

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Obyek Penelitian

a. Sarung Batik Mahda

Sarung Batik Mahda berasal dari kota Pekalongan tepatnya di kelurahan Jenggot, kecamatan Pekalongan Selatan. Kota Pekalongan terkenal sebagai Kota Batik hingga masuk dalam jaringan kota kreatif UNESCO kategori *crafts and folk art* (2014) dengan *city branding*-nya *World's City of Batik*. Sarung batik pun telah menjadi atribut sehari-hari para santri maupun masyarakat umum di kota Pekalongan bahkan luar kota Pekalongan sehingga penjualan sarung batik pun kian diminati dan telah menembus pasar global khususnya kawasan Asia yang diekspor ke Singapura, Malaysia, Thailand, Korea, Tiongkok, Hongkong, India, Saudi Arabia, Dubai dan diharapkan pula dapat meluas hingga pasar afrika.¹ Adapun Sarung Batik Mahda merupakan salah satu merek produk sarung batik dari puluhan merek sarung batik yang ada di kota Pekalongan. Sarung Batik Mahda dihasilkan dari produksi rumahan sejak 2014 oleh bapak H. Huda. Pemilik menyadari batik pekalongan memiliki harga yang cukup tinggi dengan motif yang monoton, sehingga pemilik menginovasikan dan memproduksi sebuah sarung batik yang cukup ekonomis bersahabat dikantong semua kalangan dengan beragam corak dan kualitas yang baik. Sedangkan karakteristik yang dimiliki oleh Sarung Batik Mahda antara lain yaitu bahan awet, nyaman dipakai serta warna tidak cepat pudar karena dibuat dari kain katun primissima candimekar dan kain katun lokatex dengan konstruksi ketebalan 110/70 dengan ukuran 220 x 120 cm (dewasa) dan 180 x 100 cm (anak-anak). Adapun harga Sarung Batik Mahda

¹ Newswire, "Sarung Batik Pekalongan Diterima Pasar Global", Solopos.com, 1 Desember, 2019, <https://www.solopos.com/sarung-batik-pekalongan-diterima-pasar-global-1034045>

dimulai dari Rp 65.000 sampai dengan Rp 200.000 menurut data dari Priceza.co.id yang di-update pada tanggal 28 Agustus 2022 (<https://www.priceza.co.id/s/harga/sarung-batik-mahda-pekalongan>).

Gambar 4. 1 Sarung Batik Mahda



b. Karakteristik Responden

Responden pada riset ini yakni santri pondok pesantren Al-Mustaqim di Jepara. Pondok pesantren Al-Mustaqim yang berada dalam asuhan K. Habiburrahman merupakan suatu lembaga yang terdapat dalam naungan Yayasan Muhsin Ali yang mana juga menaungi lembaga pendidikan lainnya antara lain yaitu TPQ Al-Mustaqim, Muhadharah Diniyyah Wustho dan Ulya Al-Mustaqim, MTs. NU Al-Mustaqim, MA. NU Al-Mustaqim serta BLKK Yayasan Muhsin Ali.

Gambar 4. 2 Pondok pesantren Al-Mustaqim

Jl. Raya Pasar Lama Bugel, Bugel Rt. 05/ Rw. 02
Kec. Kedung, Kab. Jepara

Adapun susunan organisasi pondok pesantren

Al-Mustaqim tahun 2022 yaitu:

Pengasuh : K. Habiburrahman
Pembimbing : Ibu Nyai Hj. Marfuatin
Ust. H. Ahmad Najib
Ust. H. David Ali, S.Pd.I.
Ust. H. Sholahuddin, M.A.
Ust. H. Ahmadun Anwar
Musyrifah : Maftukhatul Islamiyah

Dari hasil survei yang telah dijalankan oleh peneliti dengan menyebarkan kuesioner kepada 65 responden, didapatkan karakteristik responden yang dikelompokkan sesuai kriteria sebagai berikut:

1) Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Gender

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Perempuan	65	100%
Laki-laki	0	0%
Total	65	100%

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 23, 2022

Dari tabel tersebut dinyatakan jika semua responden berjenis kelamin perempuan dikarenakan

penelitian hanya berfokus pada santriwati pondok pesantren Al-Mustaqim.

2) Umur Responden

Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Umur

Umur	Frekuensi	Presentase
12-15 tahun	34	52,3%
15-20 tahun	28	43,1%
20-25 tahun	3	4,6%
Total	65	100%

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 23, 2022

Dari tabel tersebut dinyatakan jika rata-rata responden berumur 12 - 15 tahun sejumlah 34 orang (52,3%), berumur 15 - 20 tahun sejumlah 28 orang (43,1%) dan berusia 20 - 25 tahun sejumlah 3 orang (4,6%).

3) Uang saku perbulan Responden

Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Uang Saku/Bulan

Uang saku/bulan	Frekuensi	Presentase
< Rp 200.000	19	29,2%
Rp 200.000 – Rp 500.000	42	64,6%
>Rp 500.000	4	6,2%
Total	65	100%

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 23, 2022

Dari tabel diatas diketahui bahwa rata-rata uang saku yang diterima responden dalam tiap bulan yang berkisar kurang dari Rp 200.000 sejumlah 19 orang (29,2%), yang berkisar antara Rp 200.000 - Rp 500.000 sejumlah 42 orang (64,6%) dan yang berkisar lebih dari Rp 500.000 sejumlah 4 orang (6,2%).

