

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Penyajian Data

1. Karakteristik responden

Pada bagian ini dijelaskan gambaran deskriptif objek penelitian untuk mendukung analisa kuantitatif dan memberikan gambaran mengenai pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian oleh konsumen.

Sebelum membahas deskriptif masing-masing variabel penelitian yang diamati, maka terlebih dahulu akan dijelaskan karakteristik responden yang meliputi: gambaran jenis kelamin, usia responden. Dari 100 sampel responden yang digunakan, semua berhasil dikumpulkan dan dinyatakan layak untuk dianalisa lebih lanjut. Hasil data yang diperoleh menunjukkan sebagai berikut:

a. Berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-laki	93	93 %
2	Perempuan	7	7 %
	Total	100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2020 (Data diolah)

Data yang diperoleh melalui google form memperlihatkan bahwa proporsi terbesar dari responden melalui jenis kelamin adalah laki-laki sebanyak 93 orang atau 93 % sedangkan perempuan yaitu sebanyak 7 orang atau 7 % dari total responden.

b. Berdasarkan usia

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Kelompok Umur	Frekuensi	Persentase
1	15-30 Tahun	97	97%
2	31-50 Tahun	3	3%
3	50> Tahun	0	0%
	Total	100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2020 (Data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui berdasarkan umur, dari 15-30 tahun ada 97 atau 97% responden, 31-40 tahun sekitar 3 atau 3% responden, 50> tahun tidak ada atau 0%. Hal ini menunjukkan dari 100 responden sekitar 97% konsumen yang berkunjung membeli di Rupaka Store Banjarmasin berusia 15-30 tahun.

2. Deskripsi Variabel

Berdasarkan data yang telah diperoleh dari hasil pembagian google form kepada responden, maka gambaran mengenai pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian oleh konsumen Rupaka Store Banjarmasin dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Penjelasan terhadap variabel harga (X1)

Tabel 4.3 Jawaban Responden Terhadap Harga yang ditawarkan oleh sepatu lokal sesuai dengan kualitas.

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	43	43%
2	Setuju	50	50%
3	Cukup Setuju	7	7%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	100	100%

Sumber: Hasil penelitian 2020 (Data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui bahwa pernyataan tentang harga sepatu lokal sesuai dengan kualitas sangat menunjukkan ada 7 atau 7% responden yang memberikan jawaban cukup setuju, selanjutnya disusul dengan 50 atau 50% responden menyatakan setuju, 43 atau 43% menyatakan sangat setuju, 0 atau 0% menyatakan tidak setuju, dan 0 atau 0% responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa harga sepatu lokal sesuai dengan kualitas.

Tabel 4.4 Jawaban Responden Terhadap Harga yang ditawarkan sepatu lokal terjangkau

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	38	38%
2	Setuju	52	52%
3	Cukup Setuju	10	10%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	100	100%

Sumber: Hasil penelitian 2020 (Data diolah)

Dari data diatas dapat diketahui bahwa pernyataan tentang harga sepatu lokal terjangkau menunjukkan ada 10 atau 10% responden menyatakan cukup setuju, selanjutnya disusul dengan 52 atau 52% responden menyatakan setuju, 38 atau 38% responden menyatakan sangat setuju, 0 atau 0% responden menyatakan tidak setuju, dan 0 atau 0% responden menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa harga sepatu produk lokal sangat terjangkau.

Tabel 4.5 jawaban Responden Terhadap Harga sepatu lokal mampu bersaing dengan harga sepatu luar

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	38	38%
2	Setuju	39	39%
3	Cukup Setuju	19	19%
4	Tidak Setuju	4	4%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	100	100%

Sumber: Hasil penelitian 2020 (Data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui bahwa pernyataan tentang Harga sepatu lokal mampu bersaing dengan harga sepatu luar menunjukkan ada 19 atau 19% responden yang memberikan jawaban cukup setuju, selanjutnya disusul dengan 39 atau 39% responden menyatakan setuju, 38 atau 38% menyatakan sangat setuju, 4 atau 4% menyatakan tidak setuju, dan 0 atau 0% responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa harga sepatu lokal mampu bersaing dengan harga sepatu luar.

