

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Kabupaten Banjar

Kabupaten Banjar terletak di bagian selatan Provinsi Kalimantan Selatan, berada pada $114^{\circ} 30' 20''$ dan $115^{\circ} 33' 37''$ Bujur Timur serta $2^{\circ} 49' 55''$ dan $3^{\circ} 43' 38''$ Lintang Selatan. Luas wilayahnya $4.668,50 \text{ Km}^2$ atau sekitar 12,20 % dari luas wilayah Provinsi Kalimantan Selatan. Secara administrasi batas-batas Kabupaten Banjar adalah :

- a. Sebelah Utara : Kabupaten Tapin dan Kabupaten Hulu Sungai Selatan
- b. Sebelah Timur : Kabupaten Kotabaru dan Kabupaten Tanah Bumbu
- c. Sebelah Selatan : Kabupaten Tanah Laut dan Kota Banjarbaru
- d. Sebelah Barat : Kota Banjarmasin dan Kabupaten Barito Kuala

Kabupaten Banjar terbagi ke dalam 20 wilayah Kecamatan, 290 Desa dan 13 Kelurahan dengan kecamatan terluas adalah Kecamatan Aranio yaitu $1.166,35 \text{ Km}^2$ (24,98 %), dan yang terkecil adalah Kecamatan Martapura Timur yaitu $29,99 \text{ Km}^2$ (0,64 %). Jumlah penduduk Kabupaten Banjar untuk tahun 2019 adalah sebanyak 550.264 yang tersebar di 20 Kecamatan sebagaimana yang tersaji pada tabel 4.1 berikut:

Tabel 4.1 Jumlah Penduduk Kabupaten Banjar

No.	Kecamatan	Jumlah Penduduk	Kepadatan Penduduk per km ²
1.	Aluh-Alih	28.592	347
2.	Beruntung Baru	14.813	241
3.	Gambut	41.513	321
4.	Kertak Hanyar	39.120	854
5.	Tatah Makmur	12.380	349
6.	Sungai Tabuk	59.710	405
7.	Martapura	117.325	2.791
8.	Martapura Timur	29.499	984
9.	Martapura Barat	19.019	127
10.	Astambul	35.313	163
11.	Karang Intan	35.064	163
12.	Aranio	9.305	8
13.	Sungai Pinang	14.275	31
14.	Paramasan	3.708	7
15.	Pengaron	16.251	38
16.	Sambung Makmur	11.388	85
17.	Mataraman	25.715	173
18.	Simpang Empat	22.987	163
19.	Telaga Bauntung	3.261	21
20.	Cintapuri Darussalam	11.026	35
		550.264	118

Sumber: Kabupaten Banjar Dalam Angka 2020.

Pada tabel 4.1 dapat diketahui bahwa jumlah Kecamatan di Kabupaten Banjar dengan jumlah penduduk terbanyak adalah Kecamatan Martapura, sedangkan kecamatan dengan jumlah penduduk paling sedikit adalah Kecamatan Telaga Bauntung.

2. Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini sebanyak 80 orang konsumen pengguna Produk Avail di Kabupaten Banjar. Berdasarkan hasil pembagian kuesioner maka diperoleh karakteristik responden sebagai berikut.

a. Usia Responden

Berdasarkan hasil pembagian kuesioner, komposisi usia responden yang merupakan konsumen pengguna Produk Avail di Kabupaten Banjar dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut ini.

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden

No.	Usia (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	18 – 22	20	25
2.	23 – 27	15	18,75
3.	28 – 32	22	27,5
4.	33 – 37	14	17,5
5.	38 – 42	5	6,25
6.	43 – 47	3	3,75
7.	48 – 52	1	1,25
Jumlah		80	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2020

Berdasarkan tabel 4.2 diketahui bahwa sebagian besar konsumen pengguna Produk Avail di Kabupaten Banjar yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah berusia antara 28-32 tahun (27,5). Hal ini berarti bahwa konsumen yang membeli produk pakaian di Produk Avail di Kabupaten Banjar berada pada usia produktif.

b. Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan hasil pembagian kuesioner, jenis kelamin konsumen pengguna Produk Avail di Kabupaten Banjar yang terpilih menjadi responden diuraikan sebagai berikut:

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Perempuan	80	100
2.	Laki-laki	0	0
Jumlah		80	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2020.

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat diketahui bahwa seluruh konsumen pengguna Produk Avail di Kabupaten Banjar adalah perempuan (100%). Hal dikarenakan produk Avail memang dikhususkan untuk perempuan.

c. Pekerjaan

Berikut ini disajikan tabel mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan responden yang dikategorikan ke dalam 6 (enam) kategori yaitu:

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	PNS	11	13,75
2.	Karyawan Swasta	14	17,5
3.	Karyawan BUMN/BUMD	15	18,75
4.	TNI / Polri	2	2,5
5.	Mahasiswa / Pelajar	20	25
6.	Pedagang (Lain-Lain)	18	22,5
Jumlah		80	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2019.

