

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Toko Agung Lestari

Toko Agung Lestari berdiri sejak 03 Mei 2017. Nama Agung Lestari mempunyai arti yaitu agung yang artinya besar, dan lestari yang artinya berkembang. Toko Agung Lestari berlokasi di Desa Temulus Rt 01 Rw 06 Mejobo Kudus yang bertepatan di depan masjid Baiturrahman Desa Temulus. Pendiri usaha ini yaitu Ibu Nor Vita Sari yang memulai usahanya dengan uang sendiri dan beberapa minjem dari bank. Berdirinya Toko Agung Lestari tanpa direncanakan oleh pemilik, karena pemilik bukan lulusan dari perekonomian tetapi lulusan dari kesehatan. Tetapi pemilik memilih berbisnis dibandingkan menjadi tenaga kesehatan, karena kata beliau menjadi seorang pebisnis itu sangat senang dan mempunyai waktu banyak untuk keluarga.

Pada awalnya toko ini hanya dikelola oleh Ibu Vita sendiri, namun dengan berjalannya waktu usaha ini mulai berkembang pesat sehingga pemilik memutuskan untuk merekrut karyawan untuk membantu pemilik. Dan sekarang pemilik dibantu oleh 2 orang karyawan untuk menjaga toko secara bergantian. Jadwal operasional Toko Agung Lestari ini buka dari jam 07.00 WIB - 21.00 WIB.

Toko Agung Lestari ini menjual beberapa macam jenis produk untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Salah satunya yaitu beras lokal yang banyak diminati oleh masyarakat, karena beras lokal yang dijual di toko ini pemilik bekerjasama dengan orang tuannya sendiri. Dimana orang tua pemilik bagian penggilingan padi dan Ibu Vita bagian pemasaran. Sehingga beras lokal yang dipasarkan itu mempunyai kualitas yang bagus dan harga terjangkau. Konsumen beras lokal di toko ini tidak hanya masyarakat sekitar saja yang membeli beras lokal tetapi konsumen luar daerah juga banyak yang membeli beras lokal di Toko Agung Lestari Desa Termulus tersebut.

2. Visi dan Misi Toko Agung Lestari

Visi Toko Agung Lestari

Mengutamakan kepuasan konsumen melalui macam – macam produk yang mempunyai kualitas baik dan bagus dengan harga terjangkau.

Misi Toko Agung Lestari

1. Menyediakan dan melakukan penjualan produk kebutuhan masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya.
2. Meningkatkan perekonomian masyarakat guna untuk menciptakan lapangan kerja.

3. Produk dan Harga Beras Lokal Pada Toko Agung Lestari

Beras merupakan bahan makanan primer yang dikonsumsi oleh masyarakat sebagai makanan pokok terutama masyarakat daerah maupun luar daerah Desa Temulus, karena mayoritas penduduk daerah maupun luar daerah Desa Temulus memiliki kebiasaan apabila mereka belum mengkonsumsi nasi maka mereka merasa belum makan, padahal mereka sudah mengkonsumsi karbohidrat yang lain. Dalam memenuhi kebutuhan pokok yang berupa beras masyarakat daerah tersebut banyak yang memilih untuk mengkonsumsi beras lokal dibandingkan beras impor. Untungnya, saat ini sudah banyak toko yang menjual beras lokal, salah satunya yaitu Toko Agung Lestari, toko ini menjual beberapa varian beras lokal yang memiliki kemasan beras mulai dari 1kg, 5kg, 25kg, dan 50kg. Harga beras lokal sendiri bervariasi tergantung merek dan ukuran berat beras yang bersangkutan. Berikut ini jenis beras lokal beserta harga yang umumnya dikonsumsi oleh masyarakat daerah maupun luar daerah Desa Temulus, antara lain :¹

Tabel 4.1 Produk dan Harga Beras Lokal di Toko Agung Lestari

No	Jenis Produk	Harga Per Kilo
1	Beras Nampat	Rp. 9300
2	Beras Wangi	Rp. 9800
3	Beras Milky	Rp. 10.000
4	Beras Ketan	Rp. 12.500

¹ Nor Vita Sari, pesan whatsapp kepada penulis, 29 Oktober 2021.

B. Gambaran Umum Responden

1. Jenis Kelamin Responden

Data mengenai jenis kelamin responden beras lokal di Toko Agung Lestari Desa Temulus dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.2 Persentase Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
1	Laki – laki	27	32,1%
2	Perempuan	57	67,9%
Total		84	100%

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat jenis kelamin setiap responden yang membeli beras lokal di Toko Agung Lestari Desa Temulus. Dari data tersebut, menunjukkan bahwa responden yang berjenis laki – laki berjumlah 27 orang (32,1%) dan sisanya adalah responden yang berjenis perempuan berjumlah 57 orang (67,9%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden yang berjenis perempuanlah yang terbanyak atau mendominasi konsumen dalam pembelian beras lokal di Toko Agung Lestari Desa Termulus.

2. Usia Responden

Data mengenai usia responden beras lokal di Toko Agung Lestari dapat dilihat dalam tabel berikut ini

Tabel 4.3 Persentase Usia Responden

No.	Usia	Jumlah	Presentase (%)
1	< 25 Tahun	3	3,6%
2	25-50 Tahun	69	82,1%
3	>50 Tahun	12	14,3%
Total		84	100%

Dari tabel diatas diketahui usia dari setiap responden yang membeli beras lokal di Toko Agung Lestari Desa Temulus. Dari data tersebut memperlihatkan bahwa responden yang berusia kurang dari 25 (<25) berjumlah 3 orang (3,6%), selanjutnya responden yang mempunyai usia antara 25 – 50 tahun berjumlah 69 orang (82,1%) dan sisanya adalah responden yang berusia lebih dari 50 tahun (>50) berjumlah 12 orang (14,3%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden yang usia berkisar 25 – 50 tahunlah yang paling banyak atau mendominasi konsumen dalam

pembelian beras lokal di Toko Agung Lestari Desa Termulus.

3. Pekerjaan Responden

Data mengenai pekerjaan responden beras lokal di Toko Agung Lestari dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.4 Persentase Pekerjaan Responden

No.	Pekerjaan	Jumlah	Presentase (%)
1	Ibu Rumah Tangga	23	27,4%
2	Karyawan Swasta	15	17,9%
3	Pedagang	34	40,5%
4	PNS	12	14,3%
Total		84	100%

Dari keterangan tabel diatas dapat diketahui pekerjaan dari setiap responden yang membeli beras lokal di Toko Agung Lestari Desa Temulus. Dari data tersebut, menunjukkan bahwa responden yang mempunyai pekerjaan sebagai ibu rumah tangga berjumlah 23 orang (27,4%), berikutnya yang memiliki pekerjaan sebagai karyawan swasta berjumlah 15 orang (17,9%), selanjutnya yang bekerja sebagai pedagang berjumlah 34 orang (40,5%), dan sisanya bekerja atau berprofesi sebagai PNS berjumlah 12 orang (14,3%). Maka dapat disimpulkan bahwa responden yang memiliki pekerjaan sebagai pedaganglah yang paling banyak atau mendominasi konsumen dalam pembelian beras lokal di Toko Agung Lestari Desa Termulus.