Tabel 4.6 jawaban Responden Terhadap Harga sepatu lokal sesuai dengan daya beli karena sering adanya diskon/potongan harga

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	26	26%
2	Setuju	44	44%
3	Cukup Setuju	25	25%
4	Tidak Setuju	4	4%
5	Sangat Tidak Setuju	1	1%
	Total	100	100%

Sumber: Hasil penelitian 2020 (Data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui bahwa pernyataan tentang Harga sepatu lokal sesuai dengan daya beli karena sering adanya diskon/potongan harga menunjukkan ada 25 atau 25% responden yang memberikan jawaban

cukup setuju, selanjutnya disusul dengan 44 atau 44% responden menyatakan setuju, 26 atau 26% menyatakan sangat setuju, 4 atau 4% menyatakan tidak setuju, dan 1 atau 1% responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa harga sepatu lokal sesuai dengan daya beli karena sering adanya diskon/potongan harga.

b. Penjelasan responden terhadap variabel kualitas produk (X2)

Tabel 4.7 jawaban Responden Terhadap Saya memilih sepatu lokal karena memiliki model yang elegan

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	27	27%
2	Setuju	47	47%
3	Cukup Setuju	23	23%
4	Tidak Setuju	3	3%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	100	100%

Sumber: Hasil penelitian 2020 (Data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui bahwa pernyataan tentang Saya memilih sepatu produk lokal karena memiliki model yang elegan menunjukkan ada 23 atau 23% responden yang memberikan jawaban cukup setuju, selanjutnya disusul dengan 47 atau 47% responden menyatakan setuju, 27 atau 27% menyatakan sangat setuju, 3 atau 3% menyatakan tidak setuju, dan 0 atau 0% responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sepatu produk lokal memiliki model yang elegan.

Tabel 4.8 jawaban Responden Terhadap Spesifikasi sepatu produk lokal sesuai dengan selera

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	37	37%
2	Setuju	51	51%
3	Cukup Setuju	11	11%
4	Tidak Setuju	1	1%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	100	100%

Sumber: Hasil penelitian 2020 (data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui bahwa pernyataan tentang Spesifikasi sepatu produk lokal sesuai selera menunjukkan ada 11 atau 11% responden yang memberikan jawaban cukup setuju, selanjutnya disusul dengan 51 atau 51% responden menyatakan setuju, 37 atau 37% menyatakan sangat setuju, 1 atau 1% menyatakan tidak setuju, dan 0 atau 0% responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa Spesifikasi sepatu produk lokal sesuai selera.

Tabel 4.9 jawaban Responden Terhadap Usia pakai sepatu lokal adalah yang terlama dibanding merek luar

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	13	13%
2	Setuju	30	30%
3	Cukup Setuju	37	37%
4	Tidak Setuju	18	18%
5	Sangat Tidak Setuju	2	2%
	Total	100	100%

Sumber: Hasil penelitian 2020 (Data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui bahwa pernyataan tentang Usia pakai sepatu lokal adalah yang terlama dibanding merek luar menunjukkan ada 37 atau 37% responden yang memberikan jawaban cukup setuju, selanjutnya disusul dengan 30 atau 30% responden menyatakan setuju, 13 atau 13%

menyatakan sangat setuju, 18 atau 18% menyatakan tidak setuju, dan 2 atau 2% responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa Usia pakai sepatu lokal adalah yang terlama dibanding merek luar.

Tabel 4.10 jawaban Responden Terhadap Saya merasa puas membeli produk sepatu lokal karena nyaman dipakai

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	38	38%
2	Setuju	49	49%
3	Cukup Setuju	12	12%
4	Tidak Setuju	1	1%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	100	100%

Sumber: Hasil penelitian 2020 (Data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui bahwa pernyataan tentang Saya merasa puas membeli produk sepatu lokal karena nyaman dipakai menunjukkan ada 12 atau 12% responden yang memberikan jawaban cukup setuju, selanjutnya disusul dengan 49 atau 49% responden menyatakan setuju, 38 atau 38% menyatakan sangat setuju, 1 atau 1% menyatakan tidak setuju, dan 0 atau 0% responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa merasa puas membeli produk sepatu lokal karena nyaman dipakai.

c. Penjelasan responden terhadap variabel promosi (X3)

Tabel 4.11 jawaban Responden Terhadap iklan promosi penjualan sepatu lokal di internet membuat saya tertarik membelinya

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	33	33%
2	Setuju	46	46%
3	Cukup Setuju	20	21%
4	Tidak Setuju	1	1%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%

	Total	100	100%
--	-------	-----	------

Sumber: Hasil penelitian 2020 (Data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui bahwa pernyataan iklan promosi penjualan sepatu lokal di internet membuat saya tertarik membelinya menunjukkan ada 21 atau 20% responden yang memberikan jawaban cukup setuju, selanjutnya disusul dengan 46 atau 46% responden menyatakan setuju, 33 atau 33% menyatakan sangat setuju, 1 atau 1% menyatakan tidak setuju, dan 0 atau 0% responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan iklan promosi penjualan sepatu lokal di internet membuat tertarik membelinya.