Berdasarkan pada tabel 4.4 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden bekerja sebagai Pedagang (Lain-lain) yaitu 22,5%. Hal ini berarti bahwa sebagian besar konsumen pengguna Produk Avail di Kabupaten Banjar adalah pedagang

d. Pendidikan Terakhir

Berikut ini pendidikan terakhir konsumen pengguna Produk Avail di Kabupaten Banjar:

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Pendidikan Terakhir	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	SD	6	7,5
2.	SMP	10	12,5
3.	SMA	33	41,25
4.	Diploma	11	13,75
5.	S1	18	22,5
6.	S2	2	2,5
7.	S3	0	0
Jumlah		80	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2019.

Berdasarkan pada tabel 4.5 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memiliki pendidikan terakhir tingkat SMA yaitu 41,25%. Hal ini berarti bahwa sebagian besar konsumen pengguna Produk Avail di Kabupaten Banjar adalah orang-orang yang memiliki latar belakang pendidikan SMA sederajat.

B. Analisis Data

1. Hasil Uji Instrumen Penelitian

a. Hasil Uji Validitas

Uji validitas instrumen dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan korelasi *product moment* yang operasionalnya menggunakan bantuan aplikasi SPSS for windows versi 22. Item pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan valid apabila memiliki nilai r hitung lebih besar dibandingkan dengan r

tabel. Adapun r tabel yang ditentukan dalam uji validitas penelitian ini adalah sebesar 0,361 karena sampel yang digunakan untuk uji instrumen adalah sebanyak 30 orang. Adapun hasil uji validitas instrumen penelitian dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

No.	Variabel /Sub Variabel	No. Item	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	Kinerja (X1)	x1.1	0,837	0,361	Valid
2.		x1.2	0,877	0,361	Valid
3.		x1.3	0,772	0,361	Valid
4.		x1.4	0,581	0,361	Valid
5.	Fitur Produk (X2)	x2.1	0,436	0,361	Valid
6.		x2.2	0,460	0,361	Valid
7.		x2.3	0,842	0,361	Valid
8.		x2.4	0,817	0,361	Valid
9.		x2.5	0,877	0,361	Valid
10.	Keandalan (X3)	x3.1	0,910	0,361	Valid
11.		x3.2	0,366	0,361	Valid
12.		x3.3	0,786	0,361	Valid
13.		x3.4	0,675	0,361	Valid
14.		x3.5	0,436	0,361	Valid
15.		x3.6	0,940	0,361	Valid
16.		x3.7	0,501	0,361	Valid
17.	Penampilan (X4)	x4.1	0,754	0,361	Valid
18.		x4.2	0,527	0,361	Valid
19.		x4.3	0,716	0,361	Valid
20.		x4.4	0,618	0,361	Valid
21.		x4.5	0,675	0,361	Valid
22.	Daya Tahan (X5)	x5.1	0,740	0,361	Valid
23.		x5.2	0,605	0,361	Valid
24.		x5.3	0,377	0,361	Valid
25.		x5.4	0,667	0,361	Valid
26.		x5.5	0,468	0,361	Valid
27.		x5.6	0,777	0,361	Valid
28.	Estetika (X6)	x6.1	0,910	0,361	Valid
29.		x6.2	0,542	0,361	Valid
30.		x6.3	0,789	0,361	Valid
31.		x6.4	0,676	0,361	Valid
32.		x6.5	0,538	0,361	Valid
33.		x6.6	0,931	0,361	Valid
34.	Persepsi	x7.1	0,657	0,361	Valid

35.	Kualitas (X7)	x7.2	0,735	0,361	Valid
36.		x7.3	0,663	0,361	Valid
37.		x7.4	0,349	0,361	Tidak Valid
38.		x7.5	0,290	0,361	Tidak Valid
39.	Keputusan Pembelian (Y)	y.1	0,780	0,361	Valid
40.		y.2	0,509	0,361	Valid
41.		y.3	0,676	0,361	Valid
42.		y.4	0,753	0,361	Valid
43.		y.5	0,675	0,361	Valid
44.		y.6	0,509	0,361	Valid
45.		y.7	0,537	0,361	Valid
46.		y.8	0,629	0,361	Valid
47.		y.9	0,827	0,361	Valid
48.		y.10	0,509	0,361	Valid
49.		y.11	0,676	0,361	Valid
50.		y.12	0,753	0,361	Valid
51.		y.13	0,657	0,361	Valid

