REPOSITORI STAIN KUDUS

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Industri Tjokro Bakaran Juwana

Batik Bakaran yang sekarang terpusat pada kedua desa yaitu Bakaran Wetan dan Bakaran Kulon yang masuk ke dalam wilayah kecamatan Juwana sudah sekitar abad ke 14 dan berhubungan dengan seorang penjaga benda-benda seni kerajaan Majapahit yang bernama Nyi Siti Sabirah (Nyi Danowati) yang ketika itu datang di desa Bakaran Wetan karena misi pelarian untuk mencari tempat persembunyian, saat beliau dikejar-kejar oleh tentara Islam karena keruntuhan Majapahit yang terdesak oleh kekuasaan kerajaan Islam pertama di pulau Jawa yaitu kerajaan Demak.

Beliau bersembunyi di desa Bakaran Wetan dan dalam penyamaraannya beliau membuat musholla tanpa mighraf yang sampai sekarang disebut sigit yang bertujuan supaya beliau dikira sudah memeluk agama islam. Semasa persembunyiannya di desa bakaran wetan, kegiatan beliau sehari-hari adalah membatik sekaligus mengajarkan keahliannya membatik kepada anak cucunya sehingga keahliannya tersebut menurun ke anak cucunya sampai sekarang ini. Hal inilah yang menyebabkan batik Bakaran sangat dipengaruhi oleh budaya kerajaan Majapahit selain kemudian mengakomodasi budaya pesisir utara Jawa.[1]

Batik tulis Tjokro berdiri pada tahun 1977, nama "Tjokro" berasal dari nama "Turiman Tjokro Satmoko", kakek dari bapak Bukhari Wiryo Satmoko, pendiri batik Tjokro. Diawali dari warisan ketrampilan batik tradisional desa Bakaran dan berawal dari usaha kecil yang dirilis oleh bapak Bukhari Wiryo Satmoko untuk melestarikan budaya dan seni batik tulis di desa Bakaran, Kabupaten Pati, Jawa Tengah. Beliau dari awalnya memang sudah memiiki warisan dari nenek moyang beliau sebuah batik yang memiiki ciri dan motif yang tidak dimiliki batik-batik lain di Indonesia. Ciri yang mendominasi

[1] Dokumentasi Industri Tjokro Bakaran Juwana Pati.

http://eprints.stainkudus.ac.id

REPOSITORI STAIN KUDUS

adalah warna hitam, biru tua, putih dan coklat tua atau istilah jawanya gosong", pada warna dasar pada warna batik klasik dan warna cerah pada batik modern, sedangkan motif dan coraknya merupakan corak asli daerah yang banyak dipengaruhi oleh budaya Majapahit. Batik tulis Tjokro juga menunjukan aspek-aspek budaya pesisir utara Jawa.

Batik tulis Tjokro mampu menjaga eksistensi dalam industri batik dengan tetap menjaga kualitas produk dengan penggunaan bahan-bahan dasar berkualitas tinggi serta bahan pewarnaan sintetis modern, sehingga produk batik yang dihasilkan mampu bertahan lama, warna tidak cepat pudar dan tidak mudah sobek tanpa mengurangi hasil batik yang elegan dan berniai seni tinggi. Batik tulis Tjokro Bakaran Juwana merupakan salah satu kerajian batik asli warisan bangsa Indonesia.

B. Gambaran Umum Responden

1. Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin bisa dilihat pada tabel 4.1 sebagai berikut:

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1.	Laki-laki	30	31.25
2.	Perempuan	66	68.75
Jumlah		96	100

Sumber: data primer yang diolah, 2015

Tabel di atas menunjukkan bahwa dari 96 responden yang tertinggi adalah responden berjenis kelamin perempuan yaitu sebesar 68.75 persen, sedangkan responden berjenis kelamin laki-laki sebesar 31.25 persen. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen dari industri Tjokro adalah perempuan dibandingkan laki-laki.

http://eprints.stainkudus.ac.id

REPOSITORI STAIN KUDUS

2. Umur Responden

Karakteristik responden berdasarkan umur responden bisa dilihat pada tabel 4.2 sebagai berikut:

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur Responden

No.	Umur	Jumlah	Presentase
1.	<18	0	0
2.	18-29 tahun	22	22.91
3.	30-44 tahun	45	46.88
4.	45-60 tahun	29	30.20
Jumlah		96	100

Sumber: data primer yang diolah, 2015

Tabel diatas menunjukan umur dari konsumen batik Tjokro Bakaran Juwana yang diambil sebagai responden berkisar antara umur <18 tahun sebanyak 0 atau 0%, umur 18-29 tahun sebanyak 22 atau 22.91%, antara 30-44 tahun sebanyak 45 atau 46.88%, dan antara umur 45-60 sebanyak 29 atau 30.20%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar umur dari konsumen batik Tjokro Bakaran Juwana adalah 30-44 tahun yaitu sebesar 46.88%.

3. Pekerjaan Responden

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan responden bisa dilihat pada tabel 4.3 sebagai berikut:

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden

No.	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Presentase
1.	Pelajar	0	0
2.	Mahasiswa	0	0
3.	PNS	56	58.33
4.	Wiraswasta	10	10.41

http://eprints.stainkudus.ac.id

REPOSITORI STAIN KUDUS

5.	Pegawai Swasta	25	26.04
6.	Lainnya	5	5.20
Jumlah		96	100

Sumber: data primer yang diolah, 2015

Tabel di atas menunjukkan pendidikan terakhir dari konsumen batik Tjokro Bakaran Juwana yang diambil sebagai responden yaitu pelajar dan mahasiswa dengan jumlah 0 atau 0%, PNS dengan jumlah 56 atau 58.33%, wiraswasta dengan jumlah 10 atau 10.41%, pegawai swasta dengan jumlah 25 atau 26.04%, dan lainnya dengan jumlah 5 atau 5.20%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang mempunyai pekerjaan PNS yaitu sebesar 58.33%.

