban Responden**

Variabel	Item	Total SS	%	Total S	%	Total KS	%	Total TS	%	Total STS	%
Kualitas Produk (X1)	P1	21	23,6	54	60,7	13	14,6	1	1,1	0	0
	P2	26	29,2	52	58,4	8	9	3	3,4	0	0
	P3	34	38,2	45	50,6	9	10,1	1	1,1	0	0
	P4	27	30,3	51	57,3	11	12,4	0	0	0	0
	P5	16	18	36	40,4	36	40,4	1	1,1	0	0

Sumber: Data yang Diolah, 2020

Dari tabel tersebut diketahui jika : item (1) jawaban sangat setuju 21, setuju 54, kurang setuju 13, tidak setuju 1, sangat tidak setuju 0. Jadi dapat disimpulkan jika gambaran catalog di “Jepara Putra Grup” Kriyan Kalinyamatan Jepara sudah sesuai dengan hasil yang disajikan Jepara Putra Grup. Item (2) jawaban sangat setuju 26, setuju 52, kurang setuju 8, tidak setuju 3, sangat tidak setuju 0. Item (3) jawaban sangat setuju 34, setuju 45, kurang setuju 9, tidak setuju 1, sangat tidak setuju 0. Jadi dapat disimpulkan bahwa barang di “Jepara Putra Grup” Kriyan Kalinyamatan Jepara memiliki bentuk yang khas. Item (4) jawaban sangat setuju 27, setuju 51,

kurang setuju 11, tidak setuju 0, sangat tidak setuju 0. Item (5) jawaban sangat setuju 16, setuju 36, kurang setuju 36, tidak setuju 1, sangat tidak setuju 0.

**2. Harga (X2)**

**Tabel 4.6**  
**Hasil Jawaban Responden**

Variabel	Item	Total SS	%	Total S	%	Total KS	%	Total TS	%	Total STS	%
Harga (X2)	P1	45	50,6	28	11,5	15	16,9	1	1,1	0	0
	P2	39	43,8	35	39,3	15	16,9	0	0	0	0
	P3	43	48,3	23	25,8	21	23,6	2	2,2	0	0
	P4	34	38,3	26	29,2	27	30,3	2	2,2	0	0
	P5	31	34,8	29	32,6	22	24,7	7	7,9	0	0

Sumber: Data yang Diolah, 2020

**3. Inovasi (X3)**

**Tabel 4.7**  
**Hasil Jawaban Responden**

Variabel	Item	Total SS	%	Total S	%	Total KS	%	Total TS	%	Total STS	%
Inovasi (X3)	P1	18	20,2	24	28,1	43	48,3	3	3,4	0	0
	P2	2	2,2	31	34,8	38	42,7	17	19,2	1	1,1
	P3	3	3,4	27	30,3	34	38,2	24	27	0	0
	P4	13	14,6	19	21,3	27	30,3	27	30,3	2	2,2
	P5	7	7,9	25	28,1	45	50,6	12	13,5	0	0

Sumber: Data yang Diolah, 2020

**4. Minat Beli (y)**

**Tabel 4.8**  
**Hasil Jawaban Responden**

Variabel	Item	Total SS	%	Total S	%	Total KS	%	Total TS	%	Total STS	%
Minat Beli (y)	P1	57	64	20	22,5	8	9	4	4,5	0	0
	P2	54	60,7	21	23,6	13	14,6	1	1,1	0	0
	P3	50	56,2	18	20,2	18	20,2	2	2,2	1	1,1
	P4	53	59,6	20	22,5	10	11,2	6	6,7	0	0
	P5	49	55,1	19	21,3	17	19,1	3	3,4	1	1,1

Sumber: Data yang Diolah, 2020

**D. Uji Penelitian Instrumen**

**1. Uji Validitas**

Uji validitas bertujuan untuk menghitung kesesuaian suatu item dalam angket, apakah poin-poin dalam angket tersebut sudah sesuai dalam menguji instrumen.<sup>1</sup> Dengan bantuan SPSS didapatkan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Validitas (X<sub>1</sub>)**