2. Deskripsi Hasil Data Penelitian

Berikut adalah hasil penelitian dari tiap-tiap respon responden mengenai kualitas produk, harga dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian:

Tabel 4. 4 Deskripsi Hasil Data Penelitian

Variabel	Item	STS	%	TS	%	N	%	S	%	SS	%
Kualitas Produk (X1)	X1.1	5	7,7	7	10,8	18	27,7	30	46,2	5	7,7
	X1.2	3	4,6	16	24,6	13	20,0	31	47,7	2	3,1
	X1.3	10	15,4	15	23,1	18	27,7	19	29,2	3	4,6
	X1.4	4	6,2	17	26,2	14	21,5	22	43,1	2	3,1
	X1.5	5	7,7	31	47,7	14	21,5	15	21,5	1	1,5
	X1.6	1	1,5	27	41,5	9	13,8	26	40,0	2	3,1
	X1.7	4	6,2	23	35,4	10	15,4	26	40,0	2	3,1
	X1.8	3	4,6	20	30,8	9	13,8	30	46,2	3	4,6
	X1.9	2	3,1	12	18,5	8	12,3	34	52,3	9	13,8
Harga (X2)	X2.1	5	7,7	15	23,1	8	12,3	24	36,9	13	20,0
	X2.2	2	3,1	13	20,0	7	10,8	28	43,1	15	23,1
	X2.3	0	0	5	7,7	6	9,2	39	60,0	15	23,1
	X2.4	1	1,5	6	9,2	6	9,2	38	50,8	19	29,2
	X2.5	2	3,1	9	13,8	5	7,7	37	47,7	18	27,7
	X2.6	2	3,1	8	12,3	5	7,7	32	49,2	18	27,7
	X2.7	2	3,1	4	6,2	4	6,2	36	55,4	19	29,2
Gaya Hidup (X3)	X3.1	3	4,6	5	7,7	8	12,3	38	58,5	11	16,9
	X3.2	2	3,1	8	12,3	8	12,3	37	56,9	10	15,4
	X3.3	2	3,1	7	10,8	3	4,6	38	58,5	15	23,1
	X3.4	0	0	10	15,4	2	3,1	38	58,5	15	23,1
	X3.5	0	0	15	23,1	1	1,5	39	59,2	20	30,8
	X3.6	1	1,5	1	1,5	7	10,8	22	33,8	22	33,8

	6			5	1		8	0	8		8
	X3.7	3	4,6	9	13,8	12	18,5	22	33,8	19	29,2
Keputusan Pembelian (Y)	Y.1	2	3,1	11	16,9	13	20,0	36	55,4	3	4,6
	Y.2	4	6,2	6	9,2	23	35,4	30	46,2	2	3,1
	Y.3	3	4,6	17	26,2	18	27,7	25	38,5	2	3,1
	Y.4	1	1,5	11	16,9	17	26,2	34	52,3	2	3,1
	Y.5	2	3,1	18	27,7	16	24,6	28	43,1	1	1,5
	Y.6	2	3,1	15	23,1	13	20,0	32	49,2	3	4,6
	Y.7	2	3,1	12	18,5	14	21,5	35	53,8	2	3,1
	Y.8	3	4,6	8	12,3	17	26,2	30	46,2	7	10,8

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 23, 2022

a) Variabel Kualitas Produk

Berdasarkan data diatas menunjukkan jika item (X1.1) responden menanggapi sangat setuju 5, setuju 30, dan netral 18, tidak setuju 7, dan sangat tidak setuju 5, menunjukkan responden rata-rata setuju bahwa Sarung Batik Mahda memiliki kualitas yang baik. Item (X1.2) responden menanggapi sangat setuju 2, setuju 31, netral 13, tidak setuju 16, dan sangat tidak setuju 3, menunjukkan responden rata-rata setuju bahwa Sarung Batik Mahda nyaman digunakan seharian penuh. Item (X1.3) responden menanggapi sangat setuju 3, setuju 19, netral 18, tidak setuju 15, dan sangat tidak setuju 10, menunjukkan responden rata-rata setuju bahwa Sarung Batik Mahda tidak terasa panas (gerah) saat dipakai dalam jangka waktu yang lama. Item (X1.4) responden menanggapi sangat setuju 2, setuju 28, netral 14, tidak setuju 17, dan sangat tidak setuju 4, menunjukkan responden rata-rata setuju bahwa Sarung Batik Mahda memiliki bahan berkualitas baik yang tidak menerawang saat dipakai. Item (X1.5) responden menanggapi sangat setuju 1, setuju 14, netral 14, tidak setuju 31, dan sangat tidak setuju 5, menunjukkan responden rata-rata tidak setuju bahwa Sarung Batik

Mahda cocok dipadukan dengan baju warna apapun. Item (X1.6) responden menanggapi sangat setuju 2, setuju 26, netral 9, tidak setuju 27, dan sangat tidak setuju 1, menunjukkan responden rata-rata tidak setuju bahwa Warna Sarung Batik Mahda tidak cepat pudar. Item (X1.7) responden menanggapi sangat setuju 2, setuju 26, netral 10, tidak setuju 23, dan sangat tidak setuju 4, menunjukkan responden rata-rata setuju bahwa Sarung Batik Mahda mudah diperbaiki jika rusak (mudah dijahit jika sobek). Item (X1.8) responden menanggapi sangat setuju 3, setuju 30, netral 9, tidak setuju 20, dan sangat tidak setuju 3, menunjukkan responden rata-rata setuju bahwa Sarung Batik Mahda mudah dalam perawatannya. Item (X1.9) responden menanggapi sangat setuju 9, setuju 34, netral 8, tidak setuju 12, dan sangat tidak setuju 2, menunjukkan responden rata-rata setuju bahwa Sarung Batik Mahda memiliki banyak motif yang menarik.