Sumber: Hasil Output SPSS, 2020

Berdasarkan pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa terdapat beberapa item pernyataan yang tidak valid karena memiliki nilai r_{hitung} yang lebih kecil dari nilai r_{tabel} (0,361) atau bertanda negatif. Adapun item pernyataan yang tidak valid ada pada variabel Kualitas produk (X) indikator persepsi kualitas (X7) yaitu item pernyataan x7.4 dengan nilai 0,349 ($<0,361$) dan x7.5 dengan nilai 0,290 ($<0,361$). Dikarenakan keterbatasan waktu penelitian, maka item pernyataan yang dinyatakan tidak valid dihapus atau dikeluarkan dari kuesioner.

b. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas item terhadap variabel penelitian dilakukan untuk mengetahui kemampuan instrument atau tes untuk menghasilkan skor yang mendekati sama dari setiap individu dan kapan saja apabila dilakukan pengujian ulang. Reliabilitas berarti ketepatan atau dapat dipercaya. Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan program SPSS menggunakan menu analisis *Scale*. Butir pertanyaan yang ada pada instrumen angket diuji reliabilitasnya agar

mendapatkan skala pengukuran instrumen yang baik. Untuk pengujian biasanya menggunakan batasan tertentu seperti reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada *output statistic*, apabila nilai *cronbach alpha* di atas 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa alat ukur tersebut reliabel (Priyatno, 2017: 98). Berikut ini merupakan hasil uji reliabilitas instrumen penelitian:

Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

No.	Variabel/ Sub Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
1.	Kinerja (X1)	0,773	Reliabel
2.	Fitur Produk (X2)	0,737	Reliabel
3.	Keandalan (X3)	0,780	Reliabel
4.	Penampilan (X4)	0,669	Reliabel
5.	Daya Tahan (X5)	0,888	Reliabel
6.	Estetika (X6)	0,820	Reliabel
7.	Persepsi Kualitas (X7)	0,757	Reliabel
8.	Keputusan Pembelian (Y)	0,885	

Sumber: Hasil Output SPSS, 2020.

Berdasarkan pada tabel 4.7 dapat dilihat bahwa seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* diatas 0,6 dimana untuk variabel Kualitas Produk dengan indikator kinerja (X1) memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,773, indikator fitur produk (X2) memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,737, Keandalan (X3) memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,780, indikator Penampilan (X4) memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,669, indikator daya tahan (X5) memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,888, indikator estetika (X6) memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,820, indikator persepsi kualitas (X7) memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,757, dan variabel Keputusan Pembelian (Y) memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,885. Dengan demikian dapat disimpulkan, bahwa

seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel dan dapat digunakan untuk mengukur kualitas produk melalui indikator kinerja, fitur produk, keandalan, penampilan, daya tahan, estetika dan persepsi kualitas dan keputusan pembelian konsumen membeli Produk Avail.

2. Deskriptif Statistik Variabel Penelitian

a. Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X)

Kualitas produk adalah kemampuan untuk menjalankan tugasnya yang mencakup daya tahan, kehandalan, kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan dan reparasi produk dan ciri-cirinya. Kualitas produk disini diukur melalui sub variabel kinerja, fitur produk, keandalan, penampilan, daya tahan, estetika, dan persepsi kualitas. Berikut ini merupakan hasil jawaban responden terhadap kuesioner tentang variabel Kualitas produk berdasarkan sub variabel kinerja, fitur produk, keandalan, penampilan, daya tahan, estetika, dan persepsi kualitas.

1) Sub Variabel Kinerja (X1)

- a) Distribusi frekuensi indikator merasakan manfaat dari produk Avail. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8 Jawaban responden mengenai merasakan manfaat dari produk Avail

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	26	32,5
2.	Setuju	41	51,3
3.	Cukup Setuju	13	16,3
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2020.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.8 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 32,5%, setuju sebesar 51,3%, cukup setuju sebesar 16,3%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

b) Distribusi frekuensi indikator kesesuaian manfaat dengan harapan konsumen.

Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.9 Jawaban responden mengenai kesesuaian manfaat dengan harapan konsumen

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	30	37,5
2.	Setuju	45	56,3
3.	Cukup Setuju	5	6,3
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2020.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.9 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 37,5%, setuju sebesar 56,3%, cukup setuju sebesar 6,3%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

c) Distribusi frekuensi indikator penggunaan produk Avail karena fungsinya.

Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.10 Jawaban responden mengenai penggunaan produk Avail karena fungsinya

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	32	40
2.	Setuju	29	36,3
3.	Cukup Setuju	19	23,8
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2020.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.10 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 40%, setuju sebesar 36,3%, cukup setuju sebesar 23,8%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- d) Distribusi frekuensi indikator tidak merasakan kekecewaan setelah menggunakan produk Avail. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.11 Jawaban responden mengenai tidak merasakan kekecewaan setelah menggunakan produk Avail

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	27	33,8
2.	Setuju	45	56,3
3.	Cukup Setuju	8	10
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2020.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.11 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 33,8%, setuju sebesar 56,3%, cukup setuju sebesar 10%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

2) Sub Variabel Fitur Produk (X2)

- a) Distribusi frekuensi indikator Desain produk avail termasuk desain yang menarik. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.12 Jawaban responden mengenai Desain produk avail termasuk desain yang menarik

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	32	40
2.	Setuju	29	36,3
3.	Cukup Setuju	19	23,8
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2020.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.12 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 23,8%, setuju sebesar 36,3%, cukup setuju sebesar 23,8%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- b) Distribusi frekuensi indikator Produk Avail memiliki desain yang unik. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.13 Jawaban responden mengenai Produk Avail memiliki desain yang unik

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	26	32,5
2.	Setuju	47	58,8
3.	Cukup Setuju	7	8,8
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2020.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.13 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 32,5%, setuju sebesar 58,8%, cukup setuju sebesar 8,8%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- c) Distribusi frekuensi indikator Desain produk avail memberikan kenyamanan saat dipakai. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.14 Jawaban responden mengenai Desain produk avail memberikan kenyamanan saat dipakai

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	26	32,5
2.	Setuju	47	58,8
3.	Cukup Setuju	7	8,8
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2020.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.14 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 32,5%, setuju sebesar 58,8%, cukup setuju sebesar 8,8%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- d) Distribusi frekuensi indikator merasakan kandungan herbal ketika menggunakan pembalut herbal Avail. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.15 Jawaban responden mengenai merasakan kandungan herbal ketika menggunakan pembalut herbal Avail

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	34	42,5
2.	Setuju	30	37,5
3.	Cukup Setuju	16	2
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2020.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.15 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 42,5%, setuju sebesar 37,5%, cukup setuju sebesar 20%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- e) Distribusi frekuensi indikator merasa produk tidak membahayakan kesehatan organ. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.16 Jawaban responden mengenai merasa produk tidak membahayakan kesehatan organ

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	31	38,8
2.	Setuju	34	42,5
3.	Cukup Setuju	15	18,8
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2020.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.16 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 38,8%, setuju sebesar 42,5%, cukup setuju sebesar 18,8%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

3) Sub Variabel Keandalan (X3)

a) Distribusi frekuensi indikator Produk Avail tidak mudah panas saat dipakai.

Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.17 Jawaban responden mengenai Produk Avail tidak mudah panas saat dipakai

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	26	32,5
2.	Setuju	47	58,8
3.	Cukup Setuju	7	8,8
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2020.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.17 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 32,5%, setuju sebesar 58,8%, cukup setuju sebesar 8,8%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

b) Distribusi frekuensi indikator Produk avail tidak menimbulkan rasa gerah.

Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.18 Jawaban responden mengenai Produk avail tidak menimbulkan rasa gerah

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	34	42,5
2.	Setuju	30	37,5
3.	Cukup Setuju	16	20
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2020.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.18 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 42,5%, setuju sebesar 37,5%, cukup setuju sebesar 20%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- c) Distribusi frekuensi indikator Produk Avail tidak menimbulkan keringat di area kewanitaan. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.19 Jawaban responden mengenai Produk Avail tidak menimbulkan keringat di area kewanitaan

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	31	38,8
2.	Setuju	34	42,5
3.	Cukup Setuju	15	18,8
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2020.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.19 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 38,8%, setuju sebesar 42,5%, cukup setuju sebesar 18,8%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- d) Distribusi frekuensi indikator lebih nyaman ketika menggunakan produk avail. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.20 Jawaban responden mengenai lebih nyaman ketika menggunakan produk avail

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	32	40
2.	Setuju	29	36,3
3.	Cukup Setuju	19	23,8
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2020.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.20 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 40%, setuju sebesar 36,3%, cukup setuju sebesar 23,8%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- e) Distribusi frekuensi indikator Produk Avail tidak mengganggu aktivitas. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.21 Jawaban responden mengenai Produk Avail tidak mengganggu aktivitas

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	26	32,5
2.	Setuju	47	58,8
3.	Cukup Setuju	7	8,8
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2020.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.21 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 32,5%, setuju sebesar 58,8%, cukup setuju sebesar 8,8%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

f) Distribusi frekuensi indikator Produk Avail permukaan pembalut lembut.

Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.22 Jawaban responden mengenai Produk Avail permukaan pembalut lembut

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	34	42,5
2.	Setuju	30	37,5
3.	Cukup Setuju	16	20
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2020.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.22 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 42,5%, setuju sebesar 37,5%, cukup setuju sebesar 20%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

g) Distribusi frekuensi indikator Produk Avail tidak menimbulkan iritasi kulit.

Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.23 Jawaban responden mengenai Produk Avail tidak menimbulkan iritasi kulit

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	31	38,8
2.	Setuju	34	42,5
3.	Cukup Setuju	15	18,8
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2020.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.23 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 38,8%, setuju sebesar 42,5%, cukup setuju sebesar 18,8%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

4) Sub Variabel Penampilan (X4)

- a) Distribusi frekuensi indikator Kemasan produk Avail mudah dikenali. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.24 Jawaban responden mengenai Kemasan produk Avail mudah dikenali

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	29	36,3
2.	Setuju	39	48,8
3.	Cukup Setuju	12	15
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2020.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.24 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 36,3%, setuju sebesar 48,8%, cukup setuju sebesar 15%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- b) Distribusi frekuensi indikator Produk Avail memiliki variasi kemasan sesuai dengan fungsinya. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.25 Jawaban responden mengenai Produk Avail memiliki variasi kemasan sesuai dengan fungsinya

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	26	32,5
2.	Setuju	40	50
3.	Cukup Setuju	14	17,5
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2020.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.25 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 32,5%, setuju sebesar 50%, cukup setuju sebesar 17,5%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- c) Distribusi frekuensi indikator Produk Avail memiliki variasi kemasan sesuai dengan kuantitas produk. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.26 Jawaban responden mengenai Produk Avail memiliki variasi kemasan sesuai dengan kuantitas produk

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	28	35
2.	Setuju	42	52,5
3.	Cukup Setuju	10	12,5
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2020.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.26 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 35%, setuju sebesar 52,5%, cukup setuju sebesar 12,5%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

d) Distribusi frekuensi indikator Produk Avail memiliki variasi panjang pembalut. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.27 Jawaban responden mengenai Produk Avail memiliki variasi panjang pembalut

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	27	33,8
2.	Setuju	40	50
3.	Cukup Setuju	13	16,3
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2020.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.27 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 33,8%, setuju sebesar 50%, cukup setuju sebesar 16,3%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

e) Distribusi frekuensi indikator Produk Avail memiliki variasi ketebalan pembalut. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.28 Jawaban responden mengenai Produk Avail memiliki variasi ketebalan pembalut

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	26	32,5
2.	Setuju	47	58,8
3.	Cukup Setuju	7	8,8
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2020.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.28 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 32,5%, setuju sebesar 58,8%, cukup setuju sebesar 8,8%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

5) Sub Variabel Daya Tahan (X5)

a) Distribusi frekuensi indikator Produk Avail memiliki daya tahan yang lama.

Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.29 Jawaban responden mengenai Produk Avail memiliki daya tahan yang lama

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	28	35
2.	Setuju	42	52,5
3.	Cukup Setuju	10	12,5
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2020.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.29 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 35%, setuju sebesar 52,5%, cukup setuju sebesar 12,5%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

b) Distribusi frekuensi indikator Produk Avail tidak mudah robek/rusak. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.30 Jawaban responden mengenai Produk Avail tidak mudah robek/rusak

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	27	33,8
2.	Setuju	40	50
3.	Cukup Setuju	13	16,3
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2020.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.30 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 33,8%, setuju sebesar 50%, cukup setuju sebesar 16,3%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- c) Distribusi frekuensi indikator Produk Avail daya perekatnya kuat. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.31 Jawaban responden mengenai Produk Avail daya perekatnya kuat

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	29	36,3
2.	Setuju	36	45
3.	Cukup Setuju	15	18,8
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2020.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.31 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 36,3%, setuju sebesar 45%, cukup setuju sebesar 18,8%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

d) Distribusi frekuensi indikator Produk Avail tidak mudah bocor atau tembus.

Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.32 Jawaban responden mengenai Produk Avail tidak mudah bocor atau tembus

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	27	33,8
2.	Setuju	41	51,3
3.	Cukup Setuju	12	15
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2020.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.32 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 33,8%, setuju sebesar 51,3%, cukup setuju sebesar 15%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

e) Distribusi frekuensi indikator Produk Avail memiliki daya serap tinggi. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.33 Jawaban responden mengenai Produk Avail memiliki daya serap tinggi

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	29	36,3
2.	Setuju	36	45
3.	Cukup Setuju	15	18,8
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2020.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.33 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 36,3%, setuju sebesar 45%, cukup setuju sebesar 18,8%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- f) Distribusi frekuensi indikator Produk Avail mudah di bersihkan karena larut dalam air (setelah pemakaian). Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.34 Jawaban responden mengenai Produk Avail mudah di bersihkan karena larut dalam air (setelah pemakaian)