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
<b>Kualitas Produk (X1)</b>	P1	0,475	0,361	Valid
	P2	0,797	0,361	Valid
	P3	0,760	0,361	Valid
	P4	0,706	0,361	Valid
	P5	0,704	0,361	Valid

Sumber: Data yang Diolah, 2020

Dari tabel diatas bisa dilihat jika seluruh item angket dinyatakan valid.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Validitas (X<sub>2</sub>)**

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
<b>Harga (X2)</b>	P1	0,900	0,361	Valid
	P2	0,844	0,361	Valid
	P3	0,900	0,361	Valid
	P4	0,900	0,361	Valid
	P5	0,844	0,361	Valid

Sumber: Data yang Diolah, 2020

Dari tabel diatas bisa dilihat jika seluruh item angket dinyatakan valid.

---

<sup>1</sup>Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS* (Yogyakarta: MediaKom, 2010), 90.



**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Validitas (X<sub>3</sub>)**

Variabel	Item	r hitung	r table	Keterangan
Inovasi (X <sub>3</sub> )	P1	0,662	0,361	Valid
	P2	0,839	0,361	Valid
	P3	0,634	0,361	Valid
	P4	0,667	0,361	Valid
	P5	0,627	0,361	Valid

Sumber: Data yang Diolah, 2020

Dari tabel diatas bisa dilihat jika seluruh item angket dinyatakan valid.

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Validitas (Y)**

Variabel	Item	r hitung	r table	Keterangan
Minat Beli (Y)	P1	0,893	0,361	Valid
	P2	0,880	0,361	Valid
	P3	0,754	0,361	Valid
	P4	0,391	0,361	Valid
	P5	0,880	0,361	Valid

Sumber: Data yang Diolah, 2020

Dari tabel diatas bisa dilihat jika semua item angket dinyatakan valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas diterapkan untuk mengetahui kuesioner yang dipakai menunjukkan nilai yang sama apabila diujikan pada suatu golongan yang sama pada masa dan kondisi yang berlainan. Untuk pengujian biasanya memakai dasar pengambilan keputusan tertentu yaitu 0,7. Reliabilitas kurang dari 0,7 dinyatakan kurang baik, sedangkan 0,7 bisa diterima dan diatas 0,8 ialah baik.<sup>2</sup> Berikut ini hasil uji reliabilitas menggunakan SPSS:

---

<sup>2</sup>Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Kudus: Media Ilmu Press, 2009), 171.



**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Reliabilitas Instrumen**

Variabel	Reliability Coefficients	Alpha	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Produk (X <sub>1</sub> )	5 item	0,70	0,724	Reliabel
Harga (X <sub>2</sub> )	5 item	0,70	0,920	Reliabel
Inovasi (X <sub>3</sub> )	5 item	0,70	0,708	Reliabel
Minat Beli (Y)	5 item	0,70	0,807	Reliabel

Sumber: Data yang Diolah, 2020

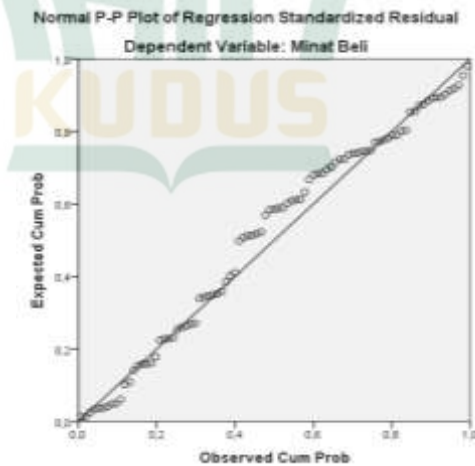
Dari tabel tersebut bisa dilihat jika seluruh variabel mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* > 0,70. Dengan begitu, seluruh variabel dinyatakan *reliabel*.

