

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Obyek Penelitian

a. Profil Kerajinan Batok Kelapa Oni Made Craft

Oni Made Craft merupakan usaha yang bergerak dibidang produksi kerajinan batok kelapa. Oni Made Craft bertempat di Desa Ngemplak Gang 2 Rt 02 Rw 01 Kecamatan Undaan Kabupaten Kudus. Usaha ini berawal dari Tiar Bachroni (pemilik Oni Made Craft) melihat sejumlah limbah batok kelapa milik tetangganya yang tidak terpakai dan dibiarkan sehingga menimbulkan pemandangan yang tidak enak di sekitar rumahnya. Karena banyaknya limbah yang dihasilkan dari ibu rumah tangga, muncul ide untuk memanfaatkan batok kelapa menjadi kerajinan tangan sehingga dapat mengurangi limbah batok kelapa. Usaha ini dirintis pada tahun 2015 dan fokus dalam menelateni produk kerajinan tersebut pada tahun 2017 setelah lulus kuliah.

Pemilik Oni Made Craft melakukan produksi kerajinan batok kelapa pada saat itu masih menggunakan alat manual yang berupa gergaji dan amplas. Adapun untuk tempat produksinya berada di belakang rumah, serta produk yang dihasilkan berupa gantungan kunci dalam jumlah sedikit, untuk penjualannya terbatas hanya di kalangan teman, saudara dan tetangga karena pada saat itu pemilik masih coba-coba. Namun lama-kelamaan produksinya sedikit demi sedikit merambah ke pasar dan omset yang diperoleh saat itu diluar perkiraan.

Awal pemasaran kerajinan batok kelapa Oni Made Craft hanya dikalangan keluarga, tetangga dan teman terdekat. Pada waktu itu omset penjualan yang didapatkan masih sedikit dan belum bisa untuk menambahkan modal. Kemudian pemilik usaha mencoba untuk memasarkan produknya ke pasar-pasar tradisional terdekat. Ketika sudah memasarkan produknya di pasar-pasar tradisional ternyata belum begitu banyak peminatnya, namun pemilik usaha terus berusaha dengan menitipkan produknya kepada beberapa penjual di pasar. Setelah hampir beberapa bulan penjualan mulai sepi peminat dan pendapatan yang dihasilkan tidak sesuai

harapan, maka dari kejadian itu pemilik usaha putar otak untuk memasarkan produknya melalui media sosial dan berharap agar produknya bisa laku.

Penjualan produknya Oni Made Craft pertama kali di pasarkan melalui *facebook* Oni Made dan *whatsapp* dengan nomer 08122577498. Pendapatan yang diperoleh lebih banyak dari penjualan di pasar tradisional dan lebih mudah. Oni made terus melakukan perkembangan usahanya di penjualan online agar lebih maju dengan cara terus mempromosikan produknya ke luar dari daerahnya. Produk ini juga pernah tembus sampai ke luar negeri yaitu Filipina pada tahun 2019 dan inggris tahun 2020 produk yang dibeli yaitu mangkok batok kelapa. Seiring berjalannya waktu Oni Made Craft memutuskan untuk memasarkan produknya di beberapa aplikasi *online* seperti : *Facebook* (Oni Made), *Tokopedia* (ONI_MADE), *Shopee* (oni.made), *Lazada* (Istana Batok), dan *Instagram* (@oni.made).

Produk yang dijual Oni Made Craft berupa peralatan makanan seperti mangkok, sendok, cangkir, dan lain-lain. Untuk aksesoris seperti gelang, cincin, lukisan, gantungan kunci, bros, hiasan dinding, relief, kotak tisu, celengan dan miniatur-miniatur tergantung permintaan konsumen karena produknya itu variatif. Untuk harga mulai dari lima ratus rupiah sampai dua juta.¹

