

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil Penelitian

#### 1. Gambaran Objek Penelitian

- a. Sejarah Lahirnya Batik Tawungsari di Desa Tawangrejo, Kecamatan Winong, Kabupaten Pati

Batik diindetikkan dengan kain tradisional Nusantara. Batik adalah kerajinan asli yang bisa dijumpai di berbagai wilayah Indonesia. Lembaran kain batik tidak hanya merepresentasikan identitas budaya lokal namun juga mendeskripsikan asal-usul suatu daerah.

Batik tulis Tawungsari merupakan produk batik yang dikembangkan Ibu Yuli Astuti, warga Desa Tawangrejo, Kecamatan Winong, Kabupaten Pati. Masyarakat Desa Tawangrejo rata-rata berprofesi sebagai petani, Sebagian diantaranya juga berprofesi sebagai TKI.

Awal mula berdirinya batik tulis Tawungsari ini adalah dari pelatihan PKBM (Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat) Parang Garuda di Desa Tawangrejo Kecamatan Winong Kabupaten Pati di akhir tahun 2016. Dikarenakan guru pelatihan batik tersebut juga menyemangati akhirnya dibentuklah kelompok usaha batik Tawungsari. Seiring dengan berjalannya waktu dan karena sudah dikenal oleh beberapa orang, kelompok usaha batik Tawungsari menjadi binaan Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Pati. Dari situlah kemudian diadakan berbagai pelatihan. Tidak hanya pelatihan secara fisik namun juga pelatihan mengenai manajemen. Kelompok usaha batik Tawungsari juga mengikuti pelatihan oleh DISDAGPERIN (Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Pati), DISPERMADES (Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa), BALATKOP (Balai Pelatihan Koperasi), BLK (Balai Latihan Kerja). Semua pelatihan membuat tersebut diikuti dan akhirnya berkembang sampai sekarang.<sup>1</sup>

Batik Tulis Tawungsari atau yang lebih dikenal dengan BTS didirikan oleh Ibu Yuli Astuti pada awal tahun 2017 karena dorongan dari teman-temannya untuk mulai membuka usaha batik tulis sendiri. Omzet batik Tawungsari bisa

---

<sup>1</sup> Yuli Astuti, wawancara oleh penulis, 1 Juli, 2022.

dikatakan mencapai hasil yang besar dengan harga jual per potong dengan ukuran 2 meter kisaran Rp.150.000,00 hingga Rp.1.000.000,00 ke atas. Batik Tulis Tawungsari merupakan usaha perorangan yang berlokasi di Desa Tawangrejo Kecamatan Winong Kabupaten Pati.

Batik Tulis Tawungsari (BTS) terkenal dengan batik Menara masjid yang terdapat di Desa Tawangrejo. Batik Tawungsari merupakan karya asli dari warga Desa Tawangrejo. Batik Tulis Tawungsari diproduksi secara terbatas karena masih minimnya warga yang memiliki kemampuan untuk memproduksi batik tulis.

Ibu Yuli mempromosikan produknya baik di desa sendiri, Kota Pati, Semarang, Jakarta dan di kota-kota lainnya. Batik tulis asli Desa Tawangrejo telah dipromosikan lewat ajang pameran yang diselenggarakan di beberapa daerah. Promosi tersebut bertujuan juga untuk mempertahankan dan melestarikan budaya lokal. Tidak hanya menggunakan promosi dan pameran untuk memperkenalkan batiknya, Ibu Yuli juga aktif untuk memberikan pelatihan membatik lewat Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) di Desa Tawangrejo Kecamatan Winong Kabupaten Pati maupun di daerah yang lain yang dibuka dua tahun sekali.

Masuk pada awal tahun 2020 Ibu Yuli resmi membangun usaha batik tulis ini sendiri dikarenakan ada beberapa perbedaan pendapat yang menyebabkan satu persatu orang di dalam kelompok batik tersebut akhirnya mengundurkan diri. Namun, karena Ibu Yuli sudah memulai usaha dari nol semangat untuk membatik tidak pernah luntur namun sebaliknya, batik tulis Tawungsari dapat berkembang sampai sekarang dan Ibu Yuli terus mengembangkan keahlian dalam hal membatik dengan mengikuti beraneka pelatihan untuk menunjang kualitas sumber daya manusia dalam mengasah keterampilan sehingga usahanya semakin maju dan terkenal di kalangan masyarakat luas.<sup>2</sup>

b. Letak Geografis

Batik Tawungsari terletak di Desa Tawangrejo Kecamatan Winong Kabupaten Pati. Dengan luas seluruh wilayah 244,793 Ha. Berikut letak batas-batas desanya secara geografis:

---

<sup>2</sup> Yuli Astuti, wawancara oleh penulis, 1 Juni, 2022.