4. Status Perkawinan Responden

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan status perkawinan responden bisa dilihat pada tabel 4.4 sebagai berikut:

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan

No.	Umur	Jumlah	Presentase
1.	Belum menikah	29	30.20
2.	Menikah	67	69.79
Jumlah		96	100

Sumber: data primer yang diolah, 2015

Tabel di atas menunjukkan status perkawinan dari konsumen batik Tjokro Bakaran Juwana yang diambil sebagai responden yaitu belum menikah dengan jumlah 29 atau 30.20%, dan menikah dengan jumlah 67 atau 69.79%. hal ini menunjukkan bahwa dari 69 responden yang tertinggi adalah responden yang sudah menikah yaitu sebesar 69.79 persen, sedangkan responden yang terendah adalah yang belum menikah yaitu sebesar 30.20 persen.

http://eprints.stainkudus.ac.id

REPOSITORI STAIN KUDUS

5. Pendapatan Responden

Karakteristik responden berdasarkan pendapatan responden bisa dilihat pada tabel 4.5 sebagai berikut:

Tabel 4.5

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Responden

No.	Pendapatan	Jumlah	Presentase
1.	<Rp. 600.000,.-/bulan	4	4.17
2.	Rp. 600.000,.-Rp. 1.000.000,.-/bulan	20	20.83
3.	Rp. 1.000.000,.-Rp.2.000.000,.-/ bulan	17	17.70
4.	> Rp.2.000.000,.-/ bulan	55	57.29
Jumlah		96	100

Sumber: data primer yang diolah, 2015

Tabel di atas menunjukkan pendapatan dari konsumen batik Tjokro Bakaran Juwana yang diambil sebagai responden yaitu < Rp. 600.000,.-/bulan dengan jumlah 4 atau 4.17%, Rp. 600.000,.-Rp. 1.000.000,.-/bulan dengan jumlah 20 atau 20.83%, Rp. 1.000.000,.-Rp.2.000.000,.-/ bulan dengan jumlah 17 atau 17.70%, dan > Rp.2.000.000,.-/ bulan dengan jumlah 55 atau 57.29%. Hal ini menunjukkan bahwa dari 96 responden yang tertinggi adalah responden yang berpendapatan > Rp.2.000.000,.-/ bulan yaitu sebesar 57.29%, sedangkan responden yang terendah adalah yang berpendapatan <Rp. 600.000,.-/bulan yaitu sebesar 4.17%.

C. Deskripsi Data Penelitian

Tabel 4.6
Hasil Dari Jawaban Responden

Variabel	Item	Total STS	%	Total TS	%	Total N	%	Total S	%	Total SS	%
Desain	P1	1	1.04	2	2.08	19	19.80	48	50.00	26	27.08
Produk	P2	0	0	5	5.20	14	14.58	57	59.39	20	20.83
(X1)	P3	3	3.12	12	12.50	21	21.88	43	44.80	17	17.70

http://eprints.stainkudus.ac.id

REPOSITORI STAIN KUDUS

Kualitas Produk (X2)	P1	0	0	0	0	11	11.46	54	56.26	31	32.30
	P2	4	4.17	13	13.54	40	41.68	29	30.20	10	10.41
	P3	5	5.20	19	19.80	30	31.26	25	26.04	17	17.70
Harga (X3)	P1	0	0	9	9.38	15	15.62	35	36.46	37	38.54
	P2	0	0	9	9.38	23	23.96	41	42.70	23	23.96
	P3	2	2.08	11	11.46	14	14.58	34	35.41	35	36.47
Keputusan Pembelian (Y)	P1	3	3.12	10	10.41	23	23.96	45	46.89	15	15.62
	P2	0	0	11	11.46	28	29.16	33	34.38	24	25.00
	P3	3	3.12	11	11.46	30	31.26	40	41.68	12	12.48
	P4	0	0	12	12.50	30	31.26	39	40.62	15	15.62
	P5	3	3.12	4	4.17	33	34.39	46	47.91	10	10.41
	P6	3	3.12	11	11.46	42	43.75	33	34.38	7	7.29

Sumber Data : Data Primer yang Diolah, 2015

1. Desain Produk

   Data pada tabel di atas menunjukkan untuk variabel Desain produk pernyataan 1 (produk batik Tjokro memiliki model terbaru), 1.04% responden menyatakan sangat tidak setuju, 2.08 % responden menyatakan tidak setuju, 19.80% memilih bersikap netral, 50.00% menyatakan setuju dan 27.08% menyatakan sangat setuju. Pernyataan 2 (produk batik Tjokro memiliki variasi corak batik yang khas), 0% responden menyatakan sangat tidak setuju, 5.20% responden menyatakan tidak setuju, 14.58% memilih bersikap netral, 59.39% menyatakan setuju dan 20.83% menyatakan sangat setuju. Pernyataan 3 (warna produk batik Tjokro sesuai selera konsumen), 3.12% responden menyatakan sangat tidak setuju, 12.50% responden menyatakan tidak setuju, 21.88% memilih bersikap netral, 44.80% menyatakan setuju dan 17.70% menyatakan sangat setuju.