b. Visi dan Misi Kerajinan Batok Kelapa Oni Made Craft

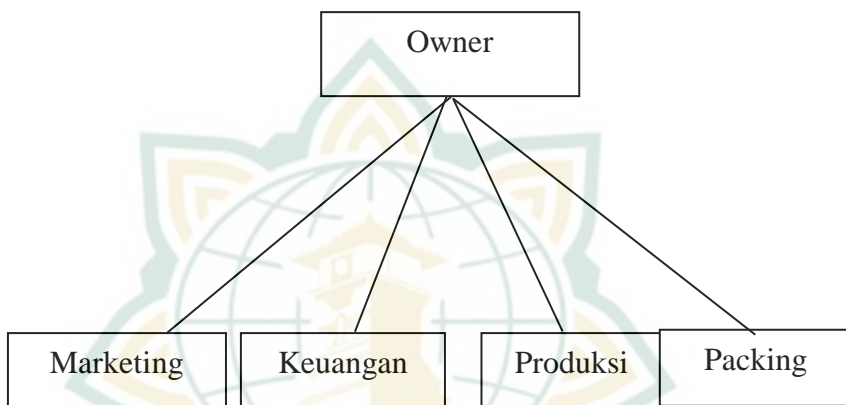
1. Visi Kerajinan Batok Kelapa Oni Made Craft
Bagaimana saya menjadi pribadi yang bermanfaat untuk orang sekitar di mana seorang pemuda harus menjadi pendongkrak gerakan yang ada di sekitarnya kalau sebagai pemuda hanya diam diri tidak peduli dengan sekitar maka lama-lama akan tergerus nilai-nilai gotong royong, nilai-nilai seni dan lain-lain.
2. Misi Kerajinan Batok Kelapa Oni Made Craft
Ingin menjadikan batok kelapa ini sebagai kerajinan batok kelapa yang mendunia dan menjadikan sebuah kampung desa saya menjadi kampung kreatif, ingin

¹ Wawancara dengan Owner Oni Made Craft Kak Tiar Bachroni, Pada tanggal 24 April 2022.

mengajari orang-orang sekitar untuk ikut produksi dan berkarya di bidang batok kelapa meskipun itu membutuhkan waktu yang lama tetapi setidaknya ada misi dimana saya ingin mencapai di titik tersebut.²

c. Struktur Organisasi Kerajinan Batok Kelapa Oni Made Craft

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Oni Made Craft



Dalam melakukan suatu usaha struktur organisasi sangat diperlukan dalam pembagian tugas dari masing-masing karyawan, tujuannya agar dapat mempermudah dalam bekerja secara efektif dan efisien. Adapun pembagian tugas Kerajinan Batok Kelapa Oni Made Craft sebagai berikut:

1. Owner atau pemilik : Tiar Bahroni
2. Marketing : owner dan dibantu 1 orang di mana dia sebagai dropshit atau reseller
3. Keuangan : owner
4. Produksi : owner dan 1 orang
5. Packing : owner dan dibantu orang³

² Wawancara dengan Owner Oni Made Craft Kak Tiar Bachroni, Pada tanggal 24 April 2022.

³ Wawancara dengan Owner Oni Made Craft Kak Tiar Bachroni, Pada tanggal 24 April 2022.

d. Deskripsi Responden

1. Jenis Kelamin Responden

Adapun data responden Oni Made Craft mengenai jenis kelamin, responden terdiri dari dua kelompok yaitu responden laki-laki dan perempuan yang seluruhnya berjumlah 96 responden. Untuk cara penyebarannya dilakukan secara langsung dan melalui google form.

Tabel 4.1
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Responden	Jumlah	Presentase (%)
1	Laki-laki	33	34%
2	Perempuan	63	66%
Jumlah		96	100%

Sumber data: data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.1 di atas, menunjukkan bahwa mayoritas responden dari kerajinan batok kelapa Oni Made Craft adalah perempuan, yaitu sebanyak 63 orang atau 66%, sedangkan sisanya adalah responden laki-laki sebanyak 33 orang atau 34%.

2. Usia Responden

Data mengenai usia responden konsumen kerajinan batok kelapa Oni Made Craft adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Deskripsi Usia Responden

No	Usia	Jumlah	Presentase (%)
1	15-25	37	38%
2	26-35	42	44%
3	36-45	14	15%
4	46-55	3	3%
Jumlah		96	100%

Sumber data: data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.2 di atas, dapat dijelaskan bahwa mayoritas responden berusia 26-35 tahun sebanyak 42 orang atau 44%, sedangkan yang berusia 15-25 tahun sebanyak 37 orang atau 38%, yang berusia 36-45

tahun sebanyak 14 orang atau 15%, dan yang usiannya 46-55 tahun sebanyak 3 orang atau 3%.

3. Pendidikan Responden

Pendidikan yang ditempuh oleh responden dalam penelitian ini bisa dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4.3

Deskripsi Pendidikan Terakhir Responden

No	Pendidikan	Jumlah	Presentase %
1	SD	3	3%
2	SMP	9	9%
3	SMA	62	65%
4	Diploma	3	3%
5	Sarjana	18	19%
6	Magister	1	1%
Jumlah		96	100%

Sumber data: data primer yang diolah, 2022

Data tabel 4.3 terlihat bahwa mayoritas pendidikan terakhir responden yaitu lulus SMA sebanyak 62 orang atau 65% responden, responden lulusan SD sebanyak 3 orang atau 3%, responden lulusan SMP sebanyak 9 orang atau 9%, responden lulusan Diploma sebanyak 3 orang atau 3%, responden lulusan Sarjana sebanyak 18 orang atau 19%, responden lulusan Magister sebanyak 1 orang atau 1%.