b) Variabel Harga

Berdasarkan data diatas menunjukkan jika Item (X2.1) responden menanggapi sangat setuju 13, setuju 24, netral 8, tidak setuju 15, dan sangat tidak setuju 5, artinya responden rata-rata setuju bahwa Harga Sarung Batik Mahda cukup terjangkau bagi kalangan santri. Item (X2.2) responden menanggapi sangat setuju 15, setuju 28, netral 7, tidak setuju 13, dan sangat tidak setuju 2, menunjukkan responden rata-rata setuju bahwa Harga Sarung Batik Mahda dapat bersaing dengan produk sarung lainnya. Item (X2.3) responden menanggapi sangat setuju 15, setuju 39, netral 6, dan tidak setuju 5, menunjukkan responden rata-rata setuju bahwa Harga Sarung Batik Mahda sesuai dengan kualitasnya. Item (X2.4) responden menanggapi sangat setuju 19, setuju 33, netral 6, tidak setuju 6, dan sangat tidak setuju 1, menunjukkan responden rata-rata setuju bahwa Harga Sarung Batik Mahda bervariasi sesuai dengan motif dan ukurannya. Item (X2.5) responden menanggapi sangat setuju 18, setuju 31, netral 5, tidak setuju 9, dan sangat tidak setuju 2, menunjukkan responden rata-rata setuju bahwa Harga Sarung Batik

Mahda lebih murah dibandingkan dengan sarung bermerek lainnya. Item (X2.6) responden menanggapi sangat setuju 18, setuju 32, netral 5, tidak setuju 8, dan sangat tidak setuju 2, menunjukkan responden rata-rata setuju bahwa Harga Sarung Batik Mahda memenuhi harapan saya. Item (X2.7) responden menanggapi sangat setuju 19, setuju 36, netral 4, tidak setuju 4, dan sangat tidak setuju 2, menunjukkan responden rata-rata setuju bahwa Harga Sarung Batik Mahda sesuai dengan fungsi dan manfaatnya.

c) Variabel Gaya Hidup

Berdasarkan data diatas menunjukkan jika Item (X3.1) responden menanggapi sangat setuju 11, setuju 38, netral 8, tidak setuju 5, dan sangat tidak setuju 3, menunjukkan responden rata-rata setuju bahwa Sarung Batik Mahda cukup terkenal dikalangan para santri. Item (X3.2) responden menanggapi sangat setuju 10, setuju 37, netral 8, tidak setuju 8, dan sangat tidak setuju 2, menunjukkan responden rata-rata setuju bahwa Merek Sarung Batik Mahda cocok untuk dijadikan sarimbitan (sarung *couple-an*) bersama teman-teman. Item (X3.3) responden menanggapi sangat setuju 15, setuju 38, netral 3, tidak setuju 7, dan sangat tidak setuju 2, menunjukkan responden rata-rata setuju bahwa Sarung Batik Mahda cocok untuk menunjang *Islamic fashion style* dikalangan para santri. Item (X3.4) responden menanggapi sangat setuju 15, setuju 38, netral 2, dan tidak setuju 10, menunjukkan responden rata-rata setuju bahwa responden membeli Sarung Batik Mahda dengan jumlah barang sesuai dengan jumlah yang di butuhkan (tidak *israf*). Item (X3.5) responden menanggapi sangat setuju 20, setuju 19, netral 11, dan tidak setuju 15, menunjukkan responden rata-rata sangat setuju bahwa Memakai Sarung Batik Mahda dapat meningkatkan kepercayaan diri saya. Item (X3.6) responden menanggapi sangat setuju 22, setuju 20, netral 7, tidak setuju 15, dan sangat tidaksetuju 1, menunjukkan responden rata-rata sangat setuju bahwa Sarung Batik Mahda cukup menarik dengan beragam motifnya. Item (X3.7) responden menanggapi sangat

setuju 19, setuju 22, netral 12, tidak setuju 9, dan sangat tidak setuju 3, menunjukkan responden rata-rata setuju bahwa Sarung Batik Mahda layak untuk dibeli dan dimiliki.

d) Variabel Keputusan Pembelian

Beracuan dari data tersebut menunjukkan jika Item (Y.1) responden menanggapi sangat setuju 3, setuju 36, netral 13, tidak setuju 11, dan sangat tidak setuju 2, menunjukkan responden rata-rata setuju bahwa responden memutuskan untuk membeli Sarung Batik Mahda karena produknya bagus. Item (Y.2) responden menanggapi sangat setuju 2, setuju 30, netral 23, tidak setuju 4, dan sangat tidak setuju 4, menunjukkan responden rata-rata setuju bahwa responden memutuskan untuk membeli Sarung Batik Mahda karena terdapat berbagai macam pilihan motif yang tersedia. Item (Y.3) responden menanggapi sangat setuju 2, setuju 25, netral 18, tidak setuju 17, dan sangat tidak setuju 3, menunjukkan responden rata-rata setuju bahwa responden memutuskan untuk membeli Sarung Batik Mahda karena mereknya yang terkenal. Item (Y.4) responden menanggapi sangat setuju 2, setuju 34, netral 17, tidak setuju 11, dan sangat tidak setuju 1, menunjukkan responden rata-rata setuju bahwa responden memutuskan untuk membeli Sarung Batik Mahda karena kemudahan mendapatkannya (banyak dijual di banyak toko busana muslim *offline* maupun *online*). Item (Y.5) responden menanggapi sangat setuju 1, setuju 28, netral 16, tidak setuju 18, dan sangat tidak setuju 2, menunjukkan responden rata-rata setuju bahwa responden memutuskan untuk membeli Sarung Batik Mahda karena menyesuaikan dengan jumlah pembelian (sedikit untuk individu, banyak untuk seragam). Item (Y.6) responden menanggapi sangat setuju 3, setuju 32, netral 13, tidak setuju 15, dan sangat tidak setuju 2, menunjukkan responden rata-rata setuju bahwa responden memutuskan untuk membeli Sarung Batik Mahda ketika memiliki uang saku lebih atau pada waktu-waktu tertentu. Item (Y.7) responden menanggapi sangat setuju 2, setuju 35, netral 14, tidak