Tabel 4.12 jawaban Responden Terhadap Informasi promosi penjualan yang diberikan Rupaka Store tentang sepatu lokal melalui iklan internet dapat dipercaya

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	51	51%
2	Setuju	40	40%
3	Cukup Setuju	8	8%
4	Tidak Setuju	1	1%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	100	100%

Sumber: Hasil penelitian 2020 (Data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui bahwa Informasi promosi penjualan yang diberikan Rupaka Store tentang sepatu lokal melalui iklan internet dapat dipercaya menunjukkan ada 8 atau 8% responden yang memberikan jawaban cukup setuju, selanjutnya disusul dengan 40 atau 40% responden menyatakan setuju, 55 atau 55% menyatakan sangat setuju, 1 atau 1% menyatakan tidak setuju, dan 0 atau 0% responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini

menunjukkan informasi promosi penjualan yang diberikan rupaka store tentang sepatu lokal melalui iklan internet dapat dipercaya.

Tabel 4.13 jawaban Responden Terhadap saya sering melihat promosi sepatu lokal diberbagai media

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	45	45%
2	Setuju	49	49%
3	Cukup Setuju	6	6%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	100	100%

Sumber: Hasil penelitian 2020 (Data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui bahwa saya sering melihat promosi sepatu lokal diberbagai media menunjukkan ada 6 atau 6% responden yang memberikan jawaban cukup setuju, selanjutnya disusul dengan 49 atau 49% responden menyatakan setuju, 45 atau 45% menyatakan sangat setuju, 0 atau 0% menyatakan tidak setuju, dan 0 atau 0% responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan promosi sepatu lokal sering dilihat diberbagai media.

Tabel 4.14 jawaban Responden Terhadap Postingan Instagram @rupaka.store menyampaikan perkembangan terbaru mengenai produk sepatu lokal

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	52	52%
2	Setuju	38	38%
3	Cukup Setuju	9	9%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	1	1%
	Total	100	100%

Sumber: Hasil penelitian 2020 (Data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui Postingan Instagram @rupaka.store menyampaikan perkembangan terbaru mengenai produk sepatu lokal menunjukkan ada 9 atau 9% responden yang memberikan jawaban cukup setuju, selanjutnya disusul dengan 38 atau 38% responden menyatakan setuju, 52 atau 52% menyatakan sangat setuju, 0 atau 0% menyatakan tidak setuju, dan 1 atau 1% responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan Postingan Instagram @rupaka.store menyampaikan perkembangan terbaru mengenai produk sepatu lokal.

d. Penjelasan responden terhadap variabel keputusan pembelian (Y)

Tabel 4.15 jawaban Responden Terhadap Saya membutuhkan sepatu lokal untuk aktivitas sehari-hari

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	24	24%
2	Setuju	44	44%
3	Cukup Setuju	23	23%
4	Tidak Setuju	9	9%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	100	100%

Sumber: Hasil penelitian 2020 (Data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui bahwa Saya membutuhkan sepatu lokal untuk aktivitas sehari-hari menunjukkan ada 23 atau 23% responden yang memberikan jawaban cukup setuju, selanjutnya disusul dengan 44 atau 44% responden menyatakan setuju, 24 atau 24% menyatakan sangat setuju, 9 atau 9% menyatakan tidak setuju, dan 0 atau 0% responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan sepatu lokal dibutuhkan untuk aktifitas sehari-hari.

Tabel 4.16 jawaban Responden Terhadap Saya tertarik menggunakan sepatu lokal karena sesuai kebutuhan

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	29	29%
2	Setuju	58	58%
3	Cukup Setuju	11	11%
4	Tidak Setuju	2	2%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	100	100%

Sumber: Hasil penelitian 2020 (Data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui bahwa Saya tertarik menggunakan sepatu lokal karena sesuai kebutuhan menunjukkan ada 11 atau 11% responden yang memberikan jawaban cukup setuju, selanjutnya disusul dengan 58 atau 58% responden menyatakan setuju, 29 atau 29% menyatakan sangat setuju, 2 atau 2% menyatakan tidak setuju, dan 0 atau 0% responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan sepatu lokal digunakan karena sesuai kebutuhan.

Tabel 4.17 jawaban Responden Terhadap Saya selalu menggunakan sepatu lokal setelah membandingkan dengan sepatu luar

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	22	22%
2	Setuju	33	33%
3	Cukup Setuju	25	25%
4	Tidak Setuju	19	19%
5	Sangat Tidak Setuju	1	1%
	Total	100	100%

Sumber: Hasil penelitian 2020 (Data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui bahwa Saya selalu menggunakan sepatu lokal setelah membandingkan dengan sepatu luar menunjukkan ada 25 atau 25% responden yang memberikan jawaban cukup setuju, selanjutnya disusul dengan 33 atau 33% responden menyatakan setuju, 22 atau 22%

menyatakan sangat setuju, 19 atau 19% menyatakan tidak setuju, dan 1 atau 1% responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan sepatu lokal lebih digunakan dibanding sepatu luar.