2. Kualitas Produk

   Data pada tabel di atas menunjukkan untuk variabel Kualitas produk pernyataan 1 (produk batik Tjokro nyaman digunakan), 0% responden menyatakan sangat tidak setuju, 0% responden menyatakan tidak setuju, 11.46% memilih bersikap netral, 56.26% menyatakan setuju

http://eprints.stainkudus.ac.id

REPOSITORI STAIN KUDUS

dan 32.30% menyatakan sangat setuju. Pernyataan 2 (bahan dari produk batik Tjokro kuat sehingga tidak mudah robek), 4.17% responden menyatakan sangat tidak setuju, 13.54% responden menyatakan tidak setuju, 41.68% memilih bersikap netral, 30.20% menyatakan setuju dan 10.41% menyatakan sangat setuju. Pernyataan 3 (produk batik Tjokro tidak luntur saat dicuci), 5.20% responden menyatakan sangat tidak setuju, 19.80% responden menyatakan tidak setuju, 31.26% memilih bersikap netral, 26.04% menyatakan setuju dan 17.70% menyatakan sangat setuju.

3. Harga

Data pada tabel di atas menunjukkan untuk variabel harga pernyataan 1 (harga yang sesuai dengan kualitas produk batik Tjokro) , 0% responden menyatakan sangat tidak setuju, 9.38% responden menyatakan tidak setuju, 15.62% memilih bersikap netral, 36.46% menyatakan setuju dan 38.54% menyatakan sangat setuju. Pernyataan 2 (harga yang sesuai dengan manfaat produk batik Tjokro), 0% responden menyatakan sangat tidak setuju, 9.38% responden menyatakan tidak setuju, 23.96% memilih bersikap netral, 42.70% menyatakan setuju dan 23.96% menyatakan sangat setuju. Pernyataan 3 (harga produk batik Tjokro dapat bersaing dengan produk batik lainnya) , 2.08% responden menyatakan sangat tidak setuju, 11.46% responden menyatakan tidak setuju, 14.58% memilih bersikap netral, 35.41% menyatakan setuju dan 36.47% menyatakan sangat setuju.

4. Keputusan Pembelian

Data pada tabel di atas menunjukkan untuk variabel harga pernyataan 1 (saya ingin membeli produk batik Tjokro Bakaran), 3.12% responden menyatakan sangat tidak setuju, 10.41% responden menyatakan tidak setuju, 23.96% memilih bersikap netral, 46.89% menyatakan setuju dan 15.62% menyatakan sangat setuju. Pernyataan 2 (informasi yang diperoleh dari keluarga, teman, tetangga maupun kenalan dapat memengaruhi dalam pengambilan keputusan membeli produk batik Tjokro Bakaran), 0% responden menyatakan sangat tidak setuju, 11.46%

http://eprints.stainkudus.ac.id

REPOSITORI STAIN KUDUS

responden menyatakan tidak setuju, 29.16% memilih bersikap netral, 34.38% menyatakan setuju dan 25.00% menyatakan sangat setuju.

Pernyataan 3 (informasi yang diperoleh dari pengalaman masa lalu dapat memengaruhi dalam pengambilan keputusan membeli produk batik Tjokro Bakaran), 3.12% responden menyatakan sangat tidak setuju, 11.46% responden menyatakan tidak setuju, 31.26% memilih bersikap netral, 41.68% menyatakan setuju dan 12.48% menyatakan sangat setuju. Pernyataan 4 (kualitas produk batik Tjokro Bakaran sudah terjamin dapat memengaruhi dalam pengambilan keputusan membeli produk batik Tjokro Bakaran), 0% responden menyatakan sangat tidak setuju, 12.50% responden menyatakan tidak setuju, 31.26% memilih bersikap netral, 40.62% menyatakan setuju dan 15.62% menyatakan sangat setuju.

Pernyataan 5 (merasakan kepuasan setelah membeli dan memakai batik Tjokro Bakaran), 3.12% responden menyatakan sangat tidak setuju, 4.17% responden menyatakan tidak setuju, 34.39% memilih bersikap netral, 47.91% menyatakan setuju dan 10.41% menyatakan sangat setuju. Pernyataan 6 (setelah merasakan kepuasan, dipastikan kembali membeli produk batik Tjokro Bakaran), 3.12% responden menyatakan sangat tidak setuju, 11.46% responden menyatakan tidak setuju, 43.75% memilih bersikap netral, 34.38% menyatakan setuju dan 7.29% menyatakan sangat setuju.

D. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui layak atau tidaknya sebuah pernyataan. Uji validitas dilakukan dengan menghitung korelasi antar skor atau butir pertanyaan dengan skor konstruk atau variabel. Hal ini dapat dilakukan dengan cara uji signifikasi yang membangun r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree or freedom* (df)= n-k. dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah konstruk. Apabila

http://eprints.stainkudus.ac.id

REPOSITORI STAIN KUDUS

rhitung untuk r tiap butir dapat dilihat pada kolom *Corected Item Total Correlation* lebih dapat dikatakan valid.

Untuk tingkat validitas, dilakukan tingkan uji signifikasi dengan membadingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedem* (df) = n-k dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah konstuk. Pada kasus ini, besarnya df dapat dihitung 30-4 atau df=26 dengan alpha 0,05 didapat r_{table} 0,388 jika r_{hitung} (untuk tiap butir dapat dilihat pada kolom *Corrected Item Total Corelation*) lebih besar dari r_{table} dan nilai r positif maka butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid.

Tabel 4.7

Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item	*Corrected Item- Total Corlation*(r hitung)	R tabel	Keterangan
Desain Produk (X_1)	P1	0,480	0,388	*Valid*
	P2	0,398	0,388	*Valid*
	P3	0,621	0,388	*Valid*
Kualitas Produk (X_2)	P1	0,433	0,388	*Valid*
	P2	0,276	0,388	*Tidak Valid*
	P3	0,694	0,388	*Valid*
	P4	0,463	0,388	*Valid*
Harga (X_3)	P1	0,185	0,388	*Tidak Valid*
	P2	0,600	0,388	*Valid*
	P3	0,648	0,388	*Valid*
	P4	0,445	0,388	*Valid*
Keputusan Pembelian (Y)	P1	0,447	0,388	*Valid*
	P2	0,560	0,388	*Valid*
	P3	0,479	0,388	*Valid*
	P4	0,471	0,388	*Valid*
	P5	0,345	0,388	*Tidak Valid*

http://eprints.stainkudus.ac.id

REPOSITORI STAIN KUDUS

	P6	0,265	0,388	*Tidak Valid*
	P7	0,454	0,388	*Valid*
	P8	0,399	0,388	*Valid*

Sumber Data : Data Primer yang diolah, 2015.