C. Deskripsi Variabel Penelitian

Berdasarkan hasil jawaban dari responden pembeli beras lokal di Toko Agung Lestari Desa Temulus dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel Kualitas Produk (X1)

Tabel 4.5 Frekuensi Variabel Kualitas Produk

Item	ST	%	TS	%	N	%	S	%	SS	%
P1	1	1,2 %	8	9,5 %	16	19%	40	47,6 %	19	23,6 %
P2	0	0%	6	7,1 %	14	16,7 %	41	48,8 %	23	27,4 %
P3	1	1,2	5	6%	22	26,2	42	50%	14	16,7

		%				%				%
P4	1	1,2 %	3	3,6 %	35	41,7 %	35	41,7 %	10	11,9 %
P5	0	0%	4	4,8 %	19	22,6 %	35	41,7 %	26	31%
P6	0	0%	4	4,8 %	22	26,2 %	43	51,2 %	15	17,9 %
P7	2	2,4 %	4	4,8 %	19	22,6 %	40	47,6 %	19	22,6 %

Berdasarkan pada tabel diatas memperlihatkan hasil jawaban kuesioner untuk variabel kualitas produk (X1) yaitu:

- a) Pada item pertanyaan pertama variabel kualitas produk, responden yang membeli beras lokal di Toko Agung Lestari yang menunjukkan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (1,2%), yang menunjukkan tidak setuju sebanyak 8 orang (9,5%), yang menunjukkan netral sebanyak 16 orang (19%), selanjutnya yang menunjukkan setuju 40 orang (47,6%), dan yang menunjukkan sangat setuju sebanyak 19 orang (22,6%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa kualitas beras lokal yang ada di Toko Agung Lestari lebih bagus dibanding toko yang lain.
- b) Pada item pertanyaan kedua variabel kualitas produk, responden yang membeli beras lokal di Toko Agung Lestari yang menunjukkan sangat tidak setuju tidak ada (0%), yang menunjukkan tidak setuju sebanyak 6 orang (7,1%), yang menunjukkan netral sebanyak 14 orang (16,7%), yang menunjukkan setuju 41 orang (48,8%), dan yang menunjukkan sangat setuju sebanyak 23 orang (27,4%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa di Toko Agung Lestari memiliki banyak pilihan beras lokal yang sejenis dengan harga yang beragam.
- c) Pada item pertanyaan ketiga variabel kualitas produk, responden yang membeli beras lokal di Toko Agung Lestari yang menunjukkan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (1,2%), yang menunjukkan tidak setuju sebanyak 5 orang (6%), yang menunjukkan netral

- sebanyak 22 orang (26,2%), yang menunjukkan setuju 42 orang (50%), dan yang menunjukkan sangat setuju sebanyak 14 orang (16,7%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa beras lokal yang ada di Toko Agung Lestari dapat diandalkan kualitasnya.
- d) Pada item pertanyaan keempat variabel kualitas produk, responden yang membeli beras lokal di Toko Agung Lestari yang menunjukkan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (1,2%), yang menunjukkan tidak setuju sebanyak 3 orang (3,6%), yang menunjukkan netral sebanyak 35 orang (41,7%), yang menunjukkan setuju 35 orang (41,7%), dan yang menunjukkan sangat setuju sebanyak 10 orang (11,9%). Hal ini menunjukkan bahwa responden yang menyatakan netral dan setuju itu sama sebanyak 35 responden, maka dapat disimpulkan bahwa beras lokal yang tersedia di Toko Agung Lestari itu sesuai dengan kebutuhan selera konsumen.
- e) Pada item pertanyaan kelima variabel kualitas produk, responden yang membeli beras lokal di Toko Agung Lestari yang menunjukkan sangat tidak setuju tidak ada (0%), yang menunjukkan tidak setuju sebanyak 4 orang (4,8%), yang menunjukkan netral sebanyak 19 orang (22,6%), yang menunjukkan setuju 35 orang (41,7%), dan yang menunjukkan sangat setuju sebanyak 26 orang (31%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa beras lokal yang ada di Toko Agung Lestari mempunyai kemasan yang sesuai standart pada produk tersebut.
- f) Pada item pertanyaan keenam variabel kualitas produk, responden yang membeli beras lokal di Toko Agung Lestari yang menunjukkan sangat tidak setuju tidak ada (0%), yang menunjukkan tidak setuju sebanyak 4 orang (4,8%), yang menunjukkan netral sebanyak 22 orang (26,2%), yang menunjukkan setuju 43 orang (51,2%), dan yang menunjukkan sangat setuju sebanyak 15 orang (17,9%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa banyak pilihan beras lokal yang ada di Toko Agung Lestari sehingga banyak konsumen yang tertarik untuk membeli.
- g) Pada item pertanyaan ketujuh variabel kualitas produk, responden yang membeli beras lokal di Toko Agung

Lestari yang menunjukkan sangat tidak setuju sebanyak 2 orang (2,4%), yang menunjukkan tidak setuju sebanyak 4 orang (4,8%), yang menunjukkan netral sebanyak 19 orang (22,6%), yang menunjukkan setuju 40 orang (47,6%), dan yang menunjukkan sangat setuju sebanyak 19 orang (22,6%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa penampilan beras lokal yang dijual di Toko Agung Lestari sesuai dengan kualitasnya.

2. Variabel Harga (X2)

Tabel 4.6 : Frekuensi Variabel Harga

Item	STS	%	TS	%	N	%	S	%	SS	%
P1	0	0%	5	6%	12	14,3%	43	51,2%	24	28,6%
P2	0	0%	2	2,4%	11	13,1%	49	58,3%	22	26,2%
P3	0	0%	4	4,8%	12	14,3%	18	21,4%	50	59,5%
P4	0	0%	4	4,8%	10	11,9%	43	51,2%	27	32,1%

Berdasarkan pada tabel diatas menunjukkan hasil jawaban kuesioner untuk variabel harga (X2) sebagai berikut:

- a) Pada item pertanyaan pertama variabel harga, responden yang membeli beras lokal di Toko Agung Lestari yang menunjukkan sangat tidak setuju tidak ada (0%), yang menunjukkan tidak setuju sebanyak 5 orang (6%), yang menunjukkan netral sebanyak 12 orang (14,3%), yang menunjukkan setuju 43 orang (51,2%), dan yang menunjukkan sangat setuju sebanyak 24 orang (28,6%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa beras lokal yang ditawarkan di Toko Agung Lestari mempunyai harga yang terjangkau.
- b) Pada item pertanyaan kedua variabel harga, responden yang membeli beras lokal di Toko Agung Lestari yang menunjukkan sangat tidak setuju tidak ada (0%), yang menunjukkan tidak setuju sebanyak 2 orang (2,4%), yang menunjukkan netral sebanyak 11 orang (13,1%),

- yang menunjukkan setuju 49 orang (58,3%), dan yang menunjukkan sangat setuju sebanyak 22 orang (26,2%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa harga beras lokal yang ditawarkan di Toko Agung Lestari sesuai dengan kualitasnya.
- c) Pada item pertanyaan ketiga variabel harga, responden yang membeli beras lokal di Toko Agung Lestari yang menunjukkan sangat tidak setuju tidak ada (0%), yang menunjukkan tidak setuju sebanyak 4 orang (4,8%), yang menunjukkan netral sebanyak 12 orang (14,3%), yang menunjukkan setuju 18 orang (21,4%), dan yang menunjukkan sangat setuju sebanyak 50 orang (59,5%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat setuju bahwa harga beras lokal yang ditawarkan di Toko Agung Lestari lebih murah dibandingkan toko lainnya.
- d) Pada item pertanyaan keempat variabel harga, responden yang membeli beras lokal di Toko Agung Lestari yang menunjukkan sangat tidak setuju tidak ada (0%), yang menunjukkan tidak setuju sebanyak 4 orang (4,8%), yang menunjukkan netral sebanyak 10 orang (11,9%), yang menunjukkan setuju 43 orang (51,2%), dan yang menunjukkan sangat setuju sebanyak 27 orang (32,1%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa beras lokal yang ditawarkan di Toko Agung Lestari memberikan manfaat oleh konsumen.