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	27	33,8
2.	Setuju	41	51,3
3.	Cukup Setuju	12	15
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2020.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.34 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 33,8%, setuju sebesar 51,3%, cukup setuju sebesar 15%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

6) Sub Variabel Estetika (X6)

- a) Distribusi frekuensi indikator Bentuk pembalut sesuai dengan ukuran. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.35 Jawaban responden mengenai Bentuk pembalut sesuai dengan ukuran

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	29	36,3
2.	Setuju	36	45
3.	Cukup Setuju	15	18,8
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2020.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.35 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 36,3%, setuju sebesar 45%, cukup setuju sebesar 18,8%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

b) Distribusi frekuensi indikator Bentuk pembalut sesuai dengan area kewanitaan. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.36 Jawaban responden mengenai Bentuk pembalut sesuai dengan area kewanitaan

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	27	33,8
2.	Setuju	41	51,3
3.	Cukup Setuju	12	15
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2020.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.36 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 33,8%, setuju sebesar 51,3%, cukup setuju sebesar 15%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

c) Distribusi frekuensi indikator Produk avail mudah dibawa kemana-mana.

Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.37 Jawaban responden mengenai Produk avail mudah dibawa kemana-mana

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	27	33,8
2.	Setuju	39	48,8
3.	Cukup Setuju	14	17,5
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2020.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.37 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 33,8%, setuju sebesar 48,8%, cukup setuju sebesar 17,5%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

d) Distribusi frekuensi indikator Produk Avail memiliki kemasan yang bagus.

Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.38 Jawaban responden mengenai Produk Avail memiliki kemasan yang bagus

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	22	27,5
2.	Setuju	41	52,2
3.	Cukup Setuju	16	20
4.	Tidak Setuju	1	1,3
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2020.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.38 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 27,5%, setuju sebesar 52,2%, cukup setuju sebesar 20%, tidak setuju sebesar 1,3% dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- e) Distribusi frekuensi indikator Produk avail praktis saat digunakan. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.39 Jawaban responden mengenai Produk avail praktis saat digunakan

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	24	30
2.	Setuju	39	48,8
3.	Cukup Setuju	16	20
4.	Tidak Setuju	1	1,3
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2020.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.39 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 30%, setuju sebesar 48,8%, cukup setuju sebesar 20%, tidak setuju 1,3% dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- f) Distribusi frekuensi indikator Pembalut Avail dapat dibersihkan dengan hanya menggunakan air saja. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.40 Jawaban responden mengenai Pembalut Avail dapat dibersihkan dengan hanya menggunakan air saja

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	26	32,5
2.	Setuju	37	46,3

3.	Cukup Setuju	20	20
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	1	1,3
Total		80	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2020.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.40 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 32,5%, setuju sebesar 46,3%, cukup setuju sebesar 20%, untuk jawaban tidak setuju tidak mendapatkan respon sedangkan jawaban sangat tidak setuju sebesar 1,3%.

7) Sub Variabel Persepsi Kualitas (X7)

- a) Distribusi frekuensi indikator Produk avail mengandung bahan-bahan herbal yang aman bagi daerah kewanitaan. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.41 Jawaban responden mengenai Produk avail mengandung bahan-bahan herbal yang aman bagi daerah kewanitaan

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	27	33,8
2.	Setuju	40	50
3.	Cukup Setuju	13	16,3
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2020.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.41 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 33,8%, setuju sebesar 50%, cukup setuju sebesar 16,3%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- b) Distribusi frekuensi indikator Produk avail mengandung bahan-bahan herbal yang aman bagi daerah kewanitaan. Data yang diperoleh dapat dilihat

berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.42 Jawaban responden mengenai Produk avail mengandung bahan-bahan herbal yang aman bagi daerah kewanitaan

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	29	36,3
2.	Setuju	36	45
3.	Cukup Setuju	15	18,8
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2020.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.42 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 36,3%, setuju sebesar 45%, cukup setuju sebesar 18,8%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- c) Distribusi frekuensi indikator Produk avail bisa mengurangi rasa gatal di area kewanitaan. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.43 Jawaban responden mengenai Produk avail bisa mengurangi rasa gatal di area kewanitaan

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	31	38,8
2.	Setuju	34	42,5
3.	Cukup Setuju	15	18,8
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2020.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.43 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 38,8%, setuju sebesar 42,5%, cukup setuju

sebesar 18,8%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

b. Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk membentuk preferensi antar merek dalam kumpulan pilihan, konsumen mungkin juga membentuk maksud untuk membeli merek yang paling di sukai dan membentuk beberapa sub keputusan (merek, penyalur, kuantitas, waktu dan metode pembayaran) dalam melaksanakan pembelian. Berikut ini merupakan hasil jawaban responden terhadap kuesioner tentang variabel keputusan pembelian.