- 1) Sebelah utara merupakan desa Sumbermulyo.
  - 2) Sebelah selatan merupakan desa Mintorahayu.
  - 3) Sebelah barat merupakan desa Soko.
  - 4) Sebelah timur merupakan desa Klecoregonang.
- c. Visi dan Misi Batik Tawungsari
- 1) Visi  
Menjadikan Kota Pati sebagai sentra industri batik Pati.
  - 2) Misi
    - a) Menjadikan batik menjadi wirausaha yang profesional dan berkarakter.
    - b) Memperkuat jejaring dan melakukan kerjasama dengan instansi pemerintah serta stage holder lain untuk meningkatkan branding dan pemasaran.
    - c) Meningkatkan kesejahteraan pelaku batik serta membantu pemerintah dalam penciptaan lapangan pekerjaan, akses penguatan modal serta sumber daya manusia.
- d. Tujuan Batik Tawungsari
- 1) Meningkatkan kualitas dan kuantitas peminat batik hingga meningkatkan penjualan yang berdampak pada kesejahteraan.
  - 2) Meningkatkan branding dan mengikuti perkembangan motif batik yang diminati pecinta batik lokal, nasional dan internasional.
  - 3) Memberikan pelayanan yang baik bagi pecinta batik, selalu berinovasi serta menjaga kualitas yang baik sehingga terjalin kepercayaan dan kerjasama antara produsen dan pecinta batik.<sup>3</sup>
- e. Struktur Kepengurusan Batik Tawungsari
- |            |  |
|------------|--|
| Ketua      | : Yuli Astuti                              |
| Sekretaris | : Wiwik Fitriatun                          |
| Bendahara  | : Eni Mewati                               |
| Anggota    | : Listiani Indri Astuti<br>Wiwit Indriyani |
- f. Motif Batik Tulis Tawungsari
- Terdapat beberapa motif yang menjadi ciri khas dari batik tulis Tawungsari diantaranya sebagai berikut:

---

<sup>3</sup> Hasil Dokumentasi Batik Tawungsari, *Company Profile Ukm Batik Tawungsari Pati*, pada tanggal 1 Juli 2022.

- 1) Motif Babatan  
 Motif babatan melambangkan kuat, tegar dan kokoh sebagai tameng.
  - 2) Motif Liribang  
 Dengan adanya motif liribang, diharapkan orang yang memakainya dapat melambangkan kesabaran, ketenaran, keindahan, kecantikan dan kebahagiaan serta kemurnian cinta dan kasih.
  - 3) Motif Mahena  
 Motif mahena melambangkan kebahagiaan. Adanya motif mahena ini diharapkan pemakainya mendapatkan kebahagiaan yang sempurna.
  - 4) Motif Menara Dodo Peksi  
 Motif Menara dodo peksi berkisah mengenai menara tertua yang terdapat di Kabupaten Pati yang merupakan peninggalan dari waliyullah Cungkung Gambiran sedangkan dodo peksi adalah penyangga di menara di bagian tengah masjid.
  - 5) Motif Pucuan  
 Motif pucuan melambangkan ayam. Dalam Bahasa jawa berarti teduh atau melindungi. Adanya motif pucuan diharapkan orang yang memakainya memiliki jiwa yang ayam.
  - 6) Motif Randu Alas  
 Motif randu alas melambangkan kekokohan dan kekuatan.
  - 7) Motif Rumpun Bambu  
 Motif rumpun bambu melambangkan kehidupan yang selalu ingat bahwa kehidupan itu harus dinamis. Tidak mudah menyerah, kuat, tegar dan lentur. Tidak lupa selalu ingat Yang Maha Kuasa.
  - 8) Motif Soga Kupu  
 Motif soga kupu melambangkan kelahiran dan cinta harapan.
  - 9) Motif Tiga Rasa  
 Motif tiga rasa melambangkan bahwa hidup itu beraneka ragam dan butuh perjuangan.
- g. Gambaran Responden  
 Dalam penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti tentang dampak harga, kualitas produk serta inovasi produk terhadap keputusan pembelian batik tulis Tawungsari, peneliti

melakukan penyebaran kuesioner melewati google form dengan 97 responden yang merupakan konsumen yang pernah membeli batik tulis Tawungsari.