3. Variabel Lokasi (X3)

Tabel 4.7 Frekuensi Variabel Lokasi

Item	ST	%	TS	%	N	%	S	%	SS	%
P1	1	1,2 %	3	3,6 %	17	20,2 %	38	45,2 %	25	29,8 %
P2	1	1,2 %	3	3,6 %	11	13,1 %	38	45,2 %	31	36,9 %
P3	0	0%	9	10,7 %	14	16,7 %	40	47,6 %	21	25 %
P4	2	2,4 %	5	6%	22	26,2 %	37	44%	18	21,4 %
P5	1	1,2 %	13	15,5 %	27	32,1 %	34	40,5 %	9	10,7 %

P6	1	1,2 %	7	8,3 %	24	28, 6%	35	41,7 %	17	20, 2%
----	---	----------	---	----------	----	-----------	----	-----------	----	-----------

Berdasarkan pada tabel menunjukkan hasil jawaban kuesioner untuk variabel lokasi (X3) sebagai berikut:

- a) Pada item pertanyaan pertama variabel lokasi, responden yang membeli beras lokal di Toko Agung Lestari yang menunjukkan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (1,2%), yang menunjukkan tidak setuju sebanyak 3 orang (3,6%), yang menunjukkan netral sebanyak 17 orang (20,2%), yang menunjukkan setuju 38 orang (45,2%), dan yang menunjukkan sangat setuju sebanyak 25 orang (29,8%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa lokasi menuju Toko Agung Lestari sangat dijangkau.
- b) Pada item pertanyaan kedua variabel lokasi, responden yang membeli beras lokal di Toko Agung Lestari yang menunjukkan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (1,2%), yang menunjukkan tidak setuju sebanyak 3 orang (3,6%), yang menunjukkan netral sebanyak 11 orang (13,1%), yang menunjukkan setuju 38 orang (45,2%), dan yang menunjukkan sangat setuju sebanyak 31 orang (36,9%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa lokasi Toko Agung Lestari sangat mudah ditemukan.
- c) Pada item pertanyaan ketiga variabel lokasi, responden yang membeli beras lokal di Toko Agung Lestari yang menunjukkan sangat tidak setuju tidak ada (0%), yang menunjukkan tidak setuju sebanyak 9 orang (10,7%), yang menunjukkan netral sebanyak 14 orang (16,7%), yang menunjukkan setuju 40 orang (47,6%), dan yang menunjukkan sangat setuju sebanyak 21 orang (25%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa tempat parkir di Toko Agung Lestari cukup luas.
- d) Pada item pertanyaan keempat variabel lokasi, responden yang membeli beras lokal di Toko Agung Lestari yang menunjukkan sangat tidak setuju sebanyak 2 orang (2,4%), yang menunjukkan tidak setuju sebanyak 5 orang (6%), yang menunjukkan netral sebanyak 22 orang (26,2%), yang menunjukkan setuju 37 orang (44%), dan yang menunjukkan sangat setuju sebanyak 18 orang (21,4%). Hal ini menunjukkan

- bahwa mayoritas responden setuju bahwa lalu lintas menuju Toko Agung Lestari sangat lancar.
- e) Pada item pertanyaan kelima variabel lokasi, responden yang membeli beras lokal di Toko Agung Lestari yang menunjukkan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (1,2%), yang menunjukkan tidak setuju sebanyak 13 orang (15,5%), yang menunjukkan netral sebanyak 27 orang (32,1%), yang menunjukkan setuju 34 orang (40,5%), dan yang menunjukkan sangat setuju sebanyak 9 orang (10,7%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa ukuran bangunan Toko Agung Lestari cukup luas.
 - f) Pada item pertanyaan keenam variabel lokasi, responden yang membeli beras lokal di Toko Agung Lestari yang menunjukkan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (1,2%), yang menunjukkan tidak setuju sebanyak 7 orang (8,3%), yang menunjukkan netral sebanyak 24 orang (28,6%), yang menunjukkan setuju 35 orang (41,7%), dan yang menunjukkan sangat setuju sebanyak 17 orang (20,2%). Hal ini memperlihatkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa lingkungan Toko Agung Lestari sangat aman.

4. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 4.8 : Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian

Item	S T S	%	TS	%	N	%	S	%	SS	%
P1	1	1,2 %	3	3,6 %	25	29,8 8%	41	48,8 %	14	16,7 %
P2	2	2,4 %	3	3,6 %	9	10,7 7%	44	52,4 %	26	31 %
P3	0	0%	2	2,4 %	32	38,1 1%	40	47,6 %	10	11,9 %
P4	1	1,2 %	4	4,8 %	10	11,9 9%	49	58,3 %	20	23,8 %
P5	0	0 %	0	0 %	6	7,1 %	59	70,2 %	19	22,6 %

Berdasarkan pada tabel diatas menunjukkan hasil jawaban kuesioner untuk variabel Keputusan Pembelian (Y1) sebagai berikut:

- a) Pada item pertanyaan pertama keputusan pembelian, responden yang membeli beras lokal di Toko Agung Lestari yang menunjukkan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (1,2%), yang menunjukkan tidak setuju sebanyak 3 orang (3,6%), yang menunjukkan netral sebanyak 25 orang (29,8%), yang menunjukkan setuju 41 orang (48,8%), dan yang menunjukkan sangat setuju sebanyak 14 orang (16,7%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa di Toko Agung Lestari tersedia kebutuhan konsumen untuk sehari harinya. .
- b) Pada item pertanyaan kedua variabel keputusan pembelian responden yang membeli beras lokal di Toko Agung Lestari yang menunjukkan sangat tidak setuju sebanyak 2 orang (2,4%), yang menunjukkan tidak setuju sebanyak 3 orang (3,6%), yang menyatakan netral sebanyak 9 orang (10,7%), yang menunjukkan setuju 44 orang (52,4%), dan yang menunjukkan sangat setuju sebanyak 26 orang (31%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju untuk menerima informs lengkap mengenai Toko Agung Lestari.
- c) Pada item pertanyaan ketiga variabel keputusan pembelian, responden yang membeli beras lokal di Toko Agung Lestari yang menunjukkan sangat tidak setuju sebanyak tidak ada (0%), yang menunjukkan tidak setuju sebanyak 2 orang (2,4%), yang menunjukkan netral sebanyak 32 orang (38,1%), yang menunjukkan setuju 40 orang (47,6%), dan yang menunjukkan sangat setuju sebanyak 10 orang (11,9%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju sebagai alternatif pada Toko Agung Lestari dibanding toko yang lainnya. .
- d) Pada item pertanyaan keempat variabel keputusan pembelian, responden yang membeli beras lokal di Toko Agung Lestari yang menunjukkan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (1,2%), yang menunjukkan tidak setuju sebanyak 4 orang (4,8%), yang menunjukkan netral sebanyak 10 orang (11,9%), yang menunjukkan setuju 49 orang (58,3%), dan yang menunjukkan sangat setuju sebanyak 20 orang (23,8%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju untuk memutuskan membeli di Toko Agung Lestari

- setelah setelah mengevaluasi beberapa alternative pilihan toko.
- e) Pada item pertanyaan kelima variabel keputusan pembelian, responden yang membeli beras lokal di Toko Agung Lestari yang menunjukkan sangat tidak setuju sebanyak 0 orang (0 %), yang menunjukkan tidak setuju sebanyak 0 orang (0 %), yang menunjukkan netral sebanyak 6 orang (7,1%), yang menunjukkan setuju 59 orang (70,2%), dan yang menunjukkan sangat setuju sebanyak 19 orang (22,6%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju untuk membeli beras lokal di Toko Agung Lestari setelah mendapatkan informasi dari kerabatnya.

D. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas berperan dalam mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid apabila pertanyaan yang tercantum dalam kuesioner dapat mengatakan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Penentuan valid ataupun tidaknya suatu item yang digunakan, maka peneliti harus membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} .² Dimana taraf signifikansi yang digunakan adalah 0,05 (5%) dengan nilai $df = (N-2) = 84-2 = 82$. Sehingga dalam penelitian ini memperoleh r_{tabel} yaitu 0,361. Data dinyatakan valid yaitu jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (r_{tabel} 0,214). Uji validitas ini diberi dorongan oleh perangkat lunak SPSS. Melalui olah data di SPSS'21 yang diperoleh hasil antara lain dibawah ini :

Tabel 4.9 Hasil Pengujian Validitas Item Kuesioner Pada Pertanyaan Mengenai Variabel Kualitas Produk

No	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Validitas
1	X1.1	0,619	0,214	Valid
2	X1.2	0,745	0,214	Valid
3	X1.3	0,652	0,214	Valid
4	X1.4	0,531	0,214	Valid
5	X1.5	0,511	0,214	Valid
6	X1.6	0,517	0,214	Valid

² Imam Ghozali, “Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19,” 52.

7	X1.7	0,588	0,214	Valid
---	------	-------	-------	-------

Sumber : Hasil SPSS'21 yang diolah, 2022.