- a) Distribusi frekuensi indikator membeli produk Avail karena bagian dari kebutuhan rutin. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.44 Jawaban responden mengenai membeli produk Avail karena bagian dari kebutuhan rutin

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	26	32,5
2.	Setuju	41	51,3
3.	Cukup Setuju	13	16,3
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2020.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.44 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 32,5%, setuju sebesar 51,3%, cukup setuju sebesar 16,3%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

b) Distribusi frekuensi indikator membeli produk Avail untuk menjaga kesehatan. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.45 Jawaban responden mengenai membeli produk Avail untuk menjaga kesehatan

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	30	37,5
2.	Setuju	45	56,3
3.	Cukup Setuju	5	6,3
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2020.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.45 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 37,5%, setuju sebesar 56,3%, cukup setuju sebesar 6,3%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

c) Distribusi frekuensi indikator memperoleh informasi mengenai produk Avail dari keluarga. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.46 Jawaban responden mengenai memperoleh informasi mengenai produk Avail dari keluarga

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	32	40
2.	Setuju	29	36,3
3.	Cukup Setuju	19	23,8
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2020.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.46 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 40%, setuju sebesar 36,3%, cukup setuju sebesar 23,8%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- d) Distribusi frekuensi indikator memperoleh informasi mengenai produk Avail dari teman. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.47 Jawaban responden mengenai memperoleh informasi mengenai produk Avail dari teman

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	26	32,5
2.	Setuju	47	58,8
3.	Cukup Setuju	7	8,8
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2020.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.47 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 32,5%, setuju sebesar 58,8%, cukup setuju sebesar 8,8%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- e) Distribusi frekuensi indikator memperoleh informasi mengenai produk Avail dari iklan. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.48 Jawaban responden mengenai memperoleh informasi mengenai produk Avail dari iklan

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	34	42,5
2.	Setuju	30	37,5

3.	Cukup Setuju	16	20
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2020.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.48 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 42,5%, setuju sebesar 37,5%, cukup setuju sebesar 20%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

f) Distribusi frekuensi indikator Produk Avail memiliki harga yang lebih terjangkau dibanding produk sejenis. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.49 Jawaban responden mengenai Produk Avail memiliki harga yang lebih terjangkau dibanding produk sejenis

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	31	38,8
2.	Setuju	34	42,5
3.	Cukup Setuju	15	18,8
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2020.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.49 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 38,8%, setuju sebesar 42,5%, cukup setuju sebesar 18,8%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- g) Distribusi frekuensi indikator Produk Avail lebih nyaman dipakai dibanding produk sejenis. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.50 Jawaban responden mengenai Produk Avail lebih nyaman dipakai dibanding produk sejenis

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	29	36,3
2.	Setuju	39	48,8
3.	Cukup Setuju	12	15
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2020.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.50 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 36,3%, setuju sebesar 48,8%, cukup setuju sebesar 15%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- h) Distribusi frekuensi indikator Produk Avail lebih berkualitas dibanding program sejenis. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.51 Jawaban responden mengenai Produk Avail lebih berkualitas dibanding program sejenis

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	26	32,5
2.	Setuju	40	50
3.	Cukup Setuju	14	17,5
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2020.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.51 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 32,5%, setuju sebesar 50%, cukup setuju sebesar 17,5%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- i) Distribusi frekuensi indikator Produk Avail memiliki manfaat sesuai dengan kebutuhan. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.52 Jawaban responden mengenai Produk Avail memiliki manfaat sesuai dengan kebutuhan

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	28	35
2.	Setuju	42	52,5
3.	Cukup Setuju	10	12,5
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2020.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.52 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 35%, setuju sebesar 52,5%, cukup setuju sebesar 12,5%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- j) Distribusi frekuensi indikator Harga Produk Avail sesuai dengan pendapatan. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.53 Jawaban responden mengenai Harga Produk Avail sesuai dengan pendapatan

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	27	33,8
2.	Setuju	40	50

3.	Cukup Setuju	13	16,3
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2020.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.53 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 33,8%, setuju sebesar 50%, cukup setuju sebesar 16,3%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- k) Distribusi frekuensi indikator membeli produk Avail setiap bulan. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.54 Jawaban responden mengenai membeli produk Avail setiap bulan

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	29	36,3
2.	Setuju	36	45
3.	Cukup Setuju	15	18,8
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2020.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.54 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar %, setuju sebesar%, cukup setuju sebesar %, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- l) Distribusi frekuensi indikator menjadi pengguna tetap produk Avail. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.55 Jawaban responden mengenai menjadi pengguna tetap produk Avail

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	27	33,8
2.	Setuju	41	51,3
3.	Cukup Setuju	12	15
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2020.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.55 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 33,8%, setuju sebesar 51,8%, cukup setuju sebesar 15%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

m) Distribusi frekuensi indicator merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan produk Avail. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.56 Jawaban responden mengenai merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan produk Avail

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	27	33,8
2.	Setuju	39	48,8
3.	Cukup Setuju	14	17,5
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2020.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.56 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 33,8%, setuju sebesar 48,8%, cukup setuju sebesar 17,5%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

Pada penelitian ini uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinieritas dan uji Autokorelasi.