**E. Asumsi Klasik**

**1. Uji Normalitas**

Ketentuan dari uji normalitas ialah apabila data berbau di dekat garis diagonal dan mengarah pada garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

**Gambar 4.2**  
**Hasil Uji Normalitas Probability Plot**



Sumber: Data yang Diolah, 2020

Dari gambar tersebut bisa dilihat jika data berbaur di dekat garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Maka bisa ditarik kesimpulan jika data berdistribusi normal sebab memenuhi ketentuan normalitas.

**2. Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan anatar variabel bebas.<sup>3</sup> Model regresi yang baik mestinya tidak memiliki hubungan pada setiap variabel bebas. Apabila nilai *Tolerance* > 0,10 atau dengan nilai *VIF* < 10, maka tidak terdapat multikolinearitas.

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	13,729	3,148		4,361	,000		
(Constant)	,205	,108	,232	2,422	,001	,966	1,036
Kualitas Produk	,358	,084	,393	4,276	,000	,990	1,010
Harga Inovasi	,235	,077	,286	3,061	,003	,956	1,045

a. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber: Data yang Diolah, 2020

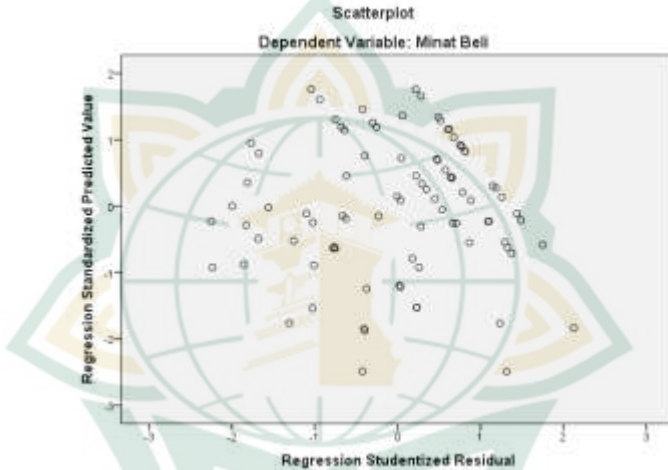
Dari table tersebut bisa diketahui jika nilai *VIF* masing-masing variabel kualitas produk, harga dan inovasi lebih kecil dari 10. Sedangkan Nilai *Tolerance* variabel kualitas produk, Harga dan inovasi masing-masing lebih besar dari 10% atau 0,1. Maka bisa dibuat kesimpulan jika tidak terdapat hubungan antar variabel bebas.

<sup>3</sup>V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*(Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), 176.

**3. Uji Heteroskedastisitas**

*Heteroskedastisitas* adalah kondisi dimana terdapat perbedaan varian dari residual untuk seluruh penelitian pada penelitian yang lain.<sup>4</sup> Untuk mengetahui ada atau tidaknya *heteroskedastisitas* bisa diketahui dari grafik *scatter plot* sebagai berikut:

**Gambar 4.3**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Sumber: Data yang Diolah, 2020

Dari gambar 4.4 grafik *scatterplot* memperlihatkan jika terdapat bentuk yang tak beraturan, dan terdapat titik yang berhamburan di atas dan dibawah 0 pada sumbu Y. Maka bisa dibuat kesimpulan jika tidak terdapat heteroskedastisitas pada model regresi.

**4. Uji Autokorelasi**

Pengujian autokorelasi pada penyelidikan ini memakai uji Durbin Watson (DW)

---

<sup>4</sup>Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS* (Yogyakarta: MediaKom, 2010), 83.

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,539 <sup>a</sup>	,290	,265	2,433	1,811

a. Predictors: (Constant), Inovasi, Harga, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Minat Beli

*Sumber: Data yang Diolah, 2020*

Dari tabel di atas bisa dilihat jika nilai d atau DW = 1,388. Dari tabel Durbin- Watson didapatkan nilai du = 1,725 dan nilai 4-du = 2,275. Sebab perolehan pengujiannya ialah  $du < d < 4-du$  atau  $1,725 < 1,811 < 2,275$ . kesimpulannya berarti tak terdapat autokorelasi.