Berdasarkan pada tabel diatas menunjukkan bahwa semua pertanyaan di variabel kualitas produk (X1) dinyatakan valid, karena melihat dari r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,214. Maka dapat disimpulkan ketentuan validitas semua item pertanyaan pada variabel kualitas produk (X1) dapat terpenuhi.

Tabel 4.10 Hasil Pengujian Validitas Item Kuesioner Pada Pertanyaan Mengenai Variabel Harga

No	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Validitas
1	X2.1	0,689	0,214	Valid
2	X2.2	0,709	0,214	Valid
3	X2.3	0,750	0,214	Valid
4	X2.4	0,575	0,214	Valid

Sumber : Hasil SPSS'21 yang diolah, 2022

Berdasarkan pada tabel diatas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan di variabel harga (X2) dinyatakan valid, karena melihat dari r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,214. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa ketentuan validitas semua item pertanyaan pada variabel harga (X2) dapat dipenuhi.

Tabel 4.11 Hasil Pengujian Validitas Item Kuesioner Pada Pertanyaan Mengenai Variabel Lokasi

No	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Validitas
1	X3.1	0,645	0,214	Valid
2	X3.2	0,754	0,214	Valid
3	X3.3	0,551	0,214	Valid
4	X3.4	0,622	0,214	Valid
5	X3.5	0,471	0,214	Valid
6	X3.6	0,657	0,214	Valid

Sumber : Hasil SPSS'21 yang diolah, 2022

Berdasarkan pada tabel diatas menunjukkan bahwa data pertanyaan di variabel lokasi (X3) dinyatakan valid, karena melihat dari r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,214. Maka dapat disimpulkan ketentuan validitas semua item pertanyaan pada variabel lokasi (X3) dapat terpenuhi.

Tabel 4.12 Hasil Pengujian Validitas Item Kuesioner Pada Pertanyaan Mengenai Variabel Keputusan Pembelian

No	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Validitas
1	Y1.1	0,757	0,214	Valid
2	Y1.2	0,760	0,214	Valid
3	Y1.3	0,607	0,214	Valid
4	Y1.4	0,694	0,214	Valid
5	Y1.5	0,224	0,214	Valid

Sumber : Hasil SPSS'21 yang diolah, 2022

Berdasarkan pada tabel diatas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan di variabel keputusan pembelian (Y) dikatakan valid, karena dilihat dari r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,214. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa ketentuan validitas item pertanyaan pada variabel keputusan pembelian (Y) dapat dipenuhi.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berperan untuk mengukur kuesioner dari indikator variabel. Kuesioner dapat dikatakan *reliable* apabila jawaban seorang terhadap pertanyaan konsinsten ataupun stabil dari waktu ke waktu. Pada uji ini pengolahan data memanfaatkan program SPSS serta uji statistik menggunakan uji statistik *cronbach alpha*. *Cronbach alpha* merupakan skala pada konsistensi internal atau keeratn ikatan suatu data yang dinamakan suatu kesatuan dalam konsep. Suatu variabel penelitian bisa dikatakan *reliable* apabila hasil *cronbach alpha* > 0,60.³ Hasil uji reliabilitas memanfaatkan program SPSS'21 memperoleh hasil dibawah ini :

Tabel 4.13 Hasil Pengujian Reliabilitas Item Kuesioner

Variabel	Cronbach Alpha (α)	Hasil Kritis	Reliabilitas
Kualitas Produk	0,697	0,60	Reliabel
Harga	0,612	0,60	Reliabel
Lokasi	0,670	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,624	0,60	Reliabel

Sumber : Hasil SPSS'21 yang diolah, 2022

³ Imam Ghozali, “Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19,” 47-48.

Berdasarkan pada tabel diatas menyatakan bahwa hasil *cronbach alpha* lebih dari 0,60 sehingga seluruh instrument variabel dikatakan reliabel. Reliabel merupakan instrument penelitian yang dipakai untuk mendapatkan hasil yang tidak berubah - ubah meskipun dilaksanakan penelitian berkali-kali, dengan ini reliabilitas instrument itu harus sesuai dengan ketentuan.

Dari hasil pengujian diatas menunjukkan bahwa nilai *cronbach alpha* yang menggunakan program SPSS'21 memiliki nilai $> 0,60$. Variabel dalam penelitian ini yaitu yang pertama variabel kualitas produk (X1) yang mempunyai nilai *cronbach alpha* sebesar $0,697 > 0,60$, kedua variabel harga (X2) mempunyai nilai *cronbach alpha* sebesar $0,612 > 0,60$, ketiga variabel lokasi (X3) mempunyai hasil *cronbach alpha* sebesar $0,670 > 0,60$, dan keempat variabel keputusan pembelian (Y) mempunyai hasil *cronbach alpha* sebesar $0,698 > 0,60$. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa keempat variabel tersebut dinyatakan reliabel karena nilai *cronbach alpha* $> 0,60$.

E. Hasil Uji Asumsi Klasik

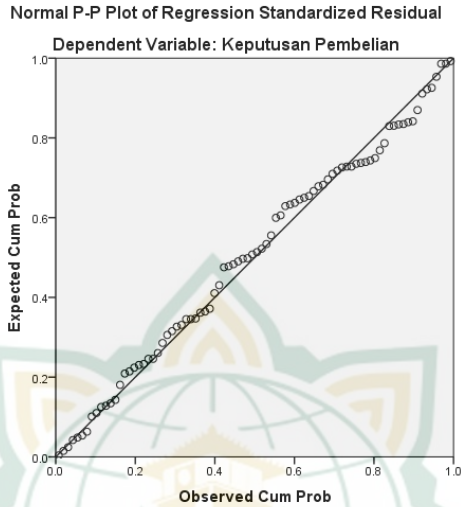
Uji asumsi klasik digunakan untuk melihat data penelitian efektif atau tidak untuk melanjutkan uji analisis lebih lanjut. Adapun kriteria uji asumsi klasik diantara lain:

1. Uji Normalitas Data

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah pada suatu model regresi, variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi normal. Uji normalitas juga merupakan uji prasyarat yang dijadikan langkah awal sebelum dilanjutkan uji hipotesis.⁴ Hasil uji normalitas data memakai program SPSS'21 diperoleh hasil antara lain dibawah ini :

⁴ Ajat Rukajat, *Pendekatan Penelitian Kuantitatif Quantitative Research Approach* (Yogyakarta: CV Budi Utama 2018), 16.

Gambar 4.1 Normal P-Plot Hasil Uji Normalitas



Sumber : Hasil SPSS'21 yang diolah, 2022.

Dari grafik diatas dapat dilihat bahwa grafik normal P-Plot terlihat titik-titik yang menyebar disekeliling garis diagonal dan mengikuti garis lurus. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut berdistribusi normal.

Peneliti juga melakukan uji *Kolmogorov-Smirnov* untuk mendukung hasil tersebut. Adapun dasar pengambilan keputusan uji *Kolmogorov-Smirnov* antara lain yaitu:

- a) Jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 ($> 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.
- b) Jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($< 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak berdistribusi normal.

Berikut disajikan data uji *Kolmogorov-Smirnov* yang diperoleh dari SPSS'21 antara lain sebagai berikut:

Tabel 4.14 Hasil Uji *Kolmogrov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		84
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.8538583
Most Extreme Differences	Absolute Positive	.060
	Negative	-.060
Kolmogorov-Smirnov Z		.550
Asymp. Sig. (2-tailed)		.923

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Hasil SPSS'21 yang diolah, 2022.

Berdasarkan pada tabel uji *Kolmogorov-Smirnov* diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansiya yaitu 0,923 yang berarti nilai tersebut lebih dari 0,05 ($> 0,05$). Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa nilai residual tersebut berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah suatu model regresi ditemukan terdapat korelasi antar variabel bebas (X). Model regresi yang dapat dipakai yaitu yang tidak terdapat gejala korelasi dengan variabel bebas (X) atau tidak terjadi gejala multikolinieritas. Berikut ini kriteria pengujian uji multikolinieritas:

- Apabila nilai VIF kurang dari ($< 10,00$) dan nilai *tolerance* lebih dari 0,1 ($> 0,1$) maka data tersebut tidak terjadi gejala multikolinieritas pada model regresi.
- Jika nilai VIF lebih dari ($> 10,00$) dan nilai *tolerance* kurang dari 0,1 ($< 0,1$) maka data tersebut terjadi gejala multikolinieritas dalam model regresi.