4. Pekerjaan Responden

Berdasarkan pekerjaan responden Oni Made Craft dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.4

Deskripsi Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Jumlah	Presentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	25	26%
2	Karyawan	26	28%
3	Wiraswasta	10	10%
4	PNS	6	6%
5	Lainnya	29	30%
Jumlah		96	100%

Sumber data: data primer yang diolah, 2022

Dari tabel 4.4 diatas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden yang bekerja sebagai lainnya

sebanyak 29 orang atau 30%, responden yang bekerja sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 25 orang atau 26%, responden yang bekerja sebagai karyawan sebanyak 26 orang atau 28%, responden yang bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 10 orang atau 10%, dan responden yang bekerja sebagai PNS sebanyak 6 orang atau 6%. Jadi rata-rata responden yang memiliki pekerjaan sebagai lainnya yang paling banyak atau mendominasi konsumen kerajinan batok kelapa pada Oni Made Craft.

e. Deskripsi Hasil Data Penelitian

Dari hasil masing-masing jawaban responden mengenai pengaruh inovasi produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk kerajinan batok kelapa pada Oni Made Craft adalah sebagai berikut:

1. Inovasi Produk

Tabel 4.5
Hasil Jawaban Responden
Variabel Inovasi Produk (X1)

Item	S		%		T		%	
	S	%	S	%	S	%	ST	%
X1.1	36	38%	59	61%	1	1%	0	0%
X1.2	33	34%	58	60%	4	4%	1	1%
X1.3	29	30%	63	66%	3	3%	1	1%
X1.4	39	41%	49	51%	8	8%	0	0%
X1.5	36	38%	59	61%	1	1%	0	0%
X1.6	21	22%	58	60%	17	18%	0	0%

Sumber data: data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan data diatas, hasil penelitian pengaruh inovasi produk menunjukkan bahwa:

- a. Pada item pertama, 38% responden menyatakan sangat setuju bahwa kerajinan batok kelapa Oni Made Craft mempunyai produk unggulan yang baru, 61% responden menyatakan setuju, 1%

- responden menyatakan tidak setuju, dan 0% responden menyatakan setuju.
- b. Item kedua, 34% responden menyatakan sangat setuju bahwa kerajinan batok kelapa Oni Made Craft memiliki produk-produk yang tidak ketinggalan zaman, 60% responden menyatakan setuju, 4% responden menyatakan tidak setuju, serta 1% responden menyatakan sangat tidak setuju.
 - c. Item ketiga, 30% responden menyatakan sangat setuju bahwa kerajinan batok kelapa Oni Made Craft melakukan modifikasi pada produk lamanya, 66% responden menyatakan setuju, 3% responden menyatakan tidak setuju, dan 1% responden menyatakan sangat tidak setuju.
 - d. Item keempat, 41% responden menyatakan sangat setuju bahwa kerajinan batok kelapa Oni Made Craft mampu menciptakan berbagai macam produk baru yang belum ada di pasaran, 51% responden menyatakan setuju, 8% responden menyatakan tidak setuju, serta 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.
 - e. Item kelima, 38% responden menyatakan sangat setuju bahwa kerajinan batok kelapa Oni Made Craft memiliki motif dan produk yang dihasilkan sangat bervariasi, 61% responden menyatakan setuju, 1% responden menyatakan tidak setuju, dan 0% menyatakan sangat tidak setuju.
 - f. Item keenam, 22% responden menyatakan sangat setuju bahwa produk Oni Made Craft mudah ditemukan di pasaran, 60% responden menyatakan setuju, 18% responden menyatakan tidak setuju, serta 0% menyatakan sangat tidak setuju.

2. Kualitas Produk

Tabel 4.6
Hasil Jawaban Responden
Variabel Kualitas Produk (X2)

Item	S	%	S	%	T	%	ST	%
	S				S		S	
X2.1	40	42%	5	56%	2	2%	0	0%

X2.2	39	41 %	5 5	57 %	2	2 %	0	0 %
X2.3	40	42 %	5 4	56 %	2	2 %	0	0 %
X2.4	25	26 %	6 9	72 %	2	2 %	0	0 %
X2.5	30	31 %	6 1	64 %	4	4 %	1	1 %
X2.6	20	21 %	6 7	70 %	7	7 %	2	2 %

Sumber data: data primer yang diolah, 2022

Hasil penelitian terhadap kualitas produk menunjukkan bahwa:

- a. Item pertama, 42% responden menyatakan sangat setuju bahwa kerajinan batok kelapa Oni Made Craft mempunyai bentuk yang unik, 56% responden menyatakan setuju, 2% responden menyatakan tidak setuju, dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.
- b. Item kedua, 41% responden menyatakan sangat setuju bahwa produk kerajinan Oni Made Craft menggunakan bahan batok kelapa yang berkualitas, 57% responden menyatakan setuju, 2% responden menyatakan tidak setuju, dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.
- c. Item ketiga, 42% responden menyatakan sangat setuju bahwa produk kerajinan batok kelapa yang dihasilkan Oni Made Craft mempunyai corak yang rapi dan dikerjakan dengan teliti sehingga mampu menarik konsumen, 56% responden menyatakan setuju, 2% responden menyatakan tidak setuju, serta 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.
- d. Item keempat, 26% responden menyatakan sangat setuju bahwa produk Oni Made Craft menawarkan kualitas produk yang sesuai dengan standart, 72% responden menyatakan setuju, 2% responden menyatakan tidak setuju, dan 0% menyatakan sangat tidak setuju.
- e. Item kelima, 31% responden menyatakan sangat setuju bahwa produk Oni Made Craft memiliki

daya tahan yang baik, 64% responden menyatakan setuju, 4% responden menyatakan tidak setuju, serta 1% responden menyatakan sangat tidak setuju.

- f. Item keenam, 21% responden menyatakan sangat setuju bahwa perawatan produk Oni Made Craft sangat mudah, 70% responden menyatakan setuju, 7% menyatakan tidak setuju, serta 2% responden menyatakan sangat tidak setuju.

3. Keputusan Pembelian

Tabel 4.7
Hasil Jawaban Responden
Variabel Keputusan Pembelian

Item	SS		S		T		STS	
	SS	%	S	%	T	%	STS	%
Y.1	30	31%	64	67%	0	0%	2	2%
Y.2	35	36%	61	64%	0	0%	0	0%
Y.3	28	29%	67	70%	1	1%	0	0%
Y.4	29	30%	66	69%	1	1%	0	0%

Sumber data: data primer yang diolah, 2022

Hasil penelitian terhadap keputusan pembelian menunjukkan bahwa:

- a. Item pertama, 31% responden menyatakan sangat setuju bahwa responden ingin menggunakan produk kerajinan batok kelapa Oni Made Craft karena saya membutuhkannya sesuai keinginan saya, 67% responden menyatakan setuju, 0% responden menyatakan tidak setuju, dan 2% responden menyatakan sangat tidak setuju.
- b. Item kedua, 36% responden menyatakan sangat setuju bahwa responden tertarik untuk membeli produk kerajinan batok kelapa Oni Made Craft karena memiliki tampilan unik dan has yang berbeda dengan kerajinan batok kelapa lainnya, 64% responden menyatakan setuju, 0% responden menyatakan tidak setuju, serta 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

- c. Item ketiga, 29% responden menyatakan sangat setuju bahwa responden merekomendasikan produk kerajinan batok kelapa Oni Made Craft kepada orang lain, keluarga dan sahabat untuk membeli produknya karena memiliki kualitas yang baik, 70% reponden menyatakan setuju, 1% responden menyatakan tidak setuju, serta 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.
- d. Item keempat, 30% responden menyatakan sangat setuju bahwa responden memesan kembali berbagai produk kerajinan batok kelapa Oni Made Craft karena saya merasa puas dengan hasil yang diberikan, 69% responden menyatakan setuju, 1% responden menyatakan tidak setuju, dan 0% menyatakan sangat tidak setuju.

2. Analisis Data

a. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas instrument

1. Uji validitas

Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketepatan dalam mengumpulkan data kuisioner. Dalam menguji validitas dan reliabilitas instrumen, penulis menggunakan analisis melalui program SPSS versi 26. Penentuan valid ataupun tidaknya suatu item yang digunakan, maka peneliti harus membandingkan r hitung dengan r tabel yaitu dengan hasil r hitung dibandingkan dengan r tabel dimana $df = n-2$ dengan signifikansi 5 atau 0,5%, jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ maka dikatakan valid.⁴ Berikut ini merupakan hasil pengujian validitas sebesar 96 responden. Hasil analisis dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 8
Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Inovasi Produk (X1)	X1.1	0,590	0,2006	Valid
	X1.2	0,675	0,2006	Valid
	X1.3	0,611	0,2006	Valid
	X1.4	0,572	0,2006	Valid
	X1.5	0,651	0,2006	Valid

⁴ V. Wiratna Sujawerni, 192.