**F. Teknik Analisis Data**

**1. Analisis Linier Berganda**

Analisis regresi linier berganda ialah korelasi secara linier antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dalam penelitian ini, analisis regresi linear berganda berfungsi untuk mengetahui sejauh mana pengaruh mutu barang, harga, dan inovasi terhadap keinginan membeli di “Jepra Putra Grup” Kriyan Kalinyamatan Jepara. Berikut ini hasil uji regresi linier berganda dengan bantuan SPSS:

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	13,729	3,148		4,361	,000		
Kualitas Produk	,205	,108	,232	2,422	,001	,966	1,036
Harga	,358	,084	,393	4,276	,000	,990	1,010
Inovasi	,235	,077	,286	3,061	,003	,956	1,045

a. Dependent Variable: Minat Beli

*Sumber: Data yang Diolah, 2020*

Dari table di atas bisa diketahui jika kualitas produk ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap minat beli di “Jepra Putra Grup” Kriyan Kalinyamatan Jepara sebesar 0,205, variable harga ( $X_2$ ) berpengaruh positif terhadap minat beli di “Jepra Putra Grup” Kriyan Kalinyamatan Jepara sebesar 0,358, dan variabel inovasi ( $X_3$ ) berpengaruh positif terhadap minat beli di “Jepra Putra Grup” Kriyan Kalinyamatan Jepara sebesar 0,235.

**2. Uji Koefisien Determinasi( $R^2$ )**

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui presentase pengaruh variable bebas secara keseluruhan terhadap variabel terikat.<sup>5</sup> Berikut ini hasil koefisien determinasi ( $R^2$ ) dengan menggunakan SPSS:

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,539 <sup>a</sup>	,290	,265	2,433	1,811

a. Predictors: (Constant), Inovasi, Harga, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Minat Beli

*Sumber: Data yang Diolah, 2020*

Dari tabel di atas bisa dilihat jika nilai *Adjusted R Square* adalah 0,290 atau 29%. Hal ini berarti sebesar 29% model regresi dari penelitian ini mampu menjelaskan variasi variabel minat beli. Artinya kualitas produk, harga dan inovasi mempunyai pengaruh sebesar 29% terhadap minat beli. Sedangkan sisanya ( $100\% - 29\% = 71\%$ ) dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model (dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian, seperti lingkungan kerja, komitmen organisasi, kepuasan konsumen, kualitas pelayanan, pengetahuan, motivasi, keputusan pembelian dan lain sebagainya).

---

<sup>5</sup>Dwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS* (Yogyakarta: MediaKom, 2010), 66.

**3. Uji t Parsial (t)**

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah variable bebas berpengaruh terhadap variabel independen. Berikut ini cara pengambilan keputusan:

- a. Derajat signifikansi memakai 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ).
- b. Ho diterima apabila  $t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ .
- c. Ho tidak diterima apabila  $t_{hitung} < -t_{tabel}$  atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$ .<sup>6</sup>

Adapun hasil Uji t dengan memakai SPSS ialah sebagai berikut:

**Tabel 4.18**  
**Hasil Uji t Parsial**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13,729	3,148		4,361	,000
	Kualitas Produk	,205	,108	,232	2,422	,001
	Harga	,358	,084	,393	4,276	,000
	Inovasi	,235	,077	,286	3,061	,003

a. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber: Data yang Diolah, 2020

Dari tabel di atas bisa diambil keputusan sebagai berikut:

- a. Nilai  $t_{hitung} X_1$  diketahui sebesar 2,422 > 1,988. Jadi dapat dikatakan mutu barang mempunyai pengaruh terhadap minat beli di “Jepra Putra Grup” Kriyan Kalinyamatan Jepara.
- b. Nilai  $t_{hitung} X_2$  diketahui sebesar 4,276 > 1,988. Jadi bisa dinyatakan variabel harga memiliki pengaruh terhadap minat beli di “Jepra Putra Grup” Kriyan Kalinyamatan Jepara.
- c. Nilai  $t_{hitung} X_3$  diketahui sebesar 3,061 > 1,988. Jadi dapat dikatakan variabel inovasi mempunyai pengaruh terhadap minat beli di “Jepra Putra Grup” Kriyan Kalinyamatan Jepara.