Berikut ini tabel hasil rekapitulasi uji multikolinieritas dengan SPSS'21 sebagai berikut:

Tabel 4.15 Hasil Rekapitulasi Uji Multikolinieritas

No	Variabel	VIF	Tolerance	Kesimpulan
1	Kualitas Produk	1,391	0,719	Tidak terjadi gejala multikolinieritas
2	Harga	1,148	0,871	Tidak terjadi gejala multikolinieritas
3	Lokasi	1,453	0,688	Tidak terjadi gejala multikolinieritas

Sumber : Hasil SPSS'21 yang diolah, 2022.

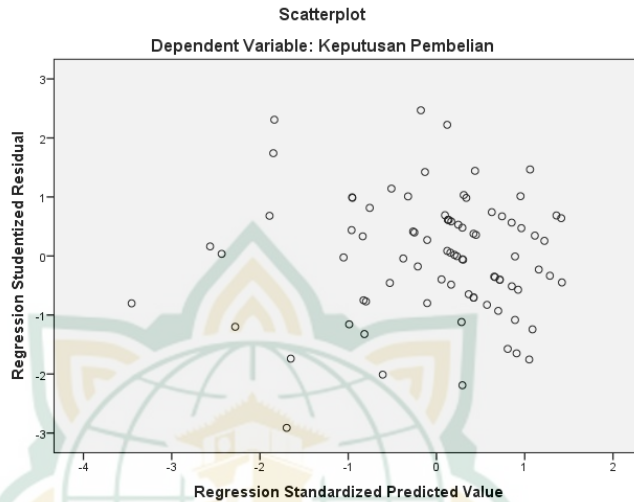
Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga dan lokasi tidak terjadi gejala multikolinieritas. Karena pada variabel kualitas produk mempunyai nilai VIF $1,391 < 10,00$ dan nilai *tolerance* $0,719 > 0,1$, sehingga tidak terjadi gejala multikolinieritas. Berikutnya variabel harga mempunyai nilai VIF $1,148 < 10,00$ dan nilai *tolerance* $0,871 > 0,1$, sehingga tidak terjadi gejala multikolinieritas. Begitu juga variabel lokasi mempunyai nilai VIF $1,453 < 10,00$ dan nilai *tolerance* $0,688 > 0,1$, sehingga tidak terjadi gejala multikolinieritas.

3. Uji heteroskedastisitas

Asumsi heterokedastisitas data merupakan suatu asumsi dalam regresi dimana varians residual tidak sama untuk satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dapat diartikan bahwa uji heterokedastisitas ini dilakukan untuk memastikan ada atau tidaknya kesamaan varian residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.⁵ Pengujian heterokedastisitas menggunakan uji *scatterplot*. Uji *scatterplot* dalam penelitian ini dikatakan tidak terjadi gejala heterokedastisitas apabila titik - titik menyebar secara acak baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Berikut disajikan hasil uji heterokedastisitas yang diperoleh dari SPSS'21 antara lain sebagai berikut:

⁵ Purbayu Budi Santosa dan Ashari, "Analisis Statistik dengan Microsoft Exel dan SPSS," 242.

Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas (Grafik Scatterplot)



Sumber: Hasil SPSS'21 yang diolah, 2022.

Berdasarkan pada grafik *scatterplot* diatas menunjukkan bahwa titik - titik membentuk pola khusus dan menyebar secara acak baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa grafik *scatterplot* dalam model regresi ini tidak terjadi heterokedastisitas.

Peneliti juga melaksanakan uji heterokedastisitas dengan langkah lain yaitu dengan uji glesjer untuk mendukung hasil tersebut. Adapun pengambilan keputusan uji glesjer diantara lain sebagai berikut:

- a) Jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 ($> 0,05$) maka tidak terjadi gejala heterokedastisitas.
- b) Jika nilai signifikansi kurang dari ($< 0,05$) maka terjadi gejala heterokedastisitas.

Berikut disajikan data uji glesjer yang diperoleh dari SPSS'21 antara lain sebagai berikut:

Tabel 4.16 Hasil Uji Glejser
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.814	1.208		2.329	.022
1 Kualitas Produk	-.013	.041	-.039	-.305	.761
Harga	.039	.061	.075	.645	.521
Lokasi	-.073	.045	-.214	-1.631	.107

a. Dependent Variable: RES2

Sumber : Hasil SPSS'21 yang diolah, 2022.

Berdasarkan pada hasil uji glesjer diatas menunjukkan bahwa variabel kualitas produk mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,761, selanjutnya variabel harga mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,521, dan variabel lokasi mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,107. Dalam penelitian ini semua variabel tersebut nilai signifikansinya lebih dari 0,05 (> 0,05), maka dari itu dapat disimpulkan bahwa semua variabel tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

F. Hasil Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dibuat dengan melihat seberapa besar model regresi dalam penelitian ini. Berikutnya mengenai pengaruh secara parsial antara variabel kualitas produk (X1), harga (X2), dan lokasi (X3) terhadap keputusan pembelian konsumen muslim beras lokal di Toko Agung Lestari Desa Temulus (Y). Serta untuk melihat pengaruh secara simultan kualitas produk (X1), harga (X2), dan lokasi (X3) secara bersama sama terhadap keputusan pembelian (Y).

1. Uji Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda memiliki tujuan untuk melihat ada atau tidaknya pengaruh antar variabel yang diungkapkan dalam persamaan regresi. Persamaan regresi linier berganda merupakan persamaan regresi yang memakai dua atau lebih variabel independent dengan bentuk umum $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$.⁶ Pada penelitian ini perhitungannya menggunakan SPSS'21 seperti hasil rekapitulasi tabel dibawah ini:

Tabel 4.17 Hasil Rekapitulasi Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	Nilai sig.
Konstanta	5,756	0,005
Kualitas Produk (X1)	0,249	0,000
Harga (X2)	0,151	0,140
Lokasi (X3)	0,207	0,007

Sumber : Hasil SPSS'21 yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan tentang persamaan regresi linier berganda. Sebagaimana hasil koefisien regresi dengan konstanta sebesar 5,756. Berikutnya pada variabel X (bebas) diperoleh X_1 sebesar 0,249, X_2 sebesar 0,151, dan X_3 sebesar 0,207. Sehingga dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

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

$$Y = 5,756 + 0,249 X_1 + 0,151 X_2 + 0,207 X_3 + e$$

Dimana :

Y : Variabel Keputusan Pembelian

X_1 : Variabel Kualitas Produk

X_2 : Variabel Harga

X_3 : Variabel Lokasi

b : Koefisien Regresi

a : Konstanta

e : Error

Persamaan di atas dapat disimpulkan sebagai berikut ini :

- a) Angka konstanta diatas mempunyai angka positif yaitu 5,756 menunjukkan kualitas produk, harga, dan lokasi mempunyai nilai sebesar 0, maka dapat disimpulkan

⁶ Purbayu Budi Santosa dan Ashari, "Analisis Statistik dengan Microsoft Excel dan SPSS," 144.