setuju 12, dan sangat tidak setuju 2, menunjukkan responden rata-rata setuju bahwa responden memutuskan untuk membeli Sarung Batik Mahda karena menggunakan metode pembayaran yang mudah. Item (Y.8) responden menanggapi sangat setuju 7, setuju 30, netral 17, tidak setuju 8, dan sangat tidak setuju 3, menunjukkan responden rata-rata setuju bahwa responden memutuskan untuk membeli Sarung Batik Mahda karena kemudahan dalam pemakaian sarung.

3. Analisis Data

Berikut adalah analisis data primer yang berupa angket (kuesioner) yang telah diolah dengan bantuan *IBM SPSS Statistics 23* :

a. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1) Uji Validitas Instrumen

Pada riset ini, pengujian validitas instrumen dilakukan terhadap 65 responden. Teknik yang digunakan adalah *Bivariate Pearson (Pearson Product Moment)* yang diolah dengan bantuan program *IBM SPSS Statistics 23*. Item dinyatakan valid jika nilai r_{Hitung} (*corrected item - total correlation*) $> r_{Tabel}$ 0,2441 untuk $df = N-2 = 63$ dengan nilai signifikansi sebesar 5% atau 0,05 dengan uji 2 sisi (*two-tailed*). Sebaliknya, item dinyatakan tidak valid apabila nilai $r_{Hitung} < r_{Tabel}$ dengan taraf *error* 5%. Berikut hasil pengujian validitas instrumen :

Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas

No.	Variabel	r_{Hitung}	r_{Tabel}	Keterangan
1	Kualitas Produk (X1)			
	Item 1	0,561	0,2441	Valid
	Item 2	0,660	0,2441	Valid
	Item 3	0,628	0,2441	Valid
	Item 4	0,556	0,2441	Valid
	Item 5	0,594	0,2441	Valid
	Item 6	0,590	0,2441	Valid
	Item 7	0,561	0,2441	Valid
	Item 8	0,532	0,2441	Valid

	Item 9	0,396	0,2441	Valid
2	Harga (X2)			
	Item 1	0,616	0,2441	Valid
	Item 2	0,669	0,2441	Valid
	Item 3	0,629	0,2441	Valid
	Item 4	0,663	0,2441	Valid
	Item 5	0,749	0,2441	Valid
	Item 6	0,680	0,2441	Valid
	Item 7	0,696	0,2441	Valid
3	Gaya Hidup (X3)			
	Item 1	0,522	0,2441	Valid
	Item 2	0,550	0,2441	Valid
	Item 3	0,648	0,2441	Valid
	Item 4	0,675	0,2441	Valid
	Item 5	0,780	0,2441	Valid
	Item 6	0,789	0,2441	Valid
	Item 7	0,632	0,2441	Valid
4	Keputusan Pembelian (Y)			
	Item 1	0,551	0,2441	Valid
	Item 2	0,614	0,2441	Valid
	Item 3	0,661	0,2441	Valid
	Item 4	0,594	0,2441	Valid
	Item 5	0,628	0,2441	Valid
	Item 6	0,636	0,2441	Valid
	Item 7	0,681	0,2441	Valid
	Item 8	0,724	0,2441	Valid

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 23, 2022

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel tersebut menunjukkan bahwa seluruh indikator yang dipakai untuk mengukur variabel-variabel pada riset ini dinyatakan valid dengan korelasi $r_{Hitung} > r_{Tabel}$ dengan taraf signifikansi 5%.

2) Uji Reliabilitas Instrumen

Pengujian reliabilitas instrumen dalam riset ini memakai *Reliability Analyze (Cronbach Alpha)* yang diolah dengan program *IBM SPSS Statistics 23*. Item dinyatakan reliabel dengan ketentuan :

a) Jika $R_{11} > 0,90$ maka reliabilitas sempurna.

- b) Jika R_{11} antara 0,70 – 0,90 maka reliabilitas tinggi.
- c) Jika R_{11} antara 0,50 – 0,70 maka reliabilitas moderat.
- d) Jika $R_{11} < 0,50$ maka reliabilitas rendah.

Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	N Of Items	Cronbach Alpha	Keterangan
1	Kualitas Produk (X1)	9	0,731	Reliabel
2	Harga (X2)	7	0,791	Reliabel
3	Gaya Hidup(X3)	7	0,784	Reliabel
4	Keputusan Pembelian (Y)	8	0,791	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 23, 2022

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk ($r\text{-alpha} = 0,731$) memiliki tingkat reliabilitas tinggi, variabel harga ($r\text{-alpha} = 0,791$) memiliki tingkat reliabilitas tinggi, variabel gaya hidup ($r\text{-alpha} = 0,784$) memiliki tingkat reliabilitas tinggi, dan variabel keputusan pembelian ($r\text{-alpha} = 0,791$) memiliki tingkat reliabilitas tinggi. Dengan demikian tiap-tiap variabel dikatakan reliabel dan persyaratan reliabilitas sebagai alat ukur terpenuhi.