Tabel 4.18 jawaban Responden Terhadap Saya yakin sepatu lokal adalah yang terbaik

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	36	36%
2	Setuju	29	29%
3	Cukup Setuju	25	25%
4	Tidak Setuju	10	10%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	100	100%

Sumber: Hasil penelitian 2020 (Data diolah)

Dari data di atas dapat diketahui bahwa sepatu lokal adalah yang terbaik menunjukkan ada 25 atau 25% responden yang memberikan jawaban cukup setuju, selanjutnya disusul dengan 29 atau 29% responden menyatakan setuju, 36 atau 36% menyatakan sangat setuju, 10 atau 10% menyatakan tidak setuju, dan 0 atau 0% responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan sepatu lokal adalah yang terbaik.

B. Analisis Data

a. Validitas

Di dalam suatu penelitian, data mempunyai kedudukan yang sangat penting, hal ini di karenakan data merupakan penggambaran variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai alat pembuktian hipotesis. Oleh karena itu benar atau tidaknya suatu data, sangat menentukan bermutu atau tidaknya data tersebut. Hal ini tergantung pada baik buruknya pengumpul data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu valid dan reliabilitas.

Valid tidaknya butir-butir item pertanyaan variabel dapat dilihat dengan mengkonsultasikan nilai r hitung $>$ r tabel. Dari tabel r untuk $df = n - 2$, atau dalam penelitian ini $df = 100 - 2 = 98$ dengan nilai signifikannya sebesar 5 % di peroleh angka 0,32. Apabila r hitung bernilai positif, serta r hitung bernilai $>$ r tabel, maka item tersebut dapat dikatakan valid. Sebaliknya jika r hitung bernilai $<$ r tabel, maka butir item tersebut tidak valid. Pengujian terhadap validitas dan reliabilitas data ini dilakukan dengan menggunakan software IBM SPSS 22. Rekapitulasi hasil uji validitas ditunjukkan sebagai berikut:

Tabel 4.18 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
X1	X1.1	0,633	0,195	Valid
	X1.2	0,710	0,195	Valid
	X1.3	0,739	0,195	Valid
	X1.4	0,670	0,195	Valid
X2	X2.1	0,807	0,195	Valid
	X2.2	0,723	0,195	Valid
	X2.3	0,779	0,195	Valid
	X2.4	0,755	0,195	Valid
X3	X3.1	0,689	0,195	Valid
	X3.2	0,762	0,195	Valid
	X3.3	0,678	0,195	Valid
	X3.4	0,755	0,195	Valid
Y	Y	0,805	0,195	Valid
	Y	0,738	0,195	Valid
	Y	0,825	0,195	Valid
	Y	0,794	0,195	Valid

Sumber: Hasil uji SPSS 22 *for windows*

Dari tabel hasil uji validitas instrumen data di atas, dapat dilihat bahwa r hitung $>$ r tabel, maka dapat disimpulkan semua item pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan valid.

b. Reliabilitas

Uji reliabilitas umumnya menggunakan koefisien alfa. Koefisien alfa biasa diukur dengan menggunakan statistik *Cronbach's Alpha* dengan ketentuan:

- Nilai Cronbach's Alpha positif tidak boleh negatif
- Nilai Cronbach's Alpha hasil perhitungan sama atau lebih besar dari 0,6

Berikut hasil uji reliabilitas penelitian dengan IBM SPSS 22 pada tabel berikut:

Tabel 4.19 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Item	Alpha Cronbach	Keterangan
X1	X1.1	0,617	Valid
	X1.2		
	X1.3		
	X1.4		
X2	X2.1	0,756	Valid
	X2.2		
	X2.3		
	X2.4		
X3	X3.1	0,690	Valid
	X3.2		
	X3.3		
	X3.4		
Y	Y	0,793	Valid
	Y		
	Y		
	Y		

Sumber: Hasil uji SPSS 22 *for windows*

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pengujian Normalitas dilakukan dengan uji kolmogrov-smirnov dan dinyatakan menyebar normal apakah hasil uji unstandardized residualnya memiliki nilai kolmogrov-smirnov lebih besar dari α (0,05). Hasil uji Normalitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.20 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,00557824
Most Extreme Differences	Absolute	,070
	Positive	,056
	Negative	-,070
Test Statistic		,070
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