- bahwa nilai keputusan pembelian konsumen muslim beras lokal sebesar 5,756.
- b) Nilai koefisien regresi linier berganda dari variabel kualitas produk (X_1) yaitu sebesar 0,249 menunjukkan bahwa pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen muslim beras lokal bernilai positif yang artinya jika kualitas produk naik 1% maka keputusan pembelian konsumen muslim beras lokal akan meningkat sebesar 0,249. Dan jika mengalami penurunan 1% maka variabel kualitas produk akan menyebabkan keputusan pembelian konsumen muslim beras lokal turun sebesar 0,249.
 - c) Nilai koefisien regresi linier berganda dari variabel harga (X_2) yaitu sebesar 0,151 menunjukkan bahwa pengaruh harga terhadap minat beli konsumen beras lokal bernilai positif yang artinya jika harga naik 1% maka keputusan pembelian konsumen muslim beras lokal akan meningkat sebesar 0,151. Dan jika mengalami penurunan 1% maka variabel harga akan menyebabkan keputusan pembelian konsumen muslim beras lokal turun sebesar 0,151.
 - d) Nilai koefisien regresi linier berganda dari variabel lokasi (X_3) yaitu sebesar 0,207 menunjukkan bahwa pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen muslim beras lokal bernilai positif yang artinya jika lokasi naik 1% maka minat beli konsumen beras lokal akan terjadi peningkatan sebesar 0,207. Dan jika apabila turun 1% maka variabel lokasi akan menyebabkan keputusan pembelian konsumen muslim beras lokal turun sebesar 0,207.
- 2. Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)**

Uji koefisiensi determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan suatu model dalam menerangkan variasi variabel dependen.⁷ Berikut disajikan data uji koefisiensi determinansi (R^2) yang diperoleh dari SPSS'21 antara lain sebagai berikut:

⁷ Imam Ghazali, "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19," 97-98.

Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.636 ^a	.404	.382	1.888

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

Sumber: Hasil SPSS'21 yang diolah, 2022

Berdasarkan pada tabel diatas menunjukkan nilai R (koefisien korelasi) sebesar 0,636. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antar variabel bebas dan variabel terikat karena nilai R mendekati 1. Sedangkan nilai R^2 (koefisien determinasi) sebesar 0,404 atau 40,4% keputusan pembelian konsumen muslim beras lokal di Toko Agung Lestari Desa Temulus dipengaruhi oleh kualitas produk, harga dan lokasi. Sedangkan sisanya 59,6% dipengaruhi oleh variabel bebas yang lain.

3. Uji t (Uji Parsial)

Uji t (uji parsial) dilakukan untuk menguji pengaruh variabel X (dependen) secara parsial terhadap variabel Y (independen), yang berarti bahwa harus menguji masing-masing pengaruh antara kualitas produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen muslim beras lokal. Cara melihatnya yaitu dengan melakukan perbandingan pada t hitung dengan t tabelnya. Untuk melihat t tabel digunakan derajat keabsahan (df) yang rumusnya yaitu $df = (n-k-1)$. Dimana k adalah variabel bebas dan n adalah banyak sampel.⁸ Jadi hasil $df = (84-3-1)$ menggunakan signifikansi 5%, dan diperoleh t tabel yaitu 1,990. Berikut data secara masing masing variabel yang perhitungannya menggunakan SPSS'21 diantaranya sebagai berikut:

a) Uji t (Parsial) Antara Kualitan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim.

Uji pengaruh secara parsial dengan uji t memakai hipotesis antara lain :

⁸ Duwi Priyanto, *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20* (Yogyakarta: Andi Offset,2012), 139.

H_a : Terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen muslim beras lokal.

H_0 : Tidak terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen muslim beras lokal.

Dasar pengambilan uji t berdasarkan perbandingan nilai t hitung dengan t tabel dan nilai signifikansi (sig.) antara lain sebagai berikut:

- 1) Jika t hitung lebih dari t tabel ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dan nilai signifikan kurang dari 0,05 ($< 0,5$) maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Artinya bahwa terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen muslim.
- 2) Jika t hitung kurang dari t tabel ($t_{hitung} < t_{tabel}$) dan nilai signifikan lebih dari 0,05 ($> 0,5$) maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya bahwa tidak terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen muslim.

Berikutnya diberikan hasil rekapitulasi uji t antara kualitas produk dengan minat beli konsumen yang berdasarkan hasil perhitungan dengan SPSS'21 sebagai berikut:

Tabel 4.19 Hasil Rekapitulasi Uji t Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim

Variabel X	Variabel Y	t hitung	t tabel	Nilai sig.	Kesimpulan
Kualitas Produk	Keputusan Pembelian	3,633	1,990	0,000	H_a diterima

Sumber: Hasil SPSS'21 yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa H_a diterima. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel bahwa hasil perhitungan menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,633 > 1,990$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya bahwa t hitung lebih dari t tabel dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 yang artinya bahwa H_a diterima. Maka dari itu dapat disimpulkan terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan

pembelian konsumen muslim beras lokal di Toko Agung Lestari.

b) Uji t (Parsial) Antara Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim

Uji pengaruh secara parsial dengan uji t memakai hipotesis antara lain :

H_a : Terdapat pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian konsumen muslim beras lokal.

H_0 : Tidak terdapat pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian konsumen muslim beras lokal.

Dasar pengambilan uji t berdasarkan perbandingan nilai t hitung dengan t tabel dan nilai signifikansi (sig.) antara lain sebagai berikut :

- 1) Jika t hitung lebih dari t tabel ($t_{hitung} > t_{tabel}$) dan nilai signifikan kurang dari 0,05 ($<0,5$) maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Artinya bahwa terdapat pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian konsumen muslim.
- 2) Jika t hitung kurang dari t tabel ($t_{hitung} < t_{tabel}$) dan nilai signifikan lebih dari 0,05 ($>0,5$) maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Berarti bahwa tidak ada pengaruh antara harga dengan keputusan pembelian konsumen muslim.

Selanjutnya disajikan hasil rekapitulasi uji t antara harga terhadap minat beli konsumen yang berdasarkan hasil perhitungan dengan SPSS'21 sebagai berikut:

Tabel 4.20 Hasil Rekapitulasi Uji t Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim

Variabel X	Variabel Y	t hitung	t tabel	Nilai sig.	Kesimpulan
Harga	Keputusan Pembelian	1,490	1,990	0,140	H_a ditolak

Sumber: Hasil SPSS'21 yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa H_a ditolak. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel bahwa

hasil perhitungan menunjukkan bahwa $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ yaitu $1,490 < 1,990$ dan nilai signifikansi sebesar $0,140 > 0,05$. Artinya bahwa $t \text{ hitung}$ kurang dari $t \text{ tabel}$ dan nilai signifikansi lebih dari $0,05$ yang artinya bahwa H_a ditolak. Maka dari itu dapat disimpulkan tidak terdapat pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian konsumen muslim beras lokal di Toko Agung Lestari.

c) Uji t (Parsial) Antara Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim

Uji pengaruh secara parsial dengan uji t memakai hipotesis antara lain :

H_a : Terdapat pengaruh antara lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen muslim beras lokal.

H_0 : Tidak terdapat pengaruh antara lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen muslim beras lokal.

Dasar pengambilan uji t berdasarkan perbandingan nilai $t \text{ hitung}$ dengan $t \text{ tabel}$ dan nilai signifikansi (sig.) anantara lain sebagai berikut:

- 1) Jika $t \text{ hitung}$ lebih dari $t \text{ tabel}$ ($t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$) dan nilai signifikan kurang dari $0,05$ ($<0,5$) maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Artinya bahwa terdapat pengaruh antara lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen muslim.
- 2) Jika $t \text{ hitung}$ kurang dari $t \text{ tabel}$ ($t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$) dan nilai signifikan lebih dari $0,05$ ($>0,5$) maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Berarti bahwa tidak ada pengaruh antara lokasi dengan keputusan pembelian konsumen muslim.

Selanjutnya disajikan hasil rekapitulasi uji t antara lokasi terhadap minat beli konsumen yang berdasarkan hasil perhitungan dengan SPSS'21 sebagai berikut:

Tabel 4.21 Hasil Rekapitulasi Uji t Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim

Variabel X	Variabel Y	t hitung	t tabel	Nilai sig.	Kesimpulan
Lokasi	Keputusan Pembelian	2,770	1,990	0,007	H_a diterima

Sumber: Hasil SPSS'21 yang diolah, 2022

Pada tabel tersebut menunjukkan bahwa H_a diterima. Hal tersebut dapat diketahui bahwa hasil perhitungan menunjukkan bahwa t hitung $>$ t tabel yaitu $2,770 > 1,990$ dan nilai signifikansi sebesar $0,007 < 0,05$. Artinya bahwa t hitung lebih dari t tabel dan nilai signifikansi kurang dari $0,05$ yang artinya bahwa H_a diterima. Maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh antara lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen muslim beras lokal di Toko Agung Lestari.

4. Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan untuk menguji pengaruh variabel independen (Y) secara bersamaan (simultan) dengan variabel dependen (X) dari suatu persamaan regresi memakai hipotesis statistik, yang berarti bahwa pada uji f ini untuk menguji pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi secara bersama – sama terhadap keputusan pembelian konsumen muslim. Cara melihatnya yaitu dengan cara melaksanakan perbandingan pada F hitung dengan F tabelnya. Untuk mencari F tabel menggunakan rumus $df = (k; n-k)$. Dimana k adalah variabel bebas dan n adalah banyak sampel.⁹ Jadi hasil $df = (3;84-3)$, $(3;81)$ dan diperoleh F tabel yaitu $2,72$. Pada uji F atau uji simultan ini memakai hipotesis berikut ini :

H_a : Terdapat pengaruh secara bersama – sama antara kualitas produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen muslim.

H_0 : Tidak terdapat pengaruh secara bersama – sama antara kualitas produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen muslim

Dasar pengambilan uji F atau uji simultan berdasarkan perbandingan nilai F hitung dengan F tabel dan nilai signifikansi (sig.) sebagaimana berikut ini :

- a) Jika nilai F hitung lebih dari F tabel (F hitung $>$ F tabel) dan nilai signifikan kurang dari $0,05$ ($<$ $0,05$) maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Artinya bahwa terdapat pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi secara bersamaan terhadap keputusan pembelian konsumen muslim.

⁹ Duwi Priyanto, “Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20,” 137 – 138.

- b) Jika nilai F hitung kurang dari F tabel ($F_{hitung} < F_{tabel}$) dan nilai signifikan kurang dari 0,05 ($> 0,05$) maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya bahwa tidak terdapat pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi secara bersamaan terhadap keputusan pembelian konsumen muslim.

Berikutnya diberikan hasil rekapitulasi uji F sesuai hasil perhitungan dengan SPSS'21 sebagai berikut:

Tabel 4.22 Hasil Rekapitulasi Uji F (Simultan)

Variabel Y	Variabel X	F hitung	F tabel	Nilai sig.	Kesimpulan
Keputusan Pembelian	1. Kualitas produk 2. Harga 3. Lokasi	18,111	2,72	0,000	H_a diterima

Sumber : Hasil SPSS'21 yang diolah, 2022

Pada tabel tersebut menunjukkan bahwa H_0 diterima. Hal ini didapatkan melalui hasil perhitungan yang melihat bahwa nilai F hitung $> F$ tabel sebesar $18,111 > 2,72$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Sesuai dasar pengambilan keputusan bahwa jika nilai F hitung $> F$ tabel dan nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi secara bersamaan terhadap keputusan pembelian konsumen muslim beras lokal di Toko Agung Lestari.

G. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Beras Lokal di Toko Agung Lestari Desa Temulus

Dari data penelitian yang sudah dilakukan diatas maka bisa dikatakan bahwa pada variabel kualitas produk (X1) memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen muslim (Y). Dengan hasil uji statistik yang sudah dilaksanakan terbukti bahwa kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen muslim beras lokal di Toko Agung Lestari Desa Temulus mempunyai nilai t hitung $> t$ tabel sebesar $3,663 > 1,990$ dan mempunyai nilai signifikan

0,000 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 di tolak dan H_a diterima yang artinya bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen muslim beras lokal di Toko Agung Lestari Desa Temulus.

Selanjutnya nilai koefisien regresi pada variabel kualitas produk (X_1) sebesar 0,249. Hal ini menyatakan bahwa besarnya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen muslim bernilai positif. Maksudnya jika kualitas produk meningkat 1% maka keputusan pembelian konsumen muslim akan mengalami peningkatan sebesar 0,249. Dan jika ada penurunan sebesar 1% maka variabel kualitas produk akan menyebabkan keputusan pembelian konsumen muslim turun sebesar 0,249.

Dari data hasil penelitian tersebut dapat dibilang bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen muslim. Variabel kualitas produk ini merupakan suatu keadaan dimana produk bernilai baik sesuai standart yang sudah ditentukan oleh suatu usaha. Jika semakin baik standart yang ditentukan maka semakin berkualitas suatu produk. Dimana produk yang berkualitas pasti banyak dicari oleh konsumen, karena konsumen menginginkan kepuasan dari kualitas produk tersebut.

Pada hasil penelitian ini, dapat diartikan bahwa masyarakat sekitar daerah maupun luar daerah Desa Temulus sangat mengutamakan kualitas produk ketika mereka memutuskan membeli beras lokal di Toko Agung Lestari. Hal tersebut dikarenakan kualitas produk di toko dapat diandalkan kualitasnya dan mempunyai banyak variasi beras lokal yang sejenis dengan harga yang beragam sesuai dengan kebutuhan konsumen. Dan hal ini yang menjadi salah satu pengaruh keputusan membeli bagi konsumen yang ada di daerah Toko Agung Lestari Desa Temulus tersebut. Sehingga dalam penelitian ini melihat hasil bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen muslim di Toko Agung Lestari Desa Temulus.

Hasil tersebut sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang dibuat oleh Robert Gain yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Konsumen *VODKASODA SHIRT*".¹⁰ Dari penelitian ini melihat bahwa kualitas produk sangat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen muslim. Hal tersebut juga dikuatkan dari hasil penelitian dari Diovany Tirtana dan Anis Turmidi yang berjudul "Promosi Online, Persepsi Harga dan Kualitas Produk Pada Keputusan Pembelian di Masa Pandemi Covid 19". Dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen muslim.¹¹

2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Beras Lokal di Toko Agung Lestari Desa Temulus

Dari data penelitian yang sudah dilakukan diatas didapatkan hasil bahwa pada variabel harga (X₂) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen muslim (Y). Dengan hasil uji statistik yang sudah dilaksanakan terbukti bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen muslim beras lokal di Toko Agung Lestari Desa Temulus memiliki nilai t hitung < t tabel sebesar 1,490 < 1,990 dan mempunyai nilai signifikan 0,140 > 0,05. Hal ini melihat bahwa H₀ diterima dan H_a ditolak yang artinya bahwa secara parsial harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen muslim beras lokal di Toko Agung Lestari Desa Temulus.

Selanjutnya nilai koefisien regresi pada variabel harga (X₂) sebesar 0,151. Hal ini menyatakan bahwa besarnya pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen muslim bernilai positif, yang artinya apabila harga meningkat 1% maka keputusan pembelian konsumen muslim akan meningkat sebesar 0,151. Dan apabila mengalami penurunan sebesar 1% maka variabel harga akan menurunkan keputusan pembelian konsumen muslim sebesar 0,151.

Dengan data hasil penelitian tersebut dapat dikatakan bahwa variabel harga tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan bagi keputusan pembelian konsumen muslim.

¹⁰ Robert Gain, dkk, "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Vodkasoda Shirt," 142.

¹¹ Diovany Tirtana dan Anis Turmudhi, "Promosi Online, Persepsi Harga dan Kualitas Produk Pada Keputusan Pembelian di Masa Pandemi Covid 19," 214.

Karena harga merupakan nilai yang dibayarkan konsumen kepada produsen agar memperoleh suatu produk. Harga sangat penting, karena harga mempengaruhi jumlah penjualan yang dilakukan agar mendapat uang yang diperoleh, dengan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk membeli suatu produk.

Pada hasil penelitian dapat dikatakan bahwa masyarakat daerah maupun luar daerah Desa Temulus tidak terlalu mengutamakan harga ketika mereka memutuskan untuk membeli beras lokal di Toko Agung Lestari tersebut. Hal ini dikarenakan menurut beberapa konsumen yang membeli beras lokal yang saya wawancarai mengatakan bahwa beras merupakan makanan pokok sehari-hari dan menjadi kebutuhan setiap hari jadi berapapun harga beras maka mereka akan tetap membelinya. Karena mayoritas penduduk Indonesia memiliki kebiasaan apabila mereka belum mengkonsumsi nasi maka mereka merasa belum makan, padahal sudah mengkonsumsi karbohidrat yang lain atau makanan yang lainnya. Dari pemikiran tersebut dapat disimpulkan bahwa mereka akan membeli beras lokal berapapun harganya dengan mengutamakan kualitas produk. Sehingga didalam penelitian ini melihat bahwa harga tidak berpengaruh bagi keputusan pembelian konsumen muslim beras lokal di Toko Agung Lestari Desa Temulus.