Berdasarkan pada tabel 4.6 di atas menunjukkan bahwa ada indikator yang tidak valid dikarenakan nilai *Corrected Item- Total Correlation* lebih kecil dari r tabel yaitu 0,388. Artinya, harus ada pernyataan yang dibuang karena tidak layak.

2. Uji Reliabilitas

Setelah diuji validitas, selanjutnya diuji reliabilitas yaitu berhubungan dengan masalah ketepatan data, sedangkan untuk pengujian reliabilitas melalui nilai koefisien alpha dibandingkan dengan nilai 0,60. Variabel dikatakan reliabel jika mempunyai nilai diatas 0,60 dan sebaliknya. Berdasarkan perhitungan pada progam SPSS dapat disajikan uji validitas dan reliabilitas pada tabel 4.6 berikut ini:

Tabel 4.8

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Reability Coeffiens	Cronbach's Alpha	Keterangan
Desain Produk (X1)	3 item	0,755	*Reliabel*
Kualitas Produk (X2)	4 item	0,728	*Reliabel*
Harga (X3)	4 item	0,729	*Reliabel*
Keputusan Pembelian (Y)	8 item	0,714	*Reliabel*

Sumber Data: Data Primer yang diolah, 2015

Berdasarkan tabel di atas koefisien alpha memiliki nilai di atas 0,60 sehingga dapat dijelaskan bahwa variabel-variabel penelitian yang berupa desain produk, kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian adalah reliabel atau memiliki reliabilitas yang tinggi, sehingga memiliki ketepatan yang tinggi untuk dijadikan variabel dalam sebuah penelitian.

http://eprints.stainkudus.ac.id

REPOSITORI STAIN KUDUS

E. Uji Asumsi Klasik

Untuk mengetahui apakah suatu data dianalisa lebih lanjut diperlukan suatu uji asumsi klasik agar hasil dan analisa nantinya efisien dan tidak biasa.

1. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika tidak korelasi, maka dinamakan terjadi problem multikolinearitas. Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *varience inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukan setiap variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Nilai *cuttof* yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* < 0.10 atau sama dengan nilai VIF > 10 sehingga data yang tidak terkena multikolinearitas nilai toleransinya harus kurang dari 0.10 atau nilai VIF lebih dari 10.[2]

Berdasarkan perhitungan pada progam spss dapat disajikan tabel berikut ini:[3]

Tabel 4.9

Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Desain Produk (X1)	.780	1.282
Kualitas Produk (X2)	.930	1.075
Harga (X3)	.832	1.201

Sumber Data: Data Primer yang diolah, 2015

Berdasarkan *output* di atas diketahui bahwa nilai tolerance variabel desain produk (0,780), kualitas produk (0,930), dan harga (0,832) lebih besar dari 0,10. Sementara itu, nilai VIF variabel desain produk (1,282), kualitas produk(1,075), dan harga (1,201) lebih kecil dari 0,10. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada variabel bebas yang memiliki tolerance kurang dari 0,10 dan tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai VIF

[2] *Ibid.*, hal. 106.
[3] Imam Ghozali, *Op. Cit.*, hal. 106

http://eprints.stainkudus.ac.id

REPOSITORI STAIN KUDUS

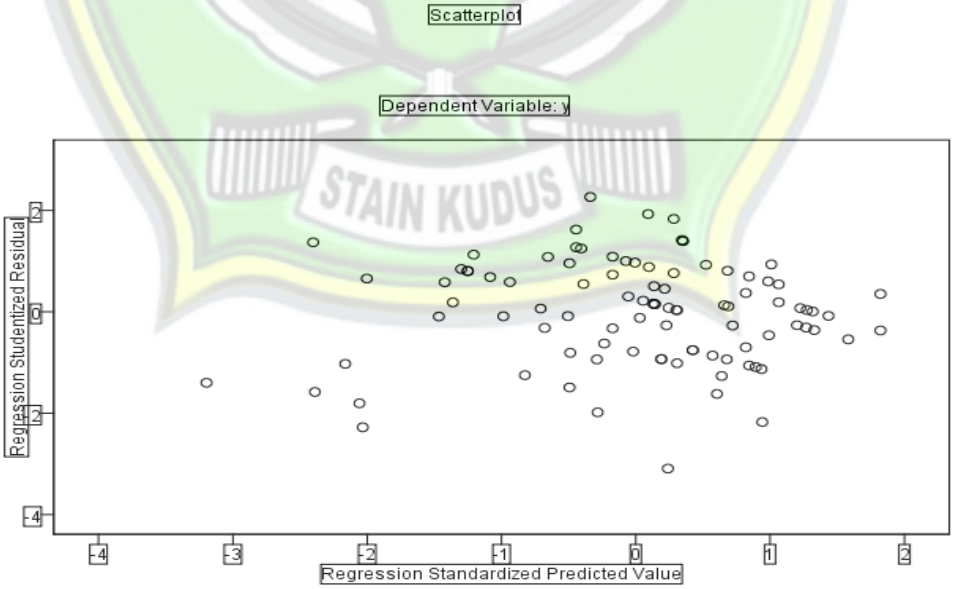
lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

2. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual tersebut tetap, maka disebut homokedastisitas. Dan jika varians itu berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Adapun dasar pengambilan keputusannya dilakukan dengan kriteria uji sebagai berikut:[4]

1) Jika ada pola-pola tertentu, seperti titik yang membentuk suatu pola yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka telah terjadi heteroskedastisitas.
2) Jika tidak ada titik yang jelas dan titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 ada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 5. diagram heteroskedastisitas:



[4] *Ibid.*, hal. 139

http://eprints.stainkudus.ac.id

REPOSITORI STAIN KUDUS

Diagram di atas menunjukkan bahwa variabel desain produk, kualitas produk, dan harga mempunyai sebaran data pada daerah positif dan daerah negatif, kondisi tersebut memberikan indikasi bahwa ketiga variabel tersebut terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalah pada periode t-1 (sebelumnya) pada persamaan regresi linear. Jika ada korelasi, maka dikatakan ada *problem* autokorelasi. Untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi pada model regresi adalah dengan uji *Run-test*. Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi adalah jika Asymp. Sig. (2-tailed) > 0,05:[5]

Tabel 4.10
Uji Autokorelasi

	Unstandardized Residual
Test value	.20860
Cases < Test value	48
Cases >= Test value	48
Total Cases	96
Number Of Run	40
Z	-1.847
Asymp. Sig. (2-tailed)	.065

Sumber Data: Data Primer yang diolah, 2015

Dari hasil pada tabel diatas menunjukakan pengujian autokolerasi dengan uji *Run-test*. Diperoleh angka Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,065 > 0,05 yang artinya tidak terjadi autokorelasi.

[5] http://www.portal-statistik.com/2014/05/mendeteksi-autokorelasi-dengan-run-test.html. diunduh pada tanggal 28-2-2016.

http://eprints.stainkudus.ac.id

REPOSITORI STAIN KUDUS

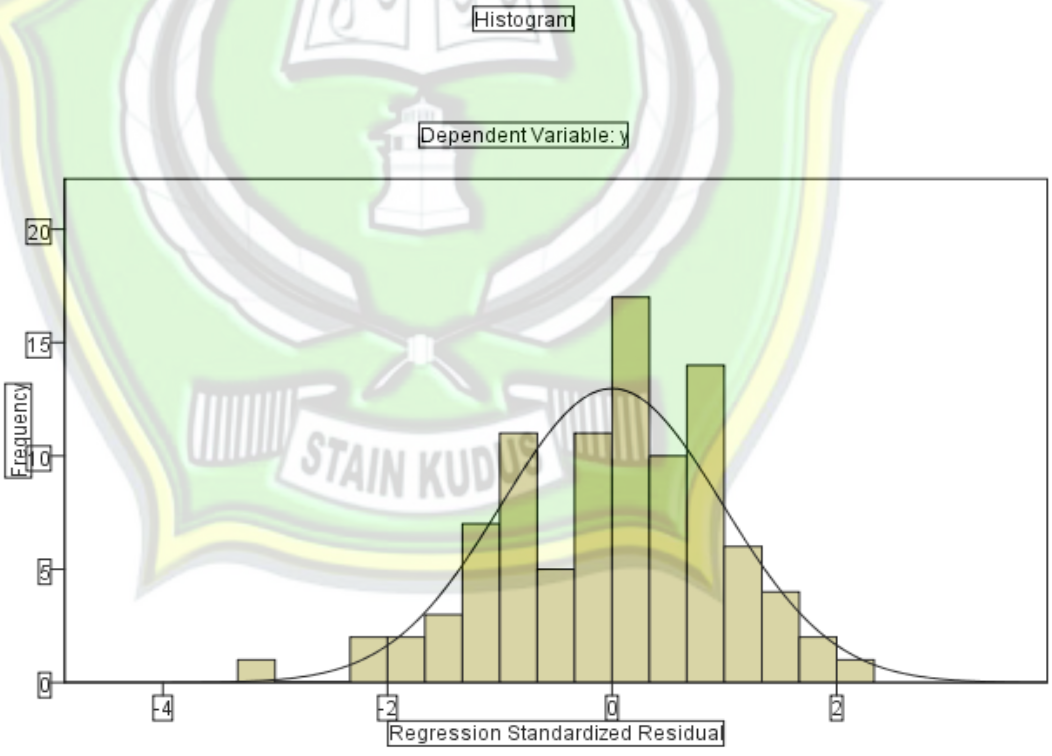
4. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data dimaksudkan untuk memperoleh kapasitas bahwa populasi tersebar secara normal. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan grafik normal *Probability Plot.* Adapun dasar keputusannya berdasarkan kriteria uji sebagai berikut:[6]

a) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b) Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