Berikut adalah beberapa identitas responden yang telah berkontribusi dalam pengisian kuesioner dengan karakteristik yang telah ditetapkan.

1) Responden Berdasarkan Gender

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

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	24	23,6%
Perempuan	73	76,4%
<b>Jumlah</b>	<b>97</b>	<b>100,0%</b>

Sumber : *Data primer yang diolah, 2022.*

Berdasarkan Tabel 4.1 bisa diketahui jika hasil penelitian selaras dengan pengisian kuesioner yang memperlihatkan total keseluruhan responden sebanyak 97 partisipan. Responden yang merupakan konsumen batik tulis Tawungsari yang bergender laki-laki sebanyak 24 partisipan dengan persentase sebesar 23,6% sedangkan responden yang bergender perempuan berjumlah 73 partisipan dengan persentase sebanyak 76,4%.

2) Responden Berdasarkan Usia

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

Usia	Frekuensi	Presentase
<25 tahun	37	38,1%
25-30 tahun	27	27,9%
>30 tahun	33	34,0%
<b>Jumlah</b>	<b>97</b>	<b>100,0%</b>

Sumber : *Data primer yang diolah, 2022.*

Berdasarkan tabel 4.2 bisa disimpulkan jika hasil penelitian selaras dengan pengisian kuesioner yang menunjukkan total keseluruhan dari responden sebanyak 97 partisipan. Responden yang menjadi konsumen batik tulis Tawungsari yang usia kurang dari 25 tahun berjumlah 37 orang dengan persentase sebanyak 38,1%, responden yang usia 25-30 tahun berjumlah 27 orang dengan persentase

sebanyak 27,9% dan responden yang usia di atas 30 tahun sebanyak 33 orang dengan persentase sebesar 34,0%.

3) Responden Berdasarkan Pekerjaan

**Tabel 4.3**  
**Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
Pelajar/Mahasiswa	29	29,7%
Wiraswasta	29	29,7%
Guru	18	18,8%
Ibu Rumah Tangga	13	12,9%
Pegawai	8	8,9%
<b>Jumlah</b>	<b>97</b>	<b>100,0%</b>

Sumber : *Data primer yang diolah, 2022.*

Berdasarkan Tabel 4.3 bisa diartikan jika hasil penelitian selaras dengan pengisian kuesioner yang memperlihatkan total keseluruhan responden sebanyak 97 partisipan. Responden yang merupakan konsumen batik tulis Tawungsari yang berstatus pelajar/mahasiswa sebanyak 29 partisipan dengan persentase sebesar 29,7%, responden yang berstatus pekerja wiraswasta sebanyak 29 partisipan dengan persentase sebesar 29,7%, responden yang berstatus pekerja guru sebanyak 18 partisipan dengan presentase sebesar 18,8%, responden yang berstatus sebagai ibu rumah tangga sebanyak 13 partisipan dengan presentase sebesar 12,9% dan responden berstatus pegawai sebanyak 8 orang dengan persentase sebesar 8,9%.

2. Analisis Data

a. Uji Validitas

Angket merupakan salah satu cara untuk memperoleh jawaban dari beberapa pernyataan yang dilontarkan kepada responden dengan tujuan untuk mengetahui tingkat validitas suatu pernyataan. Angket dikatakan valid jika nilai  $r_{hitung}$  nya lebih besar daripada  $r_{tabel}$  nya. Peneliti mendapatkan nilai  $r_{hitung}$  dari olah data spss dan  $r_{tabel}$  didapatkan dari tabel koefisien korelasi sederhana dengan formula  $df = (N-2)$ . Nilai  $df$  pada penelitian ini adalah  $97-2 = 95$  dengan alpha sebanyak 0,05 yang diketahui  $r_{tabel}$  nya yaitu 0,1996. Di bawah ini merupakan hasil dari tiap-tiap uji validitas terhadap variabel.



**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Validitas pada Variabel Harga (X1)**

Variabel	Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Harga (X1)	1	0,748	0,1996	Valid
	2	0,664	0,1996	Valid
	3	0,699	0,1996	Valid
	4	0,661	0,1996	Valid

Sumber Data: *Output SPSS yang diolah, 2022.*

Dapat dilihat pada tabel 4.4 yang memperlihatkan jika semua item pernyataan pada variabel harga nilai  $r_{hitung}$  nya mempunyai nilai yang lebih besar daripada  $r_{tabel}$  nya di mana  $r_{tabel}$  nya mempunyai nilai 0,1996, sehingga semua item pernyataan yang berkaitan dengan variabel harga dikatakan valid.