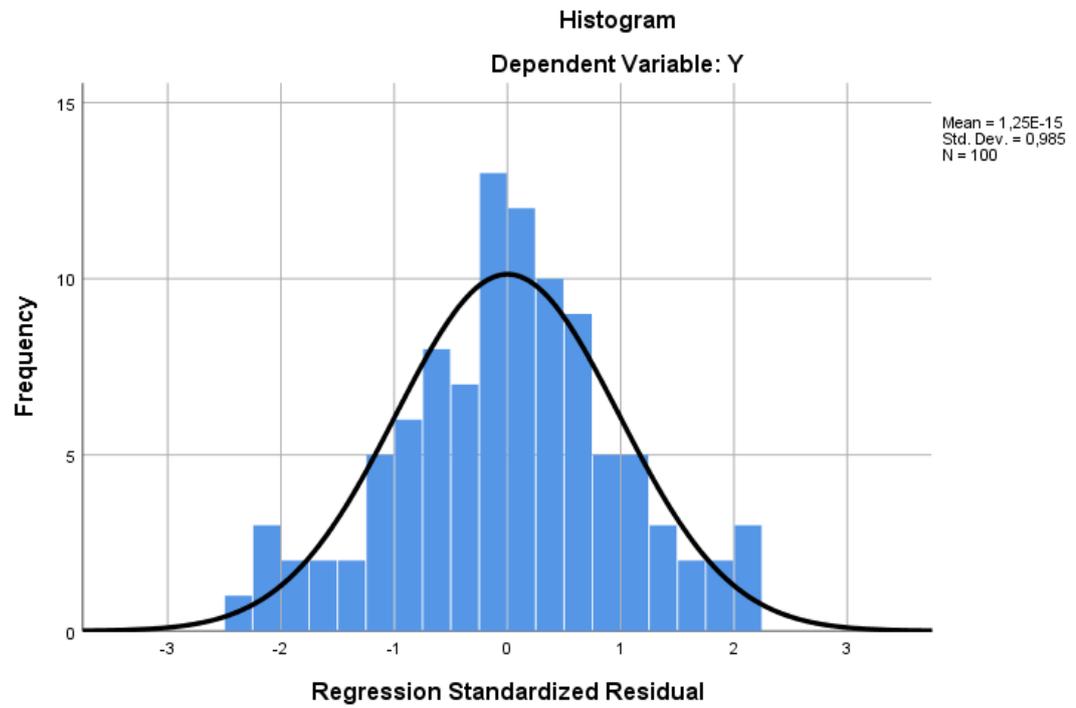
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

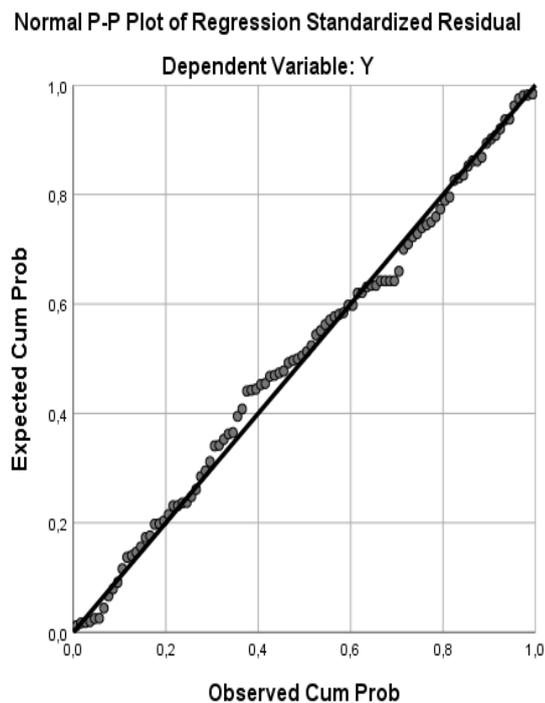
d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Hasil uji SPSS 22 for windows

Dengan nilai Sig. $\alpha = 0,05$, dapat disimpulkan bahwa Asymp. Sig. = 0,200 > Sig. α 0,05 maka data terdistribusi normal. Dasar pengambilan keputusan yang digunakan adalah jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi Normalitas dilihat dari gambar berikut :