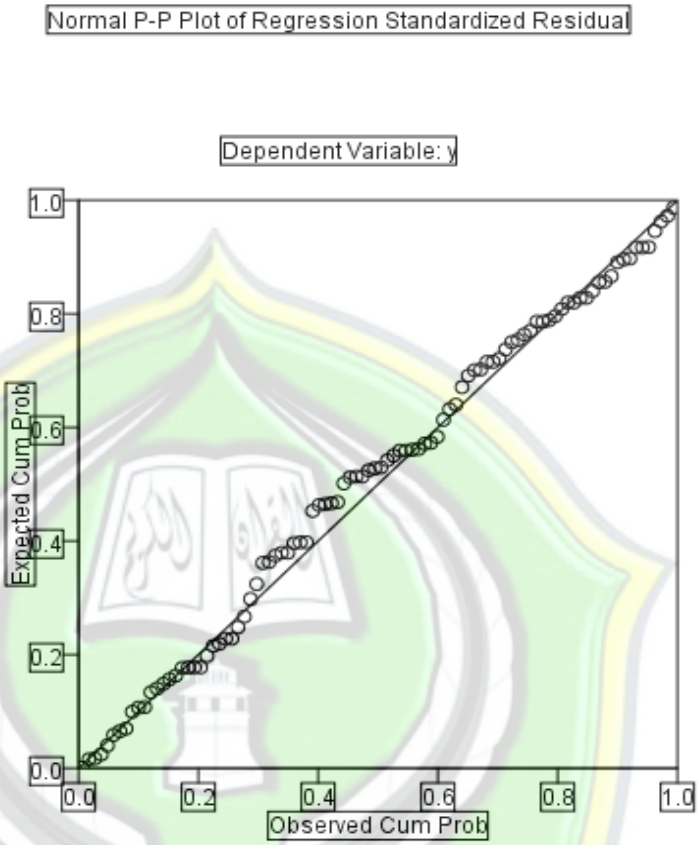
Gambar 6. Diagram normalitas data



[6] *Ibid*., hal. 163.

http://eprints.stainkudus.ac.id

REPOSITORI STAIN KUDUS



Dapat dilihat dari grafik di atas bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, dapat disimpulkan bahwa nilai residual yang dihasilkan dari regressi tersebut normal.

F. Uji Statistik

1. Analisis Regresi Linear Berganda

   Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif.[7]

[7] Duwi Priyatno, *Op. Cit.*, hal. 61.

http://eprints.stainkudus.ac.id

REPOSITORI STAIN KUDUS

Tabel 4.11

Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil Regresi Linier Berganda

Keterangan	Nilai Koefisien
Konstanta	10.748
Desain Produk (X1)	0.433
Kualitas Produk (X2)	-0.342
Harga (X3)	0.722

Sumber Data: Data Primer yang diolah, 2015

Persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

$$Y = 10{,}748 + 0{,}433X1 - 0{,}342X2 + 0{,}722X3 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian batik Tjokro

X1 = Desain Produk

X2 = Kualitas Produk

X3 = Harga

a = Konstanta

e = Variabel independen lain di luar model regresi

Persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

a) Nilai Konstanta sebesar 10,748 artinya jika desain produk, kualitas produk, dan harga nilainya adalah 0, maka keputusan pembeliannya adalah sebesar 10,748.

b) Koefisien regresi variabel desain produk sebesar 0,433, artinya jika variabel independen lainnya tetap dan desain produk mengalami kenaikan 1%, maka keputusan pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 0, 433. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara keputusan pembelian dengan desain produk, semakin naik desain produk maka semakin naik keputusan pembelian.

http://eprints.stainkudus.ac.id

REPOSITORI STAIN KUDUS

c) Koefisien regresi variabel kualitas produk sebesar – 0,342, artinya jika variabel independen lainnya tetap dan kualitas produk mengalami kenaikan 1%, maka keputusan pembelian akan mengalami penurunan sebesar – 0,342. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan negatif antara keputusan pembelian dengan kualitas produk, semakin naik kualitas produk maka semakin turun keputusan pembelian.

d) Koefisien regresi variabel harga sebesar 0,722, artinya jika variabel independen lainnya tetap dan harga mengalami kenaikan 1%, maka keputusan pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 0,722. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara keputusan pembelian dengan harga, semakin naik harga maka semakin naik keputusan pembelian.

2. Uji t

Uji t digunakan untuk melihat sejauh mana pengaruh variabel independen (X1, X2,X3) terhadap variabel dependen (Y) atau untuk menguji koefisien secara parsial. Selain itu, uji t bertujuan untuk mengetahui apakah koefisien regresi signifikan atau tidak dengan cara membandingkan t hitung dan t tabel yaitu t hitung > t tabel.

Rumus untuk mencari t tabel adalah tabel distribusi t dicari pada α = 5% : 2 = 2,5% (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) n-2 atau 96-2 = 94. Dengan pengujian 2 sisi (signifikasi = 0,025) hasil diperoleh untuk t tabel sebesar 1.986.[8]

Tabel 4.12

Koefisien Regresi

Variabel	T hitung	T tabel	Sig.	Interprestasi
Faktor Desain Produk(X1)	2.386	1.986	.019	Berpengaruh
Faktor Kualitas Produk (X2)	-2.216	-1.986	.029	Berpengaruh
Faktor Harga (X3)	5.200	1.986	.000	Berpengaruh

Sumber Data: Data Primer yang diolah, 2015

[8] Duwi Priyatno, *Op. Cit.*, hal. 26.

http://eprints.stainkudus.ac.id

REPOSITORI STAIN KUDUS

a) Pengaruh Faktor Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian

Dari hasil uji t yaitu untuk variabel bebas (desain produk) menunjukkan t hitung 2.386 dengan t tabel 1.986 dan ρ value sebesar 0,019 yang berada di bawah 5% tingkat signifikasi. Ini berarti nilai t hitung lebih besar dari t tabel (2.386 > 1.986). Dengan demikian desain produk merupakan variabel bebas yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis alternatif yang menyatakan "terdapat pengaruh antara faktor desain produk dengan keputusan pembelian". Hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa alasan penting untuk mengelola dan mengembangkan faktor keputusan pembelian oleh konsumen adalah desain dalam kegiatan pemasaran yang merupakan pembentuk daya tarik suatu produk. Desain dapat membentuk atau memberikan atribut pada suatu produk, sehingga menjadi ciri khas dari suatu produk. Ciri produk bagi perusahaan merupakan suatu cara memenangkan persaingan, karena hal ini adalah alat untuk membedakan produk perusahaan dengan produk pesaing. Dengan demikian industri Tjokro dapat menerapkan strategi desain ini untuk meningkatkan keputusan pembelian.