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Validitas pada Variabel Kualitas Produk (X2)**

Variabel	Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Kualitas Produk (X2)	1	0,641	0,1996	Valid
	2	0,662	0,1996	Valid
	3	0,732	0,1996	Valid
	4	0,733	0,1996	Valid
	5	0,528	0,1996	Valid

Sumber Data: *Output SPSS yang diolah, 2022.*

Dapat dilihat pada tabel 4.5 yang memperlihatkan jika semua item pernyataan pada variabel kualitas produk nilai  $r_{hitung}$  nya mempunyai nilai yang lebih besar daripada  $r_{tabel}$  nya di mana  $r_{tabel}$  nya mempunyai nilai 0,1996, sehingga semua item pernyataan yang berkaitan dengan variabel kualitas produk dinyatakan valid.

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Validitas pada Variabel Inovasi Produk (X3)**

Variabel	Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Inovasi Produk (X3)	1	0,758	0,1996	Valid
	2	0,748	0,1996	Valid
	3	0,746	0,1996	Valid
	4	0,647	0,1996	Valid
	5	0,664	0,1996	Valid

Sumber Data: *Output SPSS yang diolah, 2022.*

Dapat dilihat pada tabel tabel 4.6 yang memperlihatkan jika semua item pernyataan pada variabel inovasi produk nilai  $r_{hitung}$  nya mempunyai nilai yang lebih besar daripada  $r_{tabel}$  nya di mana  $r_{tabel}$  nya mempunyai nilai 0,1996, sehingga semua item pernyataan yang berkaitan dengan variabel inovasi produk dikatakan valid.

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)**

Variabel	Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Keputusan Pembelian (Y)	1	0,590	0,1996	Valid
	2	0,702	0,1996	Valid
	3	0,661	0,1996	Valid
	4	0,774	0,1996	Valid

Sumber Data: *Output SPSS yang diolah, 2022.*

Dapat dilihat pada tabel 4.7 yang menunjukkan bahwa semua item pernyataan pada variabel keputusan pembelian nilai  $r_{hitung}$  nya mempunyai nilai yang lebih besar daripada  $r_{tabel}$  nya di mana  $r_{tabel}$  nya mempunyai nilai 0,1996, sehingga semua item pernyataan yang berkaitan dengan variabel keputusan pembelian dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu kemampuan guna mengukur sejauh mana hasil konsistensi dari jawaban responden untuk mengetahui keakuratannya. Apabila jawaban responden akurat dan tepat maka hasil yang akan didapatkan juga reliabel. Berikut adalah hasil uji reliabilitas yang didapatkan oleh peneliti.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	N of Item	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Harga	4 item	0,671	Reliabel
Kualitas Produk	5 item	0,673	Reliabel
Inovasi Produk	5 item	0,790	Reliabel
Keputusan Pembelian	4 item	0,631	Reliabel



Sumber Data: *Output SPSS yang diolah, 2022.*

Variabel penelitian bisa dikatakan reliabel apabila mempunyai *cronbach's alpha* minimal 0,60 atau  $> 0,60$  dan sebaliknya apabila variabel penelitian skor *cronbach's alphanya*  $< 0,60$  maka dinyatakan tidak reliabel. Bisa dilihat di tabel 4.8 jika semua variabel penelitian memiliki skor *cronbach's alpha* lebih dari 0,60. Maka variabel harga, kualitas produk, inovasi produk serta keputusan bisa dinyatakan reliabel.

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas dapat dilakukan dengan beberapa metode diantaranya menggunakan metode histogram residual, *probability plot* dan *kolmogorov-smirnov*. Namun dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode *kolmogorov-Smirnov* di mana nilai probabilitas  $> 0,05$  maka data distribusi memiliki nilai normal. Namun, jika nilai probabilitas  $< 0,05$  maka data tidak berdistribusi normal.

Di bawah ini berupa hasil uji normalitas dengan menggunakan metode *kolmogorov-smirnov*.

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Normalitas pada Kolmogorov-Smirnov**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0
	Std. Deviation	1.90467059
Most Extreme Differences	Absolute	0.05
	Positive	0.046
	Negative	-0.05
Test Statistic		0.05
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber Data: *Output SPSS yang diolah, 2022.*

Melalui tabel 4.9 diketahui jika nilai signifikansi adalah  $0,200 > 0,05$ . Maka hal ini bisa dikatakan bahwa data tersebut memiliki distribusi normal.