Gambar 4.1 Uji Histogram

Sumber: Hasil uji SPSS 22 *for windows*

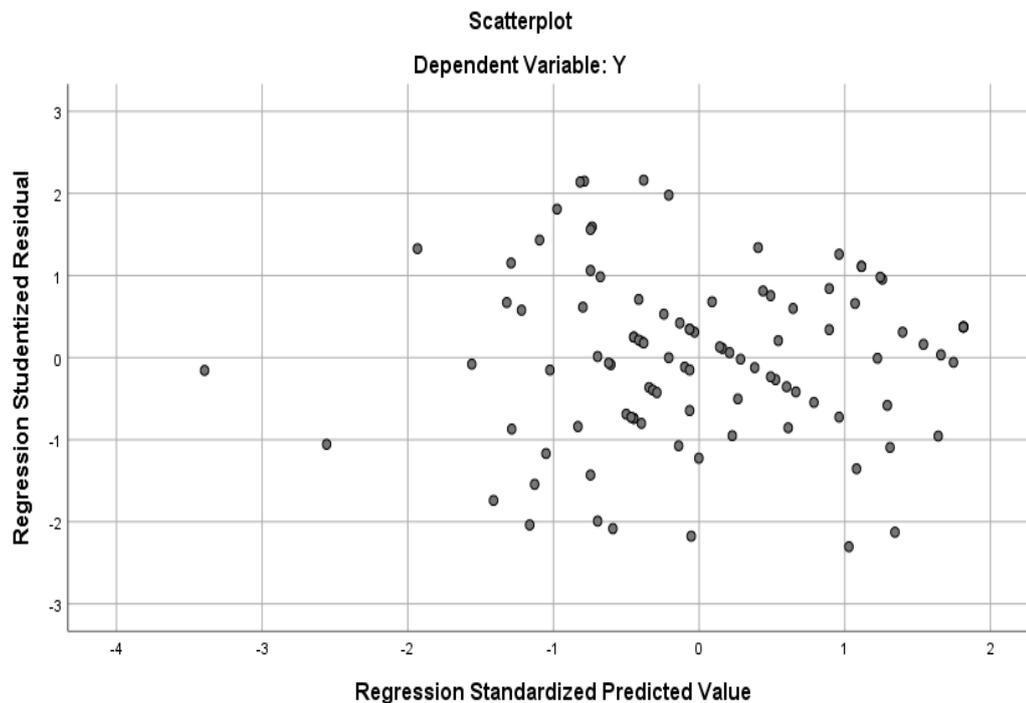
Gambar 4.2 Uji P-Plot

Sumber: Hasil uji SPSS 22 *for windows*

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya dalam sebuah model regresi. Heteroskedastisitas dapat diuji dengan metode grafik, yaitu dengan melihat ada tidaknya pola tertentu yang tergambar pada scatterplot. Berikut hasil heteroskedastisitas dengan melihat pola titik-titik pada scatterplots, penelitian ini menggunakan SPSS 22 *for windows* pada gambar di bawah ini:

Gambar 4.3 Scatterplot



Sumber: Hasil uji SPSS 22 *for windows*

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah keadaan ada hubungan linear secara sempurna atau mendekati sempurna antara variabel independent dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah yang terbebas dari masalah multikolinearitas. Variabel yang menyebabkan tidak terjadinya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai tolerance yang

lebih besar dari 0,1 atau nilai VIF yang lebih kecil dari nilai 10. Nilai VIF dan tolerance dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4.21 Uji Multikorelasi

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
(Constant)	-,515	1,988		-,259	,796		
X1	,071	,132	,050	,540	,591	,573	1,746
X2	,736	,114	,615	6,459	,000	,547	1,828
X3	,182	,126	,125	1,443	,152	,659	1,516

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil uji SPSS 22 for windows

Berdasarkan uji multikolinearitas dalam tabel 4.21 di atas, diperoleh nilai tolerance sebesar 0,573 untuk harga, 0,547 untuk kualitas produk, dan 0,659 untuk promosi, berarti angka tersebut lebih besar dari 0,1. Sedangkan VIF diperoleh sebesar 1,746 untuk harga, 1,828 untuk kualitas produk, dan 1,516 untuk promosi, berarti angka tersebut lebih kecil dari 10. Dengan demikian dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas yang artinya tidak ada hubungan antara variabel bebas atau variabel independen.

d. Uji Autokorelasi

Menguji Autokorelasi dalam suatu model bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya. Mendeteksi Autokorelasi dengan menggunakan nilai Durbin

Watson dibandingkan dengan tabel Durbin Watson (dL dan dU). **Invalid source specified.** Model pengujian yang sering digunakan adalah dengan uji Durbin Watson (uji DW) dengan ketentuan:

- 1) Jika DW lebih kecil dari dL atau lebih besar dari (4-dL), maka hipotesis nol ditolak yang berarti terdapat autokorelasi.
- 2) Jika DW terletak antara dU dan (4-dU), maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
- 3) Jika DW terletak antara dL dan dU atau di antara (4-dU) dan (4-dL), maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

Tabel 4.22 Uji Autokorelasi

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,724 ^a	,524	,509	2,03667	2,219