Hasil tersebut sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sarah Luthfiyyah Anjani, Yuliniar, dan Alfida Aziz yang berjudul “Pengaruh *Brand Image*, Promosi, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut di Mas Pandemi Covid 19)”. Pada penelitian ini melihat bahwa harga tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen muslim.¹²

3. Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Beras Lokal di Toko Agung Lestari Desa Temulus

Dari data penelitian yang sudah dilakukan diatas maka bisa dikatakan bahwa pada variabel lokasi (X3) memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen muslim

¹² Sarah Luthfiyyah Anjani, Yuliniar, dan Alfida Aziz, “Pengaruh *Brand Image*, Promosi, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut di Mas Pandemi Covid 19),” 850.

(Y). Dengan hasil uji statistik yang sudah dilaksanakan terbukti bahwa lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen muslim beras lokal di Toko Agung Lestari Desa Temulus mempunyai nilai t hitung $> t$ tabel sebesar $2,770 > 1,990$ dan mempunyai nilai signifikan $0,007 < 0,05$. Hal ini melihat bahwa H_0 di tolak dan H_a diterima yang artinya bahwa secara parsial lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen muslim beras lokal di Toko Agung Lestari Desa Temulus.

Selanjutnya nilai koefisien regresi pada variabel lokasi (X3) sebesar 0,207. Hal ini melihat bahwa besarnya pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen muslim bernilai positif, yang dapat diartikan jika lokasi meningkat 1% maka keputusan pembelian konsumen muslim akan meningkat sebesar 0,207. Dan apabila mengalami penurunan sebesar 1% maka variabel kualitas produk akan menurunkan keputusan pembelian konsumen muslim sebesar 0,207.

Data hasil penelitian yang sudah dilakukan maka dapat dikatakan variabel lokasi mempunyai pengaruh positif dan signifikan bagi keputusan pembelian konsumen muslim. Variabel lokasi ini adalah tempat dimana sebuah usaha melakukan proses produksi dan penjualan produk kepada konsumen secara langsung. Maka dari itu pilihlah lokasi yang strategis agar konsumen mudah menjangkaunya. Karena konsumen sebelum membeli biasanya konsumen akan melihat terlebih dahulu keterjangkauan lokasi yang dia butuhkan. Dalam hal ini pemilik Toko Agung Lestari Desa Temulus harus bisa menerapkan kebijakan lokasi yang terjangkau dan strategis sesuai dengan kebutuhan konsumen. Sehingga lokasi Toko Agung Lestari Desa Temulus mempunyai lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen karena lokasinya berada di pinggir jalan, lokasi Toko Agung Lestari memiliki akses yang sangat lancar sehingga konsumen merasa aman ketika berbelanja di Toko Agung Lestari, lokasi Toko Agung Lestari sangat mudah dicari karena lokasinya terdapat di depan masjid Baiturrahman Desa Temulus, Toko Agung Lestari memiliki lahan parkir yang cukup luas dan aman sehingga mempermudah konsumen dalam menempatkan kendaraan dan Toko Agung Lestari ini memiliki lingkungan masyarakat yang sangat aman dan ramah.

Dengan adanya lokasi yang terjangkau dan strategis, konsumen akan merasa puas dan akan terus menerus berbelanja apabila lokasi memiliki lingkungan yang aman dan ramah, terbebas dari kemacetan, akses menuju lokasi sangat lancar, dan lokasi mudah ditemukan konsumen untuk menuju ke Toko Agung Lestari Desa Temulus tersebut. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa pada penelitian sekarang ini melihatkan hasil bahwa lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan bagi keputusan pembelian konsumen muslim beras lokal di Toko Agung Lestari Desa Temulus.

Untuk memperkuat hasil diatas berikut beberapa hasil penelitian terdahulu yang relevan. Hasil penelitian yang dibuat oleh Kiki Dwi Wijayanti yang berjudul “Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Apartment Bailey’s City di Ciputat”. Penelitian ini menyatakan bahwa lokasi sangat berpengaruh secara positif dan signifikan bagi keputusan pembelian konsumen muslim. Pengaruh pada lokasi bagi keputusan pembelian konsumen muslim sebesar 0,415 yang berarti tinggi rendahnya keputusan pembelian konsumen muslim adalah 41,5% yang dipengaruhi langsung oleh harga dan sisanya 50,2% dipengaruhi oleh variabel lain.¹³

4. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Beras Lokal di Toko Agung Lestari Desa Temulus

Pada penelitian ini perhitungannya menggunakan SPSS’21, yang didapatkan hasil persamaan regresi linier berganda mempunyai nilai konstanta sebesar 5,756 dapat diartikan bahwa jika variabel kualitas produk, harga dan lokasi dianggap konstan, maka keputusan pembelian konsumen muslim akan meningkat sebesar 5,756. Hal ini berarti bahwa kualitas produk, harga dan lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen muslim. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa semakin meningkat variabel kualitas produk, harga dan lokasi maka semakin meningkat pula keputusan pembelian konsumen muslim beras lokal di Toko Agung Lestari Desa Temulus tersebut.

¹³ Kiki Dwi Wijayanti,dkk, “Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Apartment Bailey’s City di Ciputat,” 242.

Selanjutnya dilihat dari nilai *R Square* pada penelitian ini sebesar 0,404. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X1), harga (X2) dan lokasi (X3) keputusan pembelian konsumen muslim (Y) beras lokal di Toko Agung Lestari Desa Termulus dipengaruhi sebesar 40,4%, sedangkan sisanya 59,6% dipengaruhi oleh variabel lain.

Sedangkan pada hasil uji F (simultan) yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel independent secara bersama sama terhadap variabel dependen. Berdasarkan perhitungan dengan SPSS'21 menunjukkan hasil bahwa nilai F hitung > F tabel sebesar $18,111 > 2,72$ dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa penelitian ini terdapat pengaruh antara kualitas produk, harga dan lokasi secara bersama – sama terhadap keputusan pembelian konsumen muslim beras lokal di Toko Agung Lestari Desa Temulus.

Hal ini sesuai dengan teori tentang keputusan pembelian adalah emosional yang dapat terbangun antara pembeli dan penjual, dimana pembeli akan memutuskan penggunaan produk maupun layanan yang sudah ditambahkan nilai lebih dari produk-produk tersebut. Dalam pernyataan tersebut diartikan sebagai keputusan yang telah diambil merupakan keputusan konsumen dalam memilih suatu produk atau jasa. Dimana keputusan yang telah dipilih tersebut merupakan kunci keberlangsungan silus bisnis. Maka dari itu, beras lokal yang tersedia di Toko Agung Lestari mempunyai kualitas produk yang bagus dan terjamin, mempunyai harga yang terjangkau, dan lokasi toko yang sangat mudah ditemukan. Hal ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas produk, harga dan lokasi secara bersama – sama terhadap keputusan pembelian konsumen muslim beras lokal di Toko Agung Lestari Desa Temulus.

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini memperkuat penenelitian terdahulu yang dilakukan oleh Bagus Riski yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Label Halal, Harga Jual Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim (Studi Kasus Pada Cemilan Makanan Olahan UD. Rezeki Baru Kecamatan Medan Denai)”. Pada penelitian ini menggunakan variabel independent yaitu kualitas produk, label halal, harga jual dan variabel dependent yaitu keputusan pembelian konsumen muslim. Hal ini

menunjukkan bahwa kualitas produk, label halal, harga jual secara bersamaan berpengaruh signifikan bagi keputusan pembelian konsumen muslim.¹⁴



¹⁴ Bagus Rizki, Nurlaila Harahap, dan M.Ridwan, “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Label Halal, Harga Jual Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim (Studi Kasus Pada Cemilan Makanan Olahan UD. Rezeki Baru Kecamatan Medan Denai,” 172.