2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan guna mengetahui apakah di dalam model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas (variabel 57ndependent). Untuk mengetahui suatu data bisa dikatakan multikolinieritas yaitu dengan memperhatikan nilai *tolerance* serta nilai *variance inflantion factor* (VIF). Apabila skor *tolerance* < 0,10 serta skor VIF > 10 maka terjadi multikolinearitas.

Di bawah ini adalah hasil uji multikolinearitas yang dilakukan oleh peneliti.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Model		Coefficients <sup>a</sup>						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.262	1.684		0.749	0.455		
	Harga	0.345	0.115	0.305	2.99	0.004	0.566	1.77
	Kualitas Produk	0.308	0.085	0.353	3.622	0	0.619	1.62
	Inovasi Produk	0.124	0.086	0.135	1.442	0.153	0.676	1.48

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber Data: *Output SPSS yang diolah, 2022.*

Pada tabel 4.10 bisa diketahui jika semua variabel bebas yang terdiri dari harga, kualitas produk serta inovasi produk memiliki skor *tolerance* lebih dari 0,10 serta mempunyai skor VIF kurang dari 10. Dengan begitu, multikolinearitas pada penelitian ini tidak terjadi dan dianggap mempunyai model regresi yang baik.

3) Uji Heterokedastisitas

Dilakukannya uji ini memiliki tujuan guna menguji apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual pengamatan satu ke residual pengamatan lainnya di dalam model regresi. Data yang residual pengamatan satu ke

residual pengamatan lainnya berbeda dari varian maka terjadi heterokedastisitas. Sebaliknya apabila data yang residual pengamatan satu ke residual pengamatan lainnya tetap pada variannya maka data tersebut bebas dan aman dari terjadinya heterokedastisitas. nilainya tetap disebut dengan homokedastisitas. Data yang mempunyai nilai tetap disebut homokedastisitas.

Peneliti memakai metode glejser melalui cara meregresikan variabel independen dengan nilai absolut dari residualnya. Untuk mengetahui terjadinya heterokedastisitas atau tidak bisa dilihat pada nilai *p value* (sig). Apabila nilai *p value* (sig) di bawah 0,05 maka terdapat gejala terjadinya heterokedastisitas. Kemudian apabila nilai *p value* (sig) lebih dari 0,05 maka model regresi tidak mengandung atau terjadi heterokedastisitas.

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Glejser**

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.017	1.04		0.978	0.331
	Harga	-0.039	0.071	-0.07	-0.543	0.589
	Kualitas Produk	0.067	0.053	0.167	1.279	0.204
	Inovasi Produk	-0.011	0.053	-0.03	-0.203	0.84

a. Dependent Variable: Abs\_RES

Sumber Data: *Output SPSS yang diolah, 2022.*

Pada tabel 4.11 yang menunjukkan jika semua nilai signifikansi pada variabel bebas yang terdiri dari harga yang mempunyai nilai signifikansi 0,589, kualitas produk yang mempunyai nilai signifikansi 0,204 dan inovasi produk yang mempunyai nilai signifikansi 0,840 berada di atas 0,05. Sehingga bisa dikatakan tidak terjadi heterokedastisitas. Dari kedua metode yang telah dipakai maka penelitian ini memang benar tidak terjadi masalah heterokedastisitas.

d. Uji Statistik

Teknik uji *negative* yang dilakukan dalam penelitian ini yakni memakai *negative* analisis inferensial yang memiliki

tujuan guna mengetahui pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat. Di bawah ini beberapa uji 59egative59 yang dipakai oleh peneliti.

1) Uji Regresi Linear Berganda

Dilakukannya uji ini mempunyai tujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan positif maupun 59egative antara variabel independent serta variabel dependen. Di sini peneliti memakai analisis regresi linear berganda karena variabel independennya di atas angka satu. Rumus pada uji regresi linear berganda adalah  $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$ . Berikut ini adalah tabel *coefficients* hasil uji regresi linear berganda yang disajikan peneliti.

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.262	1.684		0.749	0.455
	Harga	0.345	0.115	0.305	2.99	0.004
	Kualitas Produk	0.308	0.085	0.353	3.622	0
	Inovasi Produk	0.124	0.086	0.135	1.442	0.153

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber Data: *Output SPSS yang diolah, 2022.*

Pada data di tabel 4.12 peneliti menggunakan rumus  $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$  yang bermakna jika  $Y = 3,494 + 0,167 + 0,435 + 0,66$ . Maka bisa ditarik kesimpulan seperti berikut:

- 1) Nilai a sebanyak 1,684 adalah kondisi atau konstanta ketika variabel keputusan pembelian belum diberikan pengaruh variabel lainnya yakni variabel harga (X1), kualitas produk (X2) serta inovasi produk (X3). Apabila tidak terdapat variabel independent maka tidak ada perubahan pada variabel keputusan pembelian.
- 2) B1 (nilai koefisien regresi X1) senilai 0,345, berarti terdapat pengaruh positif antara harga terhadap keputusan pembelian. Hal ini menandakan setiap peningkatan satu variabel harga mampu memberikan pengaruh terhadap

- keputusan pembelian sebanyak 0,345, dengan catatan bahwa tidak turut meneliti variabel lain.
- 3) B2 (nilai koefisien regresi X2) sejumlah 0,308, berarti terdapat pengaruh positif antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Hal ini menandakan setiap peningkatan satu variabel kualitas produk mampu memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian sebanyak 0,308, dengan catatan bahwa tidak turut meneliti variabel lain.
  - 4) B3 (nilai koefisien regresi X3) sejumlah 0,124, berarti tidak terdapat pengaruh positif antara inovasi produk terhadap keputusan pembelian. Hal ini menandakan setiap peningkatan satu variabel inovasi produk mampu memberikan tingkat kemelaratan turun sebanyak 0,124, dengan catatan bahwa tidak turut meneliti variabel lain.
- 2) Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R Square)

Peneliti menggunakan uji koefisien determinasi untuk menguji rasio sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Jika koefisien determinasi sama dengan nol, maka tidak terdapat rasio sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen. Sedangkan apabila koefisien determinasi sama dengan satu, maka terdapat presentase sumbangan yang diberikan oleh variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut hasil dari uji koefisien determinasi yang dilakukan oleh peneliti.

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R Square)**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.672 <sup>a</sup>	0.452	0.434	1.935

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

Sumber Data: *Output SPSS yang diolah, 2022.*

Pada tabel 4.13 yang menunjukkan jika nilai koefisien Adjusted R square adalah sebesar 0,434 atau 43,4%. Ini berarti jika variabel independen (harga, kualitas produk dan inovasi produk) dengan serentak memberikan pengaruh

terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) sebanyak 43,4% kemudian selebihnya diberikan pengaruh oleh variabel yang tidak diteliti.

### 3) Uji t (Parsial)

Uji parsial atau uji statistik t dipakai oleh peneliti guna menunjukkan seberapa pengaruh signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen. Hasil dari uji t ini bisa diketahui melalui output *coefficients* pada analisis regresi linear berganda. Apabila skor signifikansi di bawah 0,05 kemudian  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Di sisi lain, apabila skor signifikansi di atas 0,05 dan  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Untuk mencari  $t_{tabel}$  digunakan rumus  $t_{tabel} = t(\alpha/2 ; n-k-1)$  sebagai berikut:

$$\begin{aligned} t_{tabel} &= t(\alpha/2 ; n-k-1) \\ &= t(0,05/2 ; 97-3-1) \\ &= t(0,025 ; 93) \\ &= 1,986 \end{aligned}$$

Berikut adalah hasil uji parsial atau uji t yang telah dilakukan peneliti.

Pada tabel 4.12 hasil uji parsial (uji t) memperlihatkan jika skor signifikansi pengaruh X1 (harga) terhadap Y (keputusan pembelian) yaitu  $0,004 < 0,05$  serta nilai  $t_{hitung}$  2,990 lebih dari nilai  $t_{tabel}$  1,986 maka  $H_0$  ditolak lalu  $H_a$  diterima. Hal itu berarti jika ada pengaruh positif antara variabel X1 (harga) terhadap Y (keputusan pembelian) secara signifikan.

Pada tabel 4.12 hasil uji parsial (uji t) memperlihatkan jika skor signifikansi pengaruh X2 (kualitas produk) terhadap Y (keputusan pembelian) yaitu  $0,000 < 0,05$  serta nilai  $t_{hitung}$  3,622  $>$  nilai  $t_{tabel}$  1,986 maka  $H_0$  ditolak lalu  $H_a$  diterima. Hal itu berarti jika ada pengaruh positif antara variabel X2 (kualitas produk) terhadap Y (keputusan pembelian) secara signifikan.

Pada tabel 4.12 hasil uji parsial (uji t) memperlihatkan jika skor signifikansi pengaruh X3 (inovasi produk) terhadap Y keputusan pembelian (keputusan pembelian) yaitu  $0,153 > 0,05$  serta skor  $t_{hitung}$  1,442 di bawah skor  $t_{tabel}$  1,986 maka  $H_0$  diterima lalu  $H_a$  ditolak. Hal itu berarti tidak ada pengaruh positif antara variabel X3 (inovasi produk) terhadap Y (keputusan pembelian) secara signifikan.



4) Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan oleh peneliti guna mengetahui secara serempak seberapa pengaruhnya variabel independen terhadap variabel dependen secara signifikan.

Jika skor signifikansi  $< 0,05$  serta skor  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak lalu  $H_a$  diterima. Sedangkan apabila skor signifikansi di atas  $0,05$  dan skor  $F_{hitung}$  di bawah  $F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima lalu  $H_a$  ditolak.  $F_{tabel}$  didapatkan dari  $(k-1 ; n-k-1) = (3-1 ; 97-3-1) = (2 ; 93) = 3,09$ .

Berikut merupakan hasil uji F yang telah dilakukan oleh peneliti.

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Simultan Variabel X1, X2, X3 terhadap Y**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	287.28	3	95.76	25.572	.000 <sup>b</sup>
	Residual	348.266	93	3.745		
	Total	635.546	96			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						
b. Predictors: (Constant), Inovasi Produk, Kualitas Produk, Harga						

Sumber Data: *Output SPSS yang diolah, 2022.*

Pada tabel 4.14 bisa dilihat nilai signifikansi untuk X1 (pengaruh harga), X2 (kualitas produk) serta X3 (inovasi produk) terhadap Y (keputusan pembelian) yaitu senilai  $0,000 < 0,05$  serta  $F_{hitung} 25,572 >$  nilai  $F_{tabel} 3,09$ . Hal tersebut membuktikan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya semua variabel independent yaitu X1 (pengaruh harga), X2 (kualitas produk) dan X3 (inovasi produk) terhadap Y (keputusan pembelian) secara serentak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

**B. Pembahasan**

1. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukkan jika variabel harga secara parsial mempunyai pengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian batik Tawungsari di Desa Tawangrejo Kecamatan Winong Kabupaten Pati. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil uji t di mana variabel harga memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,990 lebih besar dari  $t_{tabel}$

sebesar 1,986. Dalam artian bahwa ketika terjadi kenaikan satu variabel harga maka akan berpengaruh sebanyak 2,990. Selain itu variabel harga mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,004 di mana nilai tersebut berada di bawah 0,05. Pada penelitian ini, secara teori dan hipotesis harga mempunyai dampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Begitu pula secara statistik, harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan. Hal ini menandakan jika  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dari hasil regresi dinyatakan bahwa harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian batik Tawungsari di Desa Tawangrejo Kecamatan Winong Kabupaten Pati.

Harga adalah suatu alat tukar yang digunakan oleh perorangan untuk melakukan transaksi jual beli sebagai pemenuhan kebutuhan terhadap barang atau jasa. Harga merupakan salah satu faktor penentu bagi seseorang untuk melakukan pembelian. Adanya penentu tersebut memberikan peluang konsumen untuk mengevaluasi standar harga sesuai dengan barang atau jasa yang dibeli oleh konsumen. Hal tersebut membuktikan bahwa harga mempunyai peran penting dalam hal jual beli di pasar yang mana konsumen selalu memperhatikan setiap barang atau jasa baik dalam harga yang kecil maupun pada harga yang tinggi. Hasil dari penelitian ini relevan dengan riset sebelumnya yang dilaksanakan oleh Ayu Kurnia Ratna Sari dan Endang dengan judul Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian yang mendapatkan hasil dari penelitiannya bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

## 2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa variabel kualitas produk secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian batik Tawungsari di Desa Tawangrejo Kecamatan Winong Kabupaten Pati. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil uji t di mana variabel kualitas produk memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,622 lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,986. Dalam artian bahwa ketika terjadi kenaikan satu variabel kualitas produk maka akan berpengaruh sebanyak 3,622. Selain itu variabel kualitas produk mempunyai skor signifikansi senilai 0,000 di mana nilai tersebut berada di bawah 0,05. Pada penelitian ini, secara teori dan hipotesis kualitas produk mempunyai dampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Begitu pula secara

statistik, kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan. Hal tersebut menandakan jika  $H_02$  ditolak dan  $H_a2$  diterima. Dari hasil regresi dinyatakan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian batik Tawungsari di Desa Tawangrejo Kecamatan Winong Kabupaten Pati.