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil uji SPSS 22 for windows

Berdasarkan hasil uji Autokorelasi dalam tabel di atas, diperoleh nilai DW sebesar 2,219. Nilai DW akan dibandingkan dengan nilai tabel signifikansi 5% jumlah sampel (n) 100 dan jumlah k = 2 (k adalah jumlah variabel independen), maka diperoleh nilai dU dan nilai dL adalah 1,7364 dan 1,6131 dan nilai (4-dU) sebesar 2,2636 sedangkan nilai (4-dL) adalah sebesar 2,3869. Jadi, disimpulkan bahwa $d = 2,219 \geq dU =$

1,7364 dan $d = 2,192 \leq (4 - dU) = 2,2636$ maka disimpulkan tidak terdapat masalah Autokorelasi positif maupun negatif

4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dipakai untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas yaitu kualitas layanan dan harga terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian. Model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 4,204 + 0,071X_1 + 0,736X_2 + 0,182X_3 + e$$

Keterangan:

Y : Keputusan Pembelian

X1 : Harga

X2 : Kualitas Produk

X3 : Promosi

a : Nilai konstanta

b : Koefisien regresi

e : (standar error)

Tabel 4.23 Uji Analisis Linier Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-,515	1,988		-,259	,796
X1	,071	,132	,050	,540	,591
X2	,736	,114	,615	6,459	,000
X3	,182	,126	,125	1,443	,152

a. Dependent Variable: Y

a. Konstanta

Nilai konstanta adalah -0,515. hal ini berarti jika harga (X1), kualitas produk (X2), dan promosi (X3), bernilai 0, maka keputusan pembelian bernilai negatif yaitu -0,515.

b. Harga (X1)

Nilai koefisien regresi variabel harga bernilai positif yaitu 0,071 hal ini dapat diartikan bahwa setiap faktor harga mengalami kenaikan satu persen maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,071 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap. Sebaliknya jika faktor harga turun satu persen maka keputusan pembelian akan turun 0,071.

c. Kualitas Produk (X2)

Nilai koefisien regresi variabel kualitas bernilai positif yaitu 0,736 hal ini dapat diartikan bahwa setiap faktor kualitas mengalami kenaikan satu persen maka keputusan pembelian akan naik sebesar

0,736 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap. Sebaliknya jika faktor kualitas turun satu persen maka keputusan pembelian akan turun 0,736.

d. Promosi (X3)

Nilai koefisien regresi variabel promosi bernilai positif yaitu 0,182 hal ini dapat diartikan bahwa setiap faktor promosi mengalami kenaikan satu persen maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,182 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap. Sebaliknya jika faktor promosi turun satu persen maka keputusan pembelian akan turun 0,182.

Tabel 4.24 Uji Regresi Linier Berganda

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,724 ^a	,524	,509	2,03667	2,219

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil uji SPSS 22 *for windows*

Dari tabel di atas dapat dilihat nilai R sebesar 0,724 menunjukkan korelasi ganda, artinya hubungan antara (harga, kualitas produk, kualitas pelayanan) dengan keputusan pembelian konsumen sebesar 0,724.

Nilai Adjusted R Square sebesar 0,509 menunjukkan besarnya peran atau kontribusi variabel harga, kualitas produk, dan kualitas

pelayanan mampu menjelaskan variabel keputusan pembelian konsumen sebesar 50%. Sementara sebesar 50% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian yang dilakukan.

Tabel 4.25 Uji Regresi Linier Berganda

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	438,428	3	146,143	35,232	,000 ^b
	Residual	398,212	96	4,148		
	Total	836,640	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Promosi (X3), Harga (X1), Kualitas Produk (X2)

Sumber: Hasil uji SPSS 22 *for windows*

Ha : harga, kualitas produk, dan promosi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Nilai probabilitas F (F-hitung) dalam regresi linier berganda sebesar $0,000 < 0,05$ menjelaskan bahwa hipotesis (Ha) yang diajukan diterima. Ini berarti bahwa variabel harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

5. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui pengaruh antara variabel harga, kualitas produk, dan promosi, maka dilakukan pengujian-pengujian yaitu uji koefisien determinasi, uji F (uji simultan) dan uji t (uji signifikansi parsial).

a. Analisis Koefisien Determinasi (*Adjusted R₂*)

Hasil analisis determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Dapat dilihat pada output Model Summary dari hasil analisis Regresi Linear Berganda. Regresi dengan lebih dari dua variabel bebas digunakan Adjusted R² sebagai koefisien determinasi. Adjusted R square adalah nilai R square yang telah disesuaikan.