b) Pengaruh Faktor Kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian

Dari hasil uji t yaitu untuk variabel bebas (kualitas produk) menunjukkan t hitung -2,214 dengan t tabel -1.986 dan ρ value sebesar 0,029 yang berada di bawah 5% tingkat signifikasi. Ini berarti nilai t hitung lebih kecil dari t tabel (-2,214 < -1.986). Dengan demikian kualitas produk merupakan variabel bebas yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis yang menyatakan "terdapat pengaruh antara faktor kualitas produk dengan keputusan pembelian". Hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa kualitas batik yang dirasakan oleh konsumen akan mempengaruhi

http://eprints.stainkudus.ac.id

REPOSITORI STAIN KUDUS

keputusan pembelian, sehingga kualitas yang telah diterapkan industri Tjokro harus benar-benar dijaga, supaya konsumen puas atas kinerja yang dilakukan industri. Dengan adanya peningkatan kualitas maka akan terjadi peningkatan pada keputusan pembelian. Dengan demikian perusahaan dapat menerapkan strategi kualitas ini untuk meningkatkan keputusan pembelian.

c) Pengaruh Faktor Harga terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan dari hasil uji t yaitu untuk variabel bebas (harga) menunjukkan t hitung 5,200 dengan t tabel 1.986 dan ρ value sebesar 0,000 yang berada di bawah 5% tingkat signifikasi. Ini berarti nilai t hitung lebih besar dari t tabel (5,200 > 1.986). Dengan demikian harga merupakan variabel bebas yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis alternatif yang menyatakan "terdapat pengaruh antara harga dengan keputusan pembelian". Hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa harga dapat menjadi salah satu alat bersaing yang kuat dalam memenangkan perhatian dan keputusan konsumen jika produk memiliki atribut yang baik. Harga merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Dengan demikian perusahaan dapat menerapkan strategi harga ini untuk meningkatkan keputusan pembelian.

3. Uji f

Digunakan untuk variabel independen bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen secara secara simultan, atau untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel independen atau tidak. seperti "terdapat pengaruh bersama-sama antara desain produk, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian pada batik Tjokro Bakaran Juwana Pati".

Cara untuk menentukan uji f yaitu dengan membandingkan f hitung dengan f tabel yaitu f hitung > f tabel. Cara mencari f tabel yaitu dengan

http://eprints.stainkudus.ac.id

REPOSITORI STAIN KUDUS

menggunakan tingkat keyakinan 95%, α = 5%, df 1 (jumlah variabel -1) atau 4 – 1= 3, dan df 2 (n-k-1) atau 96-3-1= 92. Hasil yang diperoleh untuk f tabel sebesar 2.70.[9]

Tabel 4.13

Uji F

Model	F hitung	F tabel	Sig
1	16.027	2.70	0.00[a]

Sumber Data: Data Primer yang diolah, 2015.

Berdasarkan hasil di atas bila 16.027 > 2.70 maka Ho ditolak dan Ha diterima. Yang artinya variabel desain produk (X1), kualitas produk (X2), dan harga (X3) secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y). Uji simultan ditunjukkan dengan hasil perhitungan F hitung yang menunjukkan nilai sebesar 16.027 dan Ftabel sebesar 2,70 dengan tingkat probabilitas 0.000. Karena probabilitas jauh lebih kecil dari 0.05, dan F hitung lebih besar dari F tabel (16.027 > 2.70) maka model regresi dapat digunakan untuk memperediksi tingkat desain produk, kualitas produk, dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada batik Tjokro Bakaran Juwana. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis non yang menyatakan "tidak terdapat pengaruh bersama-sama antara faktor desain produk, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian pada batik Tjokro Bakaran Juwana" tidak diterima atau ditolak yang berarti menerima hipotesis alternatif.

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien ini menunjukkan seberapa besar persentase variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variabel dependen. Rentang yang dimiliki oleh R^2 adalah 0 – 1. R^2 = 0 artinya tidak ada sedikitpun persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen. Jika R^2 = 1 maka persentase

[9] *Ibid.*, hal. 67.

http://eprints.stainkudus.ac.id

REPOSITORI STAIN KUDUS

sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna (100%).

Tabel 4.14

Hasil Koefisien Determinasi

Koefisien	Nilai
R	.586
R square	.343

Sumber Data: Data Primer yang diolah, 2015

Dari *output* diatas terlihat bahwa kolerasi yang terjadi antara variabel bebas terhadap variabel terikat diketahui nilai *R*= 0.586, hal ini mengindikasikan bahwa variabel bebas (desain produk, kualitas produk, dan harga) memiliki hubungan terhadap variabel terikat (keputusan pembelian). Adapun hubungan yang terjadi adalah positif dan searah dengan tingkat hubungan yang kuat. Positif dikarenakan tidak bernilai negatif, karena positif maka dikatakan searah dengan interprestasi jika variabel (X) meningkat, maka variabel (Y) juga meningkat.

Hasil *output* di atas juga didapat nilai R2 (Adjusted R Square) adalah 0,343, jadi sumbangan pengaruh variabel independen (X1, X2, dan X3) sebesar 0,343 terhadap variabel dependen (Y) sedangkan sisanya sebesar 65,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Misalnya faktor promosi, ekuitas merek, keputusan pembelian perorangan, fitur produk dan faktor lainnya yang mempengaruhi keputusan pembelian.

F. Pembahasan

1. Faktor Desain Produk

   Variabel desain produk (X1) memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pada batik Tjokro Bakaran Juwana sebesar 0.443. Hal ini menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan faktor desain produk akan meningkatkan keputusan pembelian pada batik Tjokro Bakaran Juwana tanpa dipengaruhi oleh faktor yang lain.

http://eprints.stainkudus.ac.id

REPOSITORI STAIN KUDUS

Selain itu juga dibuktikan dari hasil hipotesis yang ternyata nilai t_{hitung} lebih besar jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} (2.386 > 1.986) maka t_{hitung} didaerah tolak (H_0), artinya hipotesis nihil (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. **Sehingga hipotesis pertama H_1 diterima**, bahwa terdapat pengaruh antara variabel desain produk (X1) terhadap keputusan pembelian pada batik Tjokro Bakaran Juwana Pati.