Salah satu hal utama yang harus diperhatikan dalam membuat suatu produk yaitu kualitas produk. Kualitas produk adalah gabungan antara karakteristik serta sifat yang bisa menentukan seberapa jauh keluaran produk dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Hal ini tentu dilakukan karena kualitas produk mempunyai pengaruh langsung terhadap minat konsumen dalam membeli. Dalam proses pembelian terhadap barang atau jasa, pembeli lebih cenderung memilih produk yang sudah jelas teruji kualitasnya. Maka dari itu penting untuk perusahaan agar selalu meningkatkan dan mempertahankan posisi produknya dalam pasar. Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ery Nurhasanah dan Ajat Sudrajat dengan judul Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik Karawang dan melalui hasil dari penelitiannya bisa diketahui jika variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

### 3. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian yang sudah dilaksanakan oleh peneliti memperlihatkan jika variabel inovasi produk secara parsial tidak memberikan pengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian batik Tawungsari di Desa Tawangrejo Kecamatan Winong Kabupaten Pati. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil uji  $t$  di mana variabel inovasi produk memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 1,442 lebih kecil dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,986. Dalam artian bahwa ketika terjadi kenaikan satu variabel inovasi turun sebanyak 1,442. Selain itu variabel inovasi produk mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,153 di mana nilai tersebut berada di atas 0,05. Pada penelitian ini, secara teori dan hipotesis inovasi produk mempunyai dampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun secara statistik inovasi produk tidak mempunyai dampak positif dan tidak signifikan. Hal ini menandakan jika  $H_03$  diterima  $H_a3$  ditolak. Dari hasil regresi dinyatakan bahwa inovasi produk tidak mempunyai pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap

keputusan pembelian batik Tawungsari di Desa Tawangrejo Kecamatan Winong Kabupaten Pati.

Inovasi produk adalah salah satu cara atau usaha yang dilakukan dan dikembangkan oleh perusahaan secara terus menerus untuk mempertahankan produknya agar sesuai dengan standar selera konsumen sehingga dapat meningkatkan kapasitas penjualan. Inovasi produk ini dilakukan di samping agar dapat memberikan kesan yang menarik kepada para konsumen dan agar konsumen juga tidak mudah bosan terhadap penampilan suatu barang atau jasa pada produk yang sama. Maka, tiap-tiap perusahaan selalu mengembangkan dan memperbaharui produk-produknya sesuai dengan kebutuhan pembelian konsumen. Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Husnawiyah Fitrotin, Fauzan Mustaqien dan Anisatul Fauziah dengan judul Pengaruh Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Batik Menak Koncar Lumajang yang mendapatkan hasil dari penelitiannya bahwa variabel inovasi produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun dalam penelitian ini, inovasi produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

#### 4. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Batik Tawungsari

Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti memperlihatkan bahwa variabel harga, kualitas produk serta inovasi produk secara serempak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian batik Tawungsari di Desa Tawangrejo Kecamatan Winong Kabupaten Pati. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil uji F di mana variabel harga, kualitas produk dan inovasi produk memiliki skor  $F_{hitung}$  sebesar 25,572 lebih besar dari  $F_{tabel}$  sebesar 3,09. Selain itu variabel harga, kualitas produk dan inovasi produk mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,000 yang mana nilai tersebut berada di bawah 0,05. Sehingga dapat diartikan jika semua variabel independen secara serempak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Berdasarkan nilai koefisien determinasi yang ditunjukkan dengan nilai determinasi (adjusted R Square) diperoleh sebesar 0,434. Hal ini berarti 43,4% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel independen yang terdiri dari harga, kualitas produk dan inovasi produk sedangkan sisanya 56,6% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Keputusan pembelian merupakan sebuah aksi yang dikerjakan oleh seseorang untuk mengambil keputusan diantara dua alternative dalam proses pembelian, yaitu antara membeli suatu produk atau tidak. Hal yang perlu dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan pembelian adalah melakukan pencarian informasi terkait barang atau jasa yang akan dibeli. Sebagai dampaknya, pembeli tidak akan merasa kecewa atau menyesal jika barang maupun jasa yang dibeli tidak sebanding dengan harapannya. Hasil dari penelitian ini relevan dengan riset yang dilaksanakan oleh peneliti sebelumnya, diantaranya riset yang disusun oleh Paskalia Multi Jiwuk dengan judul Pengaruh Promosi, Inovasi Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Batik Jumptan Mahaeani Yogyakarta dan Pribanus Wantara dan Khusnul Khotimal dengan judul Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Batik Madura Pada Galery Pesona Bangkalan yang mendapatkan hasil dari penelitiannya bahwa variabel harga, kualitas produk serta inovasi produk dengan serentak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