<sup>6</sup>Dwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS* (Yogyakarta: MediaKom, 2010), 68-69.

## G. Pembahasan Hasil Penelitian

Dari telaah yang sudah dilaksanakan, berikut ini ialah uraian dari setiap variabel:

### 1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli di “Jepera Putra Grup” Kriyan Kalinyamatan Jepera

Hasil penyelidikan menyatakan jika produk monel Jepera Putra Grup mempunyai produk yang pas dengan kemauan pelanggan, karakteristik bahan baku yang dibuat di Jepera Putra Grup, jenis barang yang dipasarkan, level kesesuaian ukuran sesuai permintaan, level diversifikasi barang supaya tidak menjadikan pelanggan bosan.

Dari hasil penelitian didapatkan jika variabel mutu barang ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh yang besar terhadap minat beli di “Jepera Putra Grup” Kriyan Kalinyamatan Jepera sebesar 2,422. Hal ini menunjukkan jika setiap penambahan mutu produk, maka akan terjadi penambahan ketertarikan pembeli sebesar 2,422 tanpa dipengaruhi faktor lain. Maka  $H_2$  diterima yang mana ada pengaruh kualitas produk terhadap minat beli di “Jepera Putra Grup” Kriyan Kalinyamatan Jepera.

Dari pengolahan data menggunakan bantuan SPSS Versi 20 diketahui jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,422 > 1,988$ . Maka dari itu bisa ditarik kesimpulan jika kualitas produk memiliki pengaruh terhadap minat beli di “Jepera Putra Grup” Kriyan Kalinyamatan Jepera.

Hasil penyelidikan ini selaras dengan penyelidikan yang dilaksanakan oleh Bayu Hendrawan Surososri Setyo Iriani menghasilkan penelitian jika mutu produk mempunyai pengaruh yang besar terhadap minat beli pelanggan. Hasil penyelidikan tersebut menjelaskan semakin bagus mutu biskuit oreo maka semakin banyak pelanggan yang minat membeli biskuit oreo.

Hasil secara analisis ekonomi syariahnya suatu produk haruslah memenuhi syarat supaya dalam transaksi jual-beli menjadi sah. Adapun syarat-syarat produk yang baik dan sah dalam hukum jual beli adalah:

- a. Suci dan dapat disucikan. Produk yang dijual haruslah suci. Barang yang najis dan tidak suci tidak sah dan tidak boleh di jual belikan.



- b. Produk (Barang) tersebut dapat diserahkan. Tidak sah menjual suatu barang yang tidak dapat diserahkan kepada yang membeli. Seperti Ikan yang masih berada di laut dsb.
- c. Produk (Barang) tersebut merupakan kepunyaan si penjual, kepunyaan yang diwakilkan atau yang mengusahakan.

Produk (Barang) tersebut diketahui oleh si penjual dan si pembeli: zatnya, bentuk, kadar (ukuran), dan sifat-sifatnya yang jelas sehingga antara keduanya tidak terjadi kecoh-mengecoh.<sup>7</sup>

## 2. Pengaruh Hargaterhadap Minat Beli di “Jepra Putra Grup” Kriyan Kalinyamatan Jepara

Menurut Marius harga ialah banyaknya uang yang diperlukan untuk memperoleh suatu produk atau pelayanann.<sup>8</sup> Barang yang dikonsepsi dan dipromosikan dengan baik bisa dijual dengan harga mahal dan mendapatkan keuntungan yang banyak.<sup>9</sup>

Dari pengolahan data menggunakan bantuan SPSS Versi 20 diketahui jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $4,276 > 1,988$ . Maka dari itu bisa dibuat kesimpulan jika harga memiliki yang besar terhadap minat beli di “Jepra Putra Grup” Kriyan Kalinyamatan Jepara. Hal ini menunjukkan jika variabel harga berpengaruh terhadap usaha untuk meningkatkan keinginan beli, tentang penilaian terhadap harga yang ditawarkan di berragam barang sudah pas dan sesuai.