Alasan penting untuk untuk mengelola dan mengembangkan faktor desain produk adalah usaha-usaha untuk menentukan sejenis produk yang sesuai dengan keinginan para konsumen. Desain produk yang baik dapat menarik perhatian untuk melakukan pembelian, meningkatkan kinerja, mengurangi biaya, dan menyesuaikan nilai terhadap pasar sasaran yang diinginkan. Aci Krismanti dan Nunik Kusnilawati dalam penelitiannya yang berjudul "Analisis Pengaruh Harga, Promosi, dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Non Matic (Studi Kasus pada Astra Honda Ungaran)" membuktikan bahwa harga, promosi, dan desain Produk mempunyai pengaruh yang signifikan baik simultan maupun parsial terhadap keputusan pembelian.[10] Pada penelitian ini juga membuktikan bahwa desain produk mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian industri Tjokro dapat menerapkan strategi desain ini untuk meningkatkan keputusan pembelian.

2. Faktor Kualitas Produk

Variabel faktor kualitas produk (X2) memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pada batik Tjokro Bakaran Juwana karena nilai menunjukkan sebesar -0.342. Hal ini menyatakan bahwa setiap terjadi peningkatan faktor kualitas produk akan mengakibatkan penurunan pada keputusan pembelian pada batik Tjokro Bakaran Juwana.

Selain itu juga dibuktikan dari hasil hipotesis yang ternyata nilai t hitung lebih kecil jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} (-2.216 < -1.986) maka t_{hitung} didaerah tolak (H_o), artinya hipotesis nihil (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. **Sehingga hipotesis kedua H_2 diterima**,

[10] Aci Krismanti dan Nunik Kusnilawati, *Op. Cit.*, hal. 81-96.

http://eprints.stainkudus.ac.id

REPOSITORI STAIN KUDUS

bahwa terdapat pengaruh antara faktor kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada batik Tjokro Bakaran Juwana Pati.

Hal ini memberikan bukti bahwa kualitas batik yang dirasakan oleh konsumen akan mempengaruhi keputusan pembelian, sehingga kualitas yang telah diterapkan industri Tjokro harus benar-benar dijaga, supaya konsumen puas atas kinerja yang dilakukan industri. Dengan adanya peningkatan kualitas maka akan terjadi peningkatan pada keputusan pembelian. Muslichah Erma Widiyana dan Endah Rusmawati dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh Ekuitas Merek, Kualitas Produk, dan Keputusan pembelian Perorangan terhadap Keputusan Pembelian Produk Maspion di Desa Seruni Gedangan Sidoarjo" menunjukkan bahwa ekuitas merek, kualitas produk, dan keputusan pembelian perorangan berpengaruh signifikan baik secara simultan maupun parsial terhadap keputusan Pembelian Produk Maspion di Desa Seruni Gedangan Sidoarjo.[11] Pada penelitian ini juga membuktikan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian perusahaan dapat menerapkan strategi kualitas ini untuk meningkatkan keputusan pembelian.

3. Faktor Harga

Variabel harga (X3) memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pada batik Tjokro Bakaran Juwana sebesar 0.772. Hal ini menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan faktor harga akan meningkatkan keputusan pembelian pada batik Tjokro Bakaran Juwana tanpa dipengaruhi oleh faktor yang lain.

Selain itu juga dibuktikan dari hasil hipotesis yang ternyata nilai t_{hitung} lebih besar jika dibandingkan dengan nilai t_{tabel} (5.200 > 1.986) maka t_{hitung} didaerah tolak (H_0), artinya hipotesis nihil (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. **Sehingga hipotesis ketiga H_3 diterima**, bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel harga (X3) terhadap keputusan pembelian pada batik Tjokro Bakaran Juwana Pati.

[11] Muslichah Erma Widiyana dan Endah Rusmawati, *Op. Cit.*, hal. 63-76.

http://eprints.stainkudus.ac.id

REPOSITORI STAIN KUDUS

Pentingnya menekankan strategi harga karena harga dapat menjadi salah satu alat bersaing yang kuat dalam memenangkan perhatian dan keputusan konsumen jika produk memiliki atribut yang baik. Harga merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Masrita dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Batik Jambi (Suatu Studi di Show Room Dekranasda Provinsi Jambi)" membeuktikan bahwa variabel produk, harga, promosi, dan distribusi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan Pembelian.[12] Pada penelitian ini juga membuktikan bahwa harga mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian industri Tjokro dapat menerapkan strategi harga ini untuk meningkatkan keputusan pembelian.

G. Implikasi Penelitian

1. Teoritis

   Implikasi teoritis dari penelitian ini bermanfaat terhadap pengembangan keputusan pembelian konsumen, menunjukkan bahwa untuk mempengaruhi keputusan pembelian maka industri harus memperhatikan adanya faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.

2. Praktis

   Dalam penelitian memberikan implikasi secara praktis sebagai berikut:

   1) Penelitian ini juga mengindikasikan bahwa desain produk, kualitas produk dan harga dapat memberikan pengaruh pada keputusan pembelian pada batik Tjokro Bakaran Juwana Pati.
   2) Untuk penelitian yang akan datang, diharapkan dapat mempertajam permasalahan mengenai keputusan pembelian konsumen.

[12] Masrita, *Op. Cit.*, hal. 168-182.

http://eprints.stainkudus.ac.id