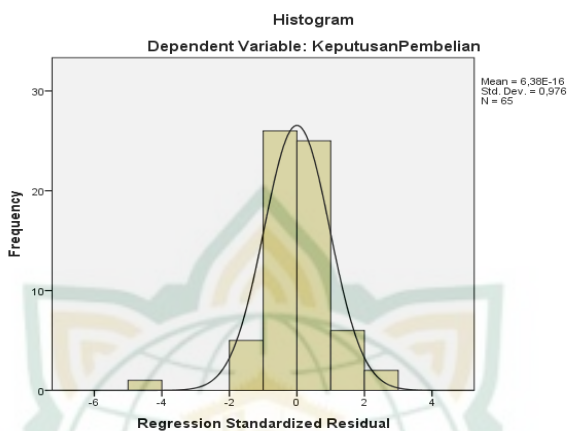
b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas dipakai untuk melihat apakah nilai residual yang diambil dari populasi terdistribusi normal atau tidak, karena model regresi yang baik mempunyai nilai residual yang terdistribusi normal. Uji normalitas pada penelitian ini dijalankan melalui pengujian histogram, pengujian normal P.P plot dan pengujian Kolmogorov Smirnov yang diolah dengan program *IBM SPSS Statistics 23* sebagai berikut:

a) Uji Histogram

Gambar 4. 3 Hasil Uji Histogram

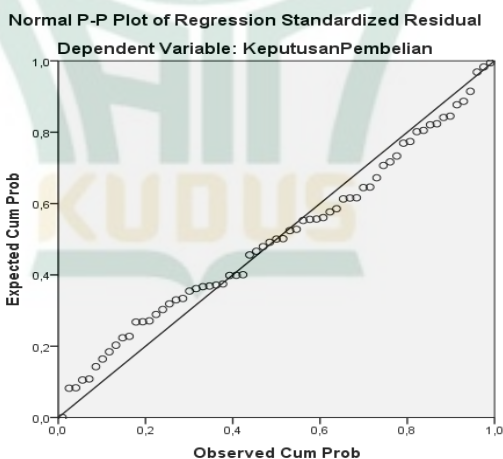


Sumber: Data Primer Diolah SPSS 23, 2022

Beracuan uji histogram diatas dapat disimpulkan jika residual data tersebut menunjukkan kurva normal.

b) Uji Normal P.P plot

Gambar 4. 4 Hasil Uji Normal P.P plot



Sumber: Data Primer Diolah SPSS 23, 2022

Beracuan grafik Normal P-P Plot diatas menjelaskan bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal serta mengikuti arah garis

diagonal. Dengan demikian, nilai residual terdistribusi secara normal.

c) Uji Kolmogorov Smirnov

**Tabel 4. 7 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		65
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,06671561
Most Extreme Differences	Absolute	,094
	Positive	,074
	Negative	-,094
Test Statistic		,094
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

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 Primer Diolah SPSS 23, 2022

Beracuan pengujian pada tabel tersebut dinyatakan bahwa residual terdistribusi normal dilihat dari signifikansi (*Asymp. Sign.*) adalah 0,200. Karena $0,200 > 0,05$ maka model regresi terpenuhi asumsi normalitas.

2) Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui terdapat atau tidaknya hubungan yang relatif tinggi antar variabel independen pada sebuah pola regresi linear berganda. Berikut hasil pengujian multikolinearitas yang diolah melalui *IBM SPSS Statistics 23* :

Tabel 4. 8 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Produk	0,207	4,842	Tidak terjadi multikolinearitas
Harga	0,141	7,102	Tidak terjadi multikolinearitas
Gaya Hidup	0,161	6,198	Tidak terjadi multikolinearitas

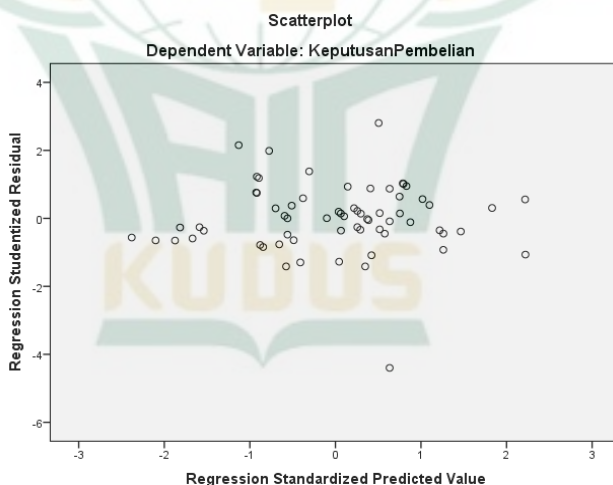
Sumber: Data Primer Diolah SPSS 23, 2022

Berdasarkan data yang telah diolah dari tabel *Coefficients*, dapat dilihat jika tiap variabel kualitas produk, harga dan gaya hidup mempunyai $VIF < 10$ dan masing-masing variabel kualitas produk, harga dan gaya hidup memiliki nilai $Tolerance > 0,1$. Dengan demikian tidak terjadi penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas dalam model regresi dalam riset ini.