Tabel 4.26 Uji Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,724 ^a	,524	,509	2,03667

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Uji SPSS 22 *for windows*

Berdasarkan output di atas, nilai Adjusted R square menunjukkan angka sebesar 0,509 atau 50,9%. Hal ini menunjukkan bahwa presentase sumbangan pengaruh variabel bebas (harga, kualitas, promosi, dan kemudahan dalam pembayaran) terhadap variabel tergantung (keputusan pembelian) sebesar 50,9%, variasi variabel tergantung. Sedangkan sisanya 49,1% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

b. Uji F (Uji Simultan)

Tabel 4.27 Hasil Uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	438,428	3	146,143	35,232	,000 ^b
	Residual	398,212	96	4,148		
	Total	836,640	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Sumber: Hasil Uji SPSS 22 *for windows*

Berdasarkan tabel di atas, nilai F hitung sebesar 35,232 , di mana nilai ini lebih besar dari nilai Ftabel sebesar 2,70 dan nilai signifikansi untuk pengaruh Harga (X1) Kualitas Produk (X2) dan Promosi (X3) secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa Ha diterima yang berarti terdapat pengaruh X1, X2, dan X3 secara simultan terhadap Y.

c. Uji T (Uji Parsial)

Uji T digunakan untuk memprediksi ada tidaknya pengaruh secara parsial variabel independen terhadap variabel dependen. Jika dalam pengujian dipastikan bahwa koefisien regresi yaitu variabel independen tidak sama dengan nol, maka variabel independen tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika dalam pengujian tersebut dipastikan bahwa koefisien regresi suatu variabel independen sama dengan nol, maka variabel independen tersebut tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 4.28 Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-,515	1,988		-,259	,796
X1	,071	,132	,050	,540	,591
X2	,736	,114	,615	6,459	,000
X3	,182	,126	,125	1,443	,152

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Uji SPSS 22 *for windows*

Dari tabel di atas maka dapat diketahui hasil dari pengujian hipotesis secara parsial. Berikut penjelasan masing-masing variabel yang dilakukan secara parsial.

a. Pengujian hipotesis variabel harga (X1)

Dari tabel di atas maka dapat diperoleh nilai t_{hitung} dari variabel harga (X1) sebesar 0,540 sementara t_{tabel} sebesar 1,984, signifikan sebesar 0,591 dan tingkat α sebesar 5 % atau 0,05. Ini berarti t_{hitung} lebih kecil nilainya dibandingkan t_{tabel} dan nilai signifikan lebih besar nilainya dibandingkan nilai α . Dengan demikian hipotesis H_0 diterima dan H_a ditolak dan berarti variabel harga (X1) yang berkaitan dengan indikator harga (X1) Keterjangkauan harga, Kesesuaian harga dengan kualitas produk, Daya saing harga, sering diskon/potongan harga tidak mempunyai pengaruh yang berarti terhadap variabel keputusan pembelian terhadap pembelian sepatu produk lokal pada Rupaka Store Banjarmasin.

b. Pengujian hipotesis variabel kualitas produk (X2)

Dari tabel di atas maka dapat diperoleh nilai t_{hitung} dari variabel kualitas produk (X2) sebesar 6,459 sementara t_{tabel} sebesar 1,984, signifikan sebesar 6,459 dan tingkat *alpha* sebesar 5 % atau 0,05. Ini berarti t_{hitung} lebih besar nilainya dibandingkan t_{tabel} dan nilai signifikan lebih kecil nilainya dibandingkan nilai α . Dengan demikian hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima dan berarti variabel harga (X2) yang berkaitan dengan indikator kualitas produk (X2) Model yang elegan, Sesuai selera, Usia pakai sepatu lebih lama, Lebih nyaman dipakai mempunyai pengaruh yang berarti terhadap variabel keputusan pembelian terhadap pembelian sepatu produk lokal pada Rupaka Store Banjarmasin.

c. Pengujian hipotesis variabel promosi (X3)

Dari tabel di atas maka dapat diperoleh nilai t_{hitung} dari variabel promosi (X3) sebesar 1,443 sementara t_{tabel} sebesar 1,984, signifikan sebesar 1,443 dan tingkat *alpha* sebesar 5 % atau 0,05. Ini berarti t_{hitung} lebih kecil nilainya dibandingkan t_{tabel} dan nilai signifikan lebih besar nilainya dibandingkan nilai α . Dengan demikian hipotesis H_0 diterima dan H_a ditolak dan berarti variabel harga (X3) yang berkaitan dengan indikator promosi (X3) Iklan produk, Informasi produk, Promosi diberbagai media, dan Postingan Instagram @Rupaka.Store tidak mempunyai pengaruh

yang berarti terhadap variabel keputusan pembelian terhadap pembelian sepatu produk lokal pada Rupaka Store Banjarmasin.