	X1.6	0,516	0,2006	Valid
Kualitas Produk (X2)	X2.1	0,680	0,2006	Valid
	X2.2	0,698	0,2006	Valid
	X2.3	0,723	0,2006	Valid
	X2.4	0,736	0,2006	Valid
	X2.5	0,725	0,2006	Valid
	X2.6	0,635	0,2006	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y.1	0,663	0,2006	Valid
	Y.2	0,723	0,2006	Valid
	Y.3	0,700	0,2006	Valid
	Y.4	0,721	0,2006	Valid

Sumber data: data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil uji validitas, di mana taraf signifikansi yang digunakan adalah 0,05 (5%) dengan diperoleh nilai r hitung dan r tabel, r tabel diperoleh dari r tabel statistik dengan nilai $df = (N-2) = 96-2 = 94$ ($df=N-2$, di mana N adalah jumlah responden sebanyak 96 orang). Sehingga dalam penelitian ini diperoleh r tabel yaitu 0,2006. Data dinyatakan valid yaitu jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,2006). Jadi pada tabel di atas menunjukkan bahwa semua pertanyaan pada variabel dependen dan independen dinyatakan valid, karena dilihat nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur kuisioner yang merupakan indikator dari perubahan. Di mana resliabilitas instrument juga merupakan hasil pengukuran yang bisa dipercaya dan dipakai untuk memperoleh data yang sesuai tujuan pengukuran. Pada uji ini menggunakan uji statistic *cronbach alpha*. *Cronbach alpa* merupakan skala pada konsistensi internal atau keamatan ikatan pada suatu data yang di namakan kesatuan dalam konsep. Variabel penelitian dapat di katakan reliabel jika hasil *cronbach alpa* $> 0,60$.⁵

Untuk menguji reliabilitas instrument responden yang digunakan sebesar 96 orang, penulis

⁵ V. Wiratna Sujawerni, 192.

menggunakan analisis SPSS versi 26 dengan hasil pengujian reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 4.9

Hasil Uji Reliabilitas Responden

Variabel	Alpha standar	Nilai Cornbach Alpha	Keterangan
Inovasi Produk (X1)	0,60	0,641	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	0,60	0,787	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,60	0,649	Reliabel

Sumber data: data primer yang diolah, 2022

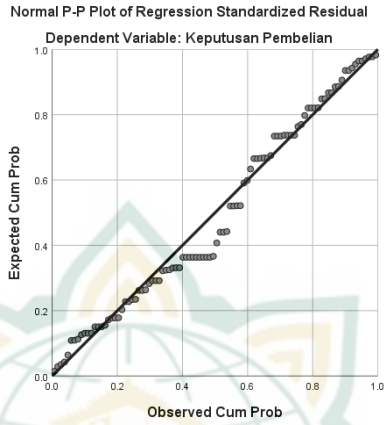
Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Cornbach Alpha* $> 0,60$, dari hasil pengujian tersebut diketahui variabel penelitian yang pertama yaitu inovasi produk (X1) mempunyai nilai *cornbach alpa* sebesar $0,641 > 0,60$, kedua variabel kualitas produk (X2) mempunyai nilai *cornbach alpa* sebesar $0,787 > 0,60$, ketiga variabel keputusan pembelian (Y) memiliki nilai *cornbach alpa* sebesar $0,649 > 0,60$. Maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel {X1 (inovasi produk), X2 (kualitas produk), Y (keputusan pembelian)} tersebut reliabel karena nilai *cornbach alpa* $> 0,60$.

b. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

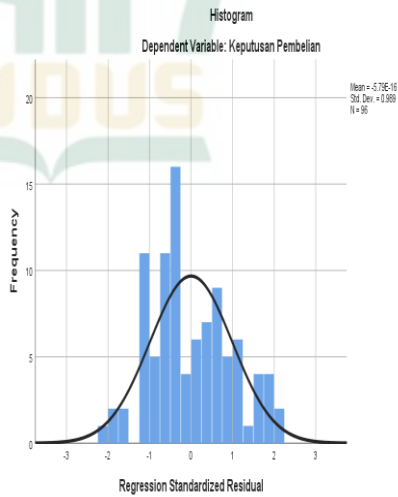
Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik jika memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Berikut merupakan hasil uji normalitas dengan program SPSS pada gambar berikut:

Gambar 4.2
Hasil Uji Normalitas dengan Normal Probability Plot



Sumber data: data primer yang diolah, 2022
 Berdasarkan gambar *normal probability plot* menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka menunjukkan pada distribusi normal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 4.3
Hasil Uji Normalitas dengan Histogram



Sumber data: data primer yang diolah,
2022

Pada grafik histogram menyatakan bahwa grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal, maka regresi tersebut memenuhi syarat normalitas.