3) Uji Heterokedastisitas

Heteroskedastisitas yaitu terdapat perbedaan varian dari residual bagi seluruh observasi pada model regresi. Uji heteroskedastisitas dijalankan untuk mengetahui terdapatnya penyimpangan dari persyaratan asumsi klasik dalam model regresi yaitu tidak adanya heteroskedastisitas. Uji heterokedastisitas dilakukan dengan metode *Scatterplot* yang diolah dengan program *IBM SPSS Statistics 23* sebagai berikut:

Gambar 4. 5 Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber: Data Primer Diolah SPSS 23, 2022

Dari grafik *Scatterplot* diatas diketahui jika titik-titik menyebar secara acak serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y (Keputusan Pembelian). Dengan demikian dapat

disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas dalam model regresi dalam penelitian ini.

c. Uji Statistik Hipotesis

1) Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk melihat hubungan atau pengaruh secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen. Berikut adalah hasil uji analisis regresi linear berganda yang diolah dengan bantuan program *IBM SPSS Statistics 23* :

Tabel 4. 9 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	2,592	1,505
Kualitas Produk	,351	,110
Harga	-,132	,145
Gaya Hidup	,567	,134

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 23, 2022

Dari hasil diatas dirumuskan suatu persamaan regresi untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 (X1) + b_2 (X2) + b_3 (X3) + e$$

$$Y = 2,592 + 0,351 (X1) - 0,132 (X2) + 0,567 (X3) + e$$

Penjelasan dari persamaan diatas sebagai berikut:

- a) Konstanta (a) keputusan pembelian (Y) sebesar 2,592 yang menunjukkan apabila variabel independen (kualitas produk, harga dan gaya hidup) adalah 0, maka besarnya variabel dependen keputusan pembelian Sarung Batik Mahda bernilai positif sebesar 2,592.
- b) Skor koefisien regresi kualitas produk (b_1) adalah positif sebesar 0,351 (35,1%) artinya apabila variabel kualitas produk (X1) mengalami perubahan sebesar satu satuan maka keputusan pembelian Sarung Batik Mahda mengalami perubahan sebesar 0,351 (35,1%) dengan arah

yang sama dengan anggapan variabel independen lainnya konstan.

- c) Skor koefisien regresi harga (b_2) adalah negatif sebesar 0,132 (13,2%) artinya apabila variabel harga (X_2) mengalami perubahan sebesar satu satuan maka keputusan pembelian Sarung Batik Mahda mengalami perubahan sebesar 0,132 (13,2%) dengan arah yang berlawanan dengan anggapan variabel independen lainnya konstan.
- d) Nilai koefisien regresi gaya hidup (b_3) adalah positif sebesar 0,567 (56,7%) artinya apabila variabel gaya hidup (X_3) mengalami perubahan sebesar satu satuan maka keputusan pembelian Sarung Batik Mahda mengalami perubahan sejumlah 0,567 (56,7%) dengan arah yang sama dengan anggapan variabel independen lainnya konstan.
- e) e menunjukkan variabel pengganggu (*Std. Error*) diluar model yang diteliti.

2) Uji Parsial (Uji t)

Uji t dipakai untuk mengetahui apakah secara parsial kualitas produk, harga, dan gaya hidup berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap keputusan pembelian. Uji t dapat diketahui dengan kriteria jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak atau H_a diterima dan jika signifikansi $< 5\%$ (0,05) maka H_0 ditolak atau H_a diterima. Adapun rumus t_{tabel} adalah $t_{tabel} = t(\alpha/2; n - (k + 1))$ dengan keterangan n adalah total responden dan k adalah total variabel independen, jadi $t_{tabel} = t(0,05/2; 65 - (3 + 1))$ sehingga diperoleh t_{tabel} sebesar 1,999. Berikut ialah hasil uji t yang diolah dengan bantuan program *IBM SPSS Statistics 23* :

Tabel 4. 10 Hasil Uji t Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2,592	1,505		1,722	,090		
KualitasProduk	,351	,110	,386	3,191	,002	,207	4,842
Harga	-,132	,145	-,133	2,224	,024	,141	7,102
GayaHidup	,567	,134	,580	4,235	,000	,161	6,198

a. Dependent Variable: KeputusanPembelian

Dari tabel tersebut diketahui bahwa nilai signifikansi kualitas produk (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) ialah $0,002 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} yakni $3,191 < 1,999$. Maka H_0 ditolak atau H_1 diterima. Artinya kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Sarung Batik Mahda.

Dari tabel tersebut diketahui bahwa nilai signifikansi harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) ialah $0,024 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} yaitu $-2,224 > 1,999$. Maka H_0 ditolak atau H_2 diterima. Artinya harga secara negatif berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Sarung Batik Mahda.

Dari tabel tersebut diketahui bahwa nilai signifikansi gaya hidup (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) ialah $0,000 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} yaitu $4,235 > 1,999$. Maka H_0 ditolak atau H_3 diterima. Artinya gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Sarung Batik Mahda.

3) Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk membuktikan secara simultan variabel independen (kualitas produk,

harga dan gaya hidup) apakah berpengaruh terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) secara bersama-sama. Uji F dapat diketahui dengan kriteria jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak atau H_a diterima dan jika signifikansi $< 5\%$ (0,05), maka H_0 ditolak atau H_a diterima. Adapun rumus F_{tabel} adalah $F_{tabel} = F(k; n - k)$ dengan keterangan n ialah total responden dan k adalah total variabel independen, jadi $F_{tabel} = F(3; 65 - 3)$ sehingga diperoleh F_{tabel} sebesar 2,75. Berikut ialah hasil uji F yang diolah dengan bantuan program *IBM SPSS Statistics 23* :

Tabel 4. 11 Hasil Uji F ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1206,574	3	402,191	89,747	,000 ^b
Residual	273,364	61	4,481		
Total	1479,938	64			

a. Dependent Variable: KeputusanPembelian

b. Predictors: (Constant), GayaHidup, KualitasProduk, Harga

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 23, 2022

Dari tabel tersebut diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 89,747 lebih besar daripada F_{tabel} sebesar 2,75 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil daripada 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk, harga dan gaya hidup berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian, sehingga hipotesis 4 (H_4) diterima.

4) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk mengetahui proporsi variasi dalam variabel dependen dengan semua variabel independen yang menjelaskan secara bersama-sama. Persamaan regresi linear berganda akan semakin baik apabila nilai koefisien determinasi (R^2) semakin besar (mendekati angka 1). Hasil uji koefisien determinasi (R^2) pada riset ini yang diolah dengan program *IBM SPSS Statistics 23* adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 12 Hasil Koefisien Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,903 ^a	,815	,806	2,117

a. Predictors: (Constant), GayaHidup, KualitasProduk, Harga

b. Dependent Variable: KeputusanPembelian

Sumber: Data Primer Diolah SPSS 23, 2022

Berdasarkan tabel diatas, nilai koefisien *Adjusted R square* sebesar 0,806 atau 80,6%. Dari hasil tersebut menjelaskan bahwa pengaruh variabel kualitas produk, harga dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian sebesar 80,6%. Sedangkan sisanya sebanyak 19,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ditelaah dalam riset ini.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sarung Batik Mahda (Studi Kasus Pada Santri Pondok Pesantren Al-Mustaqim di Jepara)

Dari hasil riset yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian Sarung Batik Mahda. Kesimpulan tersebut didasarkan pada hasil perhitungan uji t yaitu t_{hitung} sebesar 3,191 lebih besar daripada t_{tabel} 1,999 dengan signifikansi 0,002 lebih kecil daripada 0,05. Oleh karena itu H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya kualitas produk (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Sarung Batik Mahda.

Kualitas produk menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam membuat keputusan pembelian suatu barang maupun jasa. Kualitas produk menjadi patokan rasional konsumen pada spesifikasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen nantinya sehingga konsumen dapat memberi nilai terhadap produk tersebut. Dewasa ini, konsumen lebih berasumsi bahwa harga menunjukkan seberapa besar nilai suatu kualitas produk, dimana harga yang tinggi pasti memiliki kualitas yang tinggi pula. Dari hasil jawaban responden diketahui bahwa rata-rata jawaban kuesioner menyatakan setuju terhadap semua item pertanyaan yang berarti bahwa responden mengakui bahwa kualitas produk Sarung Batik Mahda terbilang baik. Sedangkan jawaban setuju terbanyak terdapat pada item X1.9 (Sarung Batik Mahda memiliki banyak motif yang menarik) sebanyak 34 jawaban setuju. Kemudian disusul item X1.2 (Sarung Batik Mahda nyaman untuk digunakan seharian penuh) sebanyak 31 jawaban setuju.

Hasil riset ini selaras dengan riset yang dilakukan Brilie Wildan Adhitama dan Nur Laily yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Sarden Bantan di Banyuwangi.

2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sarung Batik Mahda (Studi Kasus Pada Santri Pondok Pesantren Al-Mustaqim di Jepara)

Dari hasil riset yang telah dijalankan menunjukkan bahwa harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian Sarung Batik Mahda. Kesimpulan tersebut didasarkan pada hasil perhitungan uji t yaitu t_{hitung} sebesar $-2,224$ lebih besar daripada t_{tabel} $1,999$ dengan signifikansi $0,024$ lebih kecil daripada $0,05$. Oleh karena itu H_0 ditolak dan H_2 diterima yang artinya harga (X_2) secara negatif berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian Sarung Batik Mahda.

Harga merupakan salah satu sumber utama keputusan pembelian konsumen dalam tahapan input. Konsumen memutuskan pembelian produk dengan harga yang paling ekonomis dimana konsumen cenderung

memiliki batasan harga yang sesuai dengan manfaat yang diterima dan juga yang paling menguntungkannya. Dari hasil jawaban responden diketahui bahwa rata-rata jawaban kuesioner menyatakan setuju terhadap semua item pertanyaan. Sedangkan jawaban setuju terbanyak terdapat pada item X2.3 dan X2.7 yang menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan oleh Sarung Batik Mahda sesuai dengan kualitas dan manfaat yang diberikan. Namun bagi kebanyakan santriwati memiliki uang saku pas (Rp 200.000 – Rp 500.000 perbulan) menilai bahwa harga Sarung Batik Mahda cukup tinggi sehingga hanya sebagian dari santriwati dengan uang saku lebih akan tertarik untuk membeli Sarung Batik Mahda. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa harga secara negatif berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sarung Batik Mahda yang berarti bahwa semakin tinggi harga yang ditawarkan akan menurunkan keputusan pembelian Sarung Batik Mahda. Hal ini dikarenakan harga yang ditawarkan Sarung Batik Mahda masih dianggap relatif mahal oleh santriwati pondok pesantren Al-Mustaqim.