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data dalam penelitian ini dengan metode *One sample Kolmogorov-Smirnov* untuk mengambil keputusan apakah data normal atau tidak maka cukup membaca pada nilai signifikansi (Asymp Sig 2-tailed). Jika signifikansi kurang dari 0,05 maka kesimpulannya data tidak berdistribusi normal. Jika signifikansi lebih dari 0,05 maka data berdistribusi normal. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.57 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test									
		Kinerja (X1)	Fitur Produk (X2)	Keandalan (X3)	Penampilan (X4)	Daya Tahan (X5)	Estetika (X6)	Persepsi Kualitas (X7)	Keputusan Pembelian (Y)
N		80	80	80	80	80	80	80	80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	16,8750	21,0625	29,4875	21,0000	25,1250	24,7375	12,5500	54,5875
	Std. Deviation	1,61774	2,00849	2,84179	1,81415	1,79574	2,40645	1,33027	3,84080
Most Extreme Differences	Absolute	,143	,177	,137	,147	,135	,108	,148	,086
	Positive	,143	,177	,137	,097	,115	,108	,148	,086
	Negative	-,119	-,090	-,104	-,147	-,135	-,101	-,145	-,077
Kolmogorov-Smirnov Z		1,281	1,580	1,227	1,313	1,205	,965	1,323	,767
Asymp. Sig. (2-tailed)		,075	,136	,099	,064	,109	,310	,061	,598

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi (Asymp Sig 2-Tailed) untuk variabel Kualitas Produk (X) sub variabel kinerja (X1) sebesar 0,075. Ini artinya nilai sig lebih dari 0,05 maka dapat dapat simpulkan data berdistribusi normal. nilai signifikansi (Asymp Sig 2-Tailed) sub variabel fitur produk (X2) sebesar 0,136. Ini artinya nilai sig lebih dari 0,05 maka dapat dapat simpulkan data berdistribusi normal. Nilai signifikansi (Asymp Sig 2-Tailed) sub variabel fitur produk (X2) sebesar 0,099. Ini artinya nilai sig lebih dari 0,05 maka dapat dapat simpulkan data berdistribusi normal. Nilai signifikansi (Asymp Sig 2-Tailed) sub variabel keandalan (X3) sebesar 0,064. Ini artinya nilai sig lebih dari 0,05 maka dapat dapat simpulkan data berdistribusi normal. Nilai signifikansi (Asymp Sig 2-Tailed) sub variabel penampilan (X4) sebesar 0,109. Ini artinya nilai sig lebih dari 0,05 maka dapat dapat simpulkan data berdistribusi normal. Nilai signifikansi (Asymp Sig 2-Tailed) sub variabel daya tahan (X5) sebesar 0,310. Ini artinya nilai sig lebih dari 0,05 maka dapat dapat simpulkan data berdistribusi normal. Nilai signifikansi (Asymp Sig 2-Tailed) sub variabel estetika (X6) sebesar 0,. Ini artinya nilai sig lebih dari 0,05 maka dapat dapat simpulkan data berdistribusi normal. Nilai signifikansi (Asymp Sig 2-Tailed) sub variabel persepsi kualitas (X7) sebesar 0,061. Ini artinya nilai sig lebih dari 0,05 maka dapat dapat simpulkan data berdistribusi normal. Nilai signifikansi (Asymp Sig 2-Tailed) untuk variabel Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,598. Ini artinya nilai sig lebih dari 0,05 maka dapat dapat simpulkan data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas penelitin. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Ada tidaknya korelasi antar variabel tersebut dapat dideteksi dengan melihat nilai *Value Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai $VIF > 10$, terjadi multikolinieritas. Sebaliknya, jika $VIF < 10$, tidak terjadi multikolinearitas. Adapun hasil uji multikolinieritas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 4.58 Hasil Pengujian Multikolinieritas

Variabel/ Sub Variabel	Nilai <i>VIF</i>	Keterangan
Kinerja (X1)	2,330	Multikolinieritas
Fitur Produk (X2)	17,952	Multikolinieritas
Keandalan (X3)	15,982	Multikolinieritas
Penampilan (X4)	2,125	Multikolinieritas
Daya Tahan (X5)	2,142	Multikolinieritas
Estetika (X6)	1,823	Multikolinieritas
Persepsi Kualitas (X7)	1,859	Multikolinieritas