2. Hasil Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas terdapat hubungan atau saling berkorelasi. Cara yang dilakukan agar dapat mendeteksi gejala multikolinieritas yaitu dengan melihat VIF (*variance inflation factor*), jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10, maka tidak terjadi multikolinieritas. Hasil pengujiannya antara lain:

Tabel 4.10
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Collineary Statistic	
	Tolerance	VIF
Inovasi Produk (X1)	0,662	1,510
Kualitas Produk (X2)	0,662	1,510

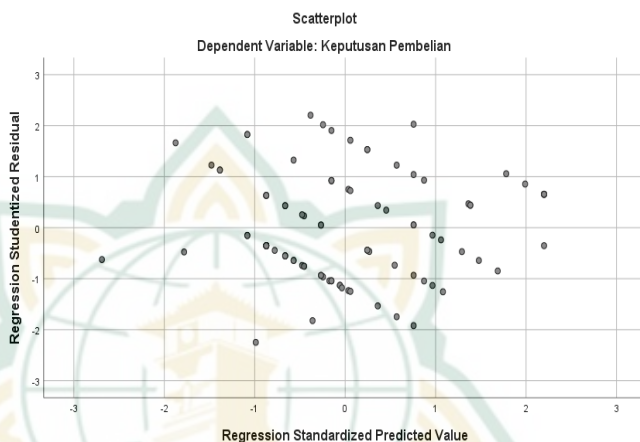
Sumber data: data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil pengujian multikolinieritas di atas, menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas pada semua variabel penjelas model regresi yang digunakan yaitu inovasi produk dan kualitas produk, karena pada variabel inovasi produk mempunyai nilai VIF $1,510 < 10$ dan nilai *tolerance* $0,662 > 0,10$, sehingga tidak terjadi multikolinieritas. Untuk variabel kualitas produk mempunyai nilai VIF $1,510 < 10$ dan nilai *tolerance* $0,662 > 0,10$, sehingga tidak terjadi multikolinieritas. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai VIF kurang dari angka 10 dan *tolerance value* lebih besar dari 0,10 sehingga tidak terjadi gejala multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi.

Gambar 4.4
Hasil Uji Heteroskedastisitas (Grafik Scatterplot)



Sumber data: data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan grafik *scatterplot* tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat pola yang jelas serta titik-titik menyebar secara acak yang tersebar di bawah dan di atas angka 0 (nol) pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

Peneliti juga menggunakan uji heteroskedastisitas dengan uji glejser untuk mendukung hasil tersebut. Adapun pengambilan keputusan uji glejser antara lain yaitu:

- a) Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.
- b) Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka kesimpulannya adalah terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.⁶

⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 21*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013) 142-143.

Tabel 4.11
Hasil Uji Gejser

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	1.045	.583		1.794	.076
	Inovasi Produk	-.001	.034	-.002	-.016	.987
	Kualitas Produk	-.009	.030	-.039	-.304	.762

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber data: data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan uji tersebut diketahui nilai signifikan dari variabel Inovasi Produk adalah sebesar 0,987, serta untuk variabel Kualitas Produk adalah sebesar 0,762. Dilihat dari hasilnya semua variabel memiliki nilai signifikan lebih dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

c. Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen yaitu inovasi produk dan kualitas produk dengan variabel terikat yaitu keputusan pembelian produk kerajinan batok kelapa pada Oni Made Craf. Dari hasil yang diperoleh menggunakan SPPSS 26 seperti tabel dibawah ini yaitu:

Tabel 4.12
Nilai Koefisien Regresi

Variabel	B	Nilai Signifikan
Konstanta	3,382	0,003
Inovasi Produk (X1)	0,204	0,002
Kualitas Produk (X2)	0,295	0,000

Sumber data: data primer yang diolah, 2022

Dari tabel diatas diperoleh persamaan regresi pengaruh inovasi produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk kerajinan batok kelapa pada Oni Made Craft yaitu sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$= 3,382 + 0,204 X_1 + 0,295 X_2$$

Dimana:

Y = Keputusan Pembelian

X₁ = Inovasi Produk

X₂ = Kualitas Produk

b₁ = Koefisien regresi untuk Inovasi Produk

b₂ = Koefisien regresi untuk Kualitas Produk

a = Konstanta

persamaan di atas dapat disimpulkan sebagai berikut ini:

- a) Nilai a (konstanta) sebesar 3,382 merupakan konstanta atau keadaan saat variabel keputusan pembelian belum dipengaruhi oleh variabel lainnya yaitu variabel inovasi produk (X1) dan kualitas produk (X2). Jika variabel independen tidak ada maka variabel keputusan pembelian tidak mengalami perubahan.
- b) b₁ (nilai koefisien regresi X1) merupakan variabel inovasi produk (X1) sebesar 0,204, menunjukkan bahwa variabel inovasi produk mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel inovasi produk maka akan mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 0,204.