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan Estu Mahanani yang menjelaskan bahwa harga secara negatif tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian produk Matahari Mall.Com, dan juga berbeda dengan penelitian yang dilakukan Brilie Wildan Adhitama dan Nur Laily dengan judul yang menunjukkan bahwa harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Sarden Bantan di Banyuwangi.

3. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sarung Batik Mahda (Studi Kasus Pada Santri Pondok Pesantren Al-Mustaqim di Jepara)

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian Sarung Batik Mahda. Kesimpulan tersebut didasarkan pada hasil perhitungan uji t yaitu t_{hitung} sebesar 4,235 lebih besar daripada t_{tabel} 1,999 dengan signifikansi 0,000 lebih kecil daripada 0,05. Oleh karena itu H_0 ditolak dan H_3 diterima

yang artinya gaya hidup (X3) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian Sarung Batik Mahda.

Keputusan pembelian yang tinggi dapat dibentuk melalui adanya gaya hidup konsumen yang menyesuaikan dengan status sosial. Gaya hidup memiliki pengaruh yang kuat terhadap keputusan pembelian dimana semakin baik gaya hidup seseorang maka semakin tinggi tingkat keputusan pembelian konsumen tersebut.² Dari hasil jawaban responden diketahui bahwa rata-rata jawaban kuesioner menyatakan setuju terhadap semua item pertanyaan. Sedangkan jawaban setuju terbanyak terdapat pada item X3.3 (Sarung Batik Mahda cocok untuk menunjang *Islamic fashion style* dikalangan para santri) sebanyak 38 jawaban setuju. Hal ini menunjukkan bahwa Sarung Batik Mahda cocok untuk menunjang *Islamic fashion style* dikalangan para santriwati mengingat penampilan merupakan suatu hal penting bagi perempuan sehingga memaksa terjadinya kontestasi konsumsi *fashion* dalam bingkai gaya hidup (*lifestyle*). Perempuan modern lebih tertarik pada penampilan fisik, dengan mengonsumsi produk *fashion* secara perlahan akan menyesuaikan diri kedalam gaya hidup baru dan menginternalisasinya menjadi gaya hidupnya sendiri.³ Kemudian disusul dengan item X3.4 (responden membeli Sarung Batik Mahda dengan jumlah barang sesuai dengan jumlah yang di butuhkan (tidak *israf*)) sebanyak 38 jawaban setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden tetap berprinsip hidup sederhana mengingat tingginya tingkat setuju pada item X3.4 dimana dalam ajaran Islam setiap muslim dituntut untuk bersikap sederhana, tidak boleh mencerminkan kesombongan, keangkuhan, kemegahan dan berlebihan sesuai dengan kandungan isi dalam Q.S. Al-A'raf [7] : 31.

² Brilie Wildan Adhitama dan Nur Laily, "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sarden Bantan Di Banyuwangi", *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol.10 No.5, Mei 2021, 14.

³ Anita Rachmawati, dkk., "Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Hijab di Nadiraa Hijab Yogyakarta", *Cakrawansa Bisnis*, Vol.1 No.2, 2020, 192.

Hasil riset selaras dengan riset yang dijalankan Brilie Wildan Adhitama dan Nur Laily yang menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Sarden Bantan di Banyuwangi.

4. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sarung Batik Mahda (Studi Kasus Pada Santri Pondok Pesantren Al-Mustaqim di Jepara)

Beracuan hasil riset uji F yang telah diuji menyatakan jika terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk, harga dan gaya hidup secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian karena F_{hitung} sebesar 89,747 lebih besar daripada F_{tabel} 2,75 dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil daripada 0,05. Oleh sebab itu H_0 ditolak dan H_4 diterima yang artinya kualitas produk (X1), harga (X2) dan gaya hidup (X3) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian Sarung Batik Mahda.

Dari hasil analisis koefisien determinasi pada tabel 4.12 diatas diperoleh nilai $R = 0,903$ yang menjelaskan jika variabel kualitas produk, harga dan gaya hidup memiliki hubungan secara positif dan searah terhadap variabel keputusan pembelian. Sedangkan nilai *adjusted R square* sejumlah 0,806 atau 80,6%. Dari hasil tersebut menjelaskan bahwa kontribusi variabel kualitas produk, harga dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian sebesar 80,6%. Sedangkan sisanya sebanyak 19,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak ditelaah dalam riset ini.

Dalam suatu pengambilan keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh dua faktor yakni (1) konsumen secara individu yang meliputi kebutuhan, persepsi tentang karakteristik merek (seperti persepsi kualitas dan harga), faktor demografi, sikap, gaya hidup dan kepribadian konsumen yang turut memengaruhi pengambilan keputusan; dan (2) lingkungan eksternal yang meliputi kelas sosial, budaya, dan *face to face group* (seperti teman,

keluarga dan kelompok acuan).⁴ Dari teori tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan gaya hidup merupakan salah satu pengaruh dalam pengambilan keputusan pembelian suatu konsumen, hal ini sejalan dengan hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa kualitas produk (X1), harga (X2) dan gaya hidup (X3) berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian Sarung Batik Mahda.

Hasil riset ini juga sejalan dengan riset yang dijalankan Arwita Dwi Andriani dan Christina Menuk Sri H. yang menunjukkan bahwa gaya hidup, kualitas produk dan harga secara bersamaan berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian pakaian bekas import di Tempat Biasa Thrift Store Surabaya.



⁴ Anita Rachmawati, dkk., “Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Hijab di Nadiraa Hijab Yogyakarta”, *Cakrawangsa Bisnis*, Vol.1 No.2, 2020, 190-191.