Hasil penyelidikan ini selaras dengan penyelidikan yang dilaksanakan oleh Bayu Hendrawan Surososri Setyo Iriani (2014) yang berjudul “Pengaruh Inovasi Produk dan Harga terhadap Minat Belimie Sedaap Cup” penelitian jika harga mempunyai pengaruh yang signifikan pada keinginan beli pelanggan. Semakin baik harga mie sedap

---

<sup>7</sup> Sulaiman Rasyid, *Fiqh Islam*, (Bandung: Sinar Baru algensindo, 2015), 280-281

<sup>8</sup> Siti Nur Fatoni, *Pengantar Ilmu Ekonomi*, (Bandung: Pustaka Setia, 2014), 62

<sup>9</sup> Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran (Edisi 13 Jilid 2)*, (Jakarta: Erlangga, 2009), 67

cup yang dipasarkan, maka semakin besar ketertarikan konsumen terhadap mie sedap cup.

Ulama fikih menyatakan bahwa kenaikan harga yang terjadi di zaman Rasulullah SAW tersebut bukanlah oleh tindakan sewenang-wenang dari para pedagang, tetapi karena memang komoditas yang ada terbatas. Sesuai dengan hukum ekonomi apabila stok terbatas maka wajar harga barang tersebut naik. Oleh sebab itu, dalam keadaan demikian Rasulullah SAW tidak mau campur tangan membatasi harga komoditas dipasar tersebut, karena tindakan seperti ini bersifat lalim terhadap para pedagang.<sup>10</sup>

### 3. Pengaruh Inovasi terhadap Minat Beli di “Jepra Putra Grup” Kriyan Kalinyamatan Jepara

Menurut drucker, dalam bukunya *Innovations and Entrepreneurship* pada perkembangannya, inovasi muncul sebagai akibat proses inovasi yang di kelola melalui manajemen inovasi. Artinya ide-ide atau *inventions* perlu diimplementasikan menjadi produk, produksi, atau kompetensi administrasi dari suatu pelaku atau perusahaan.

Ditunjukkan dari hasil pengujian memakai SPSS 20 bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $3,061 > 1,988$ . Maka dari itu bisa diketahui jika inovasi mempunyai pengaruh yang besar terhadap minat beli di “Jepra Putra Grup” Kriyan Kalinyamatan Jepara.

Dalam situasi persaingan yang ketat sangat tidak mungkin jika suatu industri hanya berpegang teguh pada komoditas yang sudah ada tanpa melakukan suatu terobosan baru. Maka dari itu, di “Jepra Putra Grup” Kriyan Kalinyamatan Jepara dalam meningkatkan penjualan harus mengembangkan suatu upaya pendukung untuk menyempurnakan produk yang diciptakan ke arah yang lebih baik, sehingga bisa memberikan kegunaan, kepuasan, dan daya pikat yang lebih besar.

---

<sup>10</sup> Fitriyana Syarqawie, *Fikih Muamalah*, (Banjarmasin: IAIN Antasari Press, 2015), 46

Hasil penyelidikan tersebut selaras dengan penyelidikan yang dilaksanakan oleh Dany Prastyo dan Saino (2014) yang berjudul “Pengaruh Inovasi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Yoga Tablet Lenovo di Surabaya” menghasilkan penelitian bahwa inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pelanggan.

Dalam suatu produk tentu sangat sesuai, karena dalam suatu produk perlu ada suatu Inovasi yang baru, mengikuti perkembangan zaman yang berguna untuk menarik minat beli dari konsumen. Tanpa adanya suatu inovasi-inovasi yang baru, produk terkesan monoton, tidak ada gebrakan dari produsennya, dan akhirnya produk tersebut menjadi ketinggalan zaman, kalah saing, bahkan jatuh di pasaran yang dapat menurunkan minat beli dari konsumen.<sup>11</sup>



---

<sup>11</sup> <https://www.tazakka.or.id/2016/12/mauqif/hari-esok-harus-lebih-baik/> / diakses pada tanggal 05 Oktober 2021.