- c) b_2 (nilai koefisien regresi X_2) merupakan variabel kualitas produk (X_2) sebesar 0,295, menunjukkan bahwa variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel kualitas produk maka akan mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 0,295.

2. Uji t Parsial

Uji parsial (uji t) ini yang terdapat dalam hasil perhitungan statistik ditunjukkan dengan t hitung. Pengujian regresi ini digunakan pengujian dua arah untuk mendapatkan nilai t tabel. Apabila nilai signifikan $< 0,05$ atau nilai t hitung $> t$ tabel, maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y (begitu juga sebaliknya).

$$\begin{aligned}
 t \text{ tabel} &= t (\alpha/2 : n-k-1) \\
 \alpha = 5\% &= t (0,05/2 : 96-2-1) \\
 &= t (0,025 : 96-2-1) \\
 &= t (0,025 : 93) \\
 &= 1,986
 \end{aligned}$$

Tabel 4.13
Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients			T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.382	1.089		3.105	.003
	Inovasi Produk	.204	.063	.298	3.237	.002
	Kuali	.29	.057	.476	5.18	.000

	tas Prod uk	5			0	
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						

Sumber data: data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan hasil output SPSS diatas dapat diketahui bahwa:

- a. Pengaruh Inovasi produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Sesuai dengan tabel 4.13 yaitu diketahui hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai t hitung 3,237 dengan t tabel 1,986 dan signifikansi 0,002 berada dibawah 0,05 tingkat signifikansi. Ini berarti pengaruh Inovasi Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah ($0,002 < 0,05$) dan nilai t hitung lebih besar dari nilai tabel ($3,237 > 1,986$), sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti dalam penelitian menyatakan bahwa variabel Inovasi Produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).

- b. Pengaruh Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Diketahui bahwa hasil pengujian statistik kualitas produk terhadap keputusan pembelian menunjukkan nilai t hitung 5,180 dengan t tabel 1,986 dan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($5,180 > 1,986$), sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima yang berarti bahwa variabel kualitas produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

3. Uji F Parameter Simultan

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel independen. Apabila nilai signifikan $< 0,05$ atau nilai F hitung $> F$ tabel, maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y (begitu juga sebaliknya)

$$F \text{ tabel} = F(k : n-k-1)$$

$$= F (2 : 96-2-1)$$

$$= F (2 : 93)$$

$$= 3,094$$

Tabel 4.14
Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	90.124	2	45.062	42.891	.000 ^b
	Residual	97.709	93	1.051		
	Total	187.833	95			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Inovasi Produk						

Sumber data: data primer yang diolah, 2022

- c. Pengaruh Inovasi Produk (X1) dan Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Dari tabel 4.14 terdapat uji ANOVA atau F, diketahui nilai F hitung 42,891 dan f tabel sebesar 3,094. Menunjukkan bahwa nilai signifikan untuk pengaruh Inovasi Produk (X1) dan Kualitas Produk (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $42,891 > 3,094$ nilai f tabel. Hal tersebut membuktikan bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Inovasi Produk (X1) dan Kualitas Produk (X2) secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

4. Uji Koefisien Determinan (R²)

Uji koefisien determinan (R²) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan menerangkan variasi variabel dependen. Berikut hasil analisisnya menggunakan spss sebagai berikut:

Tabel 4.15

Hasil Koefisien Determinan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.693 ^a	.480	.469	1.02500
a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Inovasi Produk				

Sumber data: data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.15 diketahui nilai R square adalah 0,480 atau 48,0% yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang simultan antara variabel X1 dan X2 terhadap variabel Y sebesar 48,0% , sedangkan untuk sisanya 100% - 48,0% = 0,52 atau 52,0 % dipengaruhi variabel lain.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini melibatkan sebanyak 96 responden yang telah bersedia mengisi kuisisioner mengenai indikator-indikator pengaruh inovasi produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Dengan pengujian validitas dan reliabilitas, kuisisioner penelitian yang digunakan terbukti valid dan reliabel. Berikut hasil analisis berdasarkan data dan informasi yang diperoleh dan telah diolah menggunakan SPSS.

1. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian

Inovasi produk merupakan salah satu hal yang perlu dilakukan oleh perusahaan karena banyaknya pesaing yang menawarkan berbagai produk sejenis namun dengan inovasi terbaru. Salah satu tujuan inovasi produk adalah untuk memenuhi tuntutan pasar dan menjadikan inovasi produk sebagai keunggulan bersaing perusahaan. Konsumen

seringkali menginginkan produk yang inovatif sesuai dengan keinginannya.⁷

Hasil uji statistik variabel inovasi produk terhadap keputusan pembelian kerajinan batok kelapa Oni Made Craft, berdasarkan t hitung $>$ t tabel ($3,237 > 1,986$), dengan tingkat signifikansi ($0,002 < 0,05$) dan koefisien regresi $0,204$. Inovasi produk secara parsial merupakan variabel bebas yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai t hitungnya positif artinya Inovasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Oni Made Craft. Yang menunjukkan adanya inovasi produk yang dilakukan kerajinan batok kelapa pada Oni Made Craft dapat mendorong konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Dewanto bahwa inovasi produk merupakan hasil dari suatu perusahaan atau industri mengembangkan suatu produk baru, baik yang sudah ada maupun belum. Hal ini dilakukan karena produk yang berumur panjang telah mencapai titik jenuh di pasar sehingga membutuhkan inovasi produk untuk menggantikan produk laman. Alternatif ini bisa menjadi pengganti yang lengkap, atau bisa dibuat lebih modern seiring dengan berkembangnya produk lama untuk meningkatkan keinginan konsumen dalam keputusan pembelian.

Hasil penelitian mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Harun Al Rasyid dan Agus Tri Indah pada tahun (2018) yang berjudul "*Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan*" menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan inovasi produk terhadap keputusan pembelian

2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melakukan berbagai fungsi, termasuk daya tahan, keandalan, akurasi, dan kemudahan penggunaan. Kualitas produk menggambarkan sejauh mana suatu produk memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen. Untuk mencapai

⁷ Tarmizi Gadeng Tuwisna dan Nadiatul Husna, "Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Printer Merek Epson Pada Toko Dunia Komputer Banda Aceh", *Jurnal Ilmiah Manajemen Muhammadiyah Aceh (JIMMA)* 10, no. 1, (2020): 2.

kualitas produk yang diharapkan, diperlukan standar kualitas. Hal ini bertujuan agar produk yang dihasilkan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan sehingga konsumen tidak kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan.⁸

Hasil pengujian statistik variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk kerajinan batok kelapa pada Oni Made Craft, berdasarkan nilai t hitung $>$ t tabel ($5,180 > 1,986$), dengan tingkat signifikansi ($0,000 < 0,05$) serta koefisien regresi $0,295$. Secara parsial kualitas produk merupakan variabel bebas yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan t hitung positif artinya Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Oni Made Craft. Artinya semakin berkualitas suatu produk maka keputusan pembelian semakin meningkat. Indikator-indikator yang harus diperhatikan pada Oni Made Craft dalam mendorong konsumen untuk melakukan keputusan pembelian yaitu bentuk, fitur, kualitas kinerja, mutu yang memenuhi syarat, daya tahan, dan perawatan yang mudah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Prajati, kualitas produk adalah keadaan dimana suatu barang mempunyai nilai berdasarkan ukuran yang telah ditentukan. Semakin memenuhi standar yang ditetapkan, maka semakin tinggi nilai kualitas barang tersebut. Kualitas produk yang baik adalah yang mampu menyediakan produk yang memenuhi keinginan dan harapan dari pelanggannya.

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Meilina Boediono, Sonata Christian, dan Dewi Mustikasari Immanuel pada tahun (2018) yang berjudul “*Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sealantwax*” menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

3. Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Inovasi produk dan Kualitas Produk merupakan hal yang penting untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Dari uji F pada tabel 4.14 diperoleh nilai F tabel = $3,094$ dengan nilai signifikan untuk pengaruh Inovasi Produk (X_1)

⁸ Rini Astuti dkk, “Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse”, *Jurnal AKMAMI* 2, no. 2, (2021) :205-206

dan Kualitas Produk (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $42,891 > 3,094$ nilai f tabel. Hal tersebut membuktikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh variabel Inovasi Produk (X1) dan Kualitas Produk (X2) secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Hasil penelitian ini mendukung hipotesis alternatif bahwa “inovasi produk dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian”. Hasil penelitian ini memberikan bukti bahwa inovasi produk dan kualitas produk dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen untuk Oni Made Craft, di saat banyak bisnis menjadi lebih komtititif dan teknologi maju begitu pesat sehingga perusahaan akan tumbuh ke titik di mana. Artinya, produk tersebut pada akhirnya akan berkembang dan sulit dibedakan dengan produk lain. Tidak hanya kualitas produk yang dibutuhkan, inovasi produk juga diperlukan untuk mempertahankan posisinya di pasar, oleh karena itu perlu adanya strategi yang tepat yaitu dengan melakukan inovasi produ. Jadi, variabel inovasi produk dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Oni Made Craft.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Tarmizi Gadeng Tuwisna dan Nadiatul Husna pada tahun (2020) yang berjudul “*Pengaruh Inovasi Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Printer Merek Epson Pada Toko Dunia Komputer Banda Aceh*”, menjelaskan bahwa “inovasi produk dan kualitas produk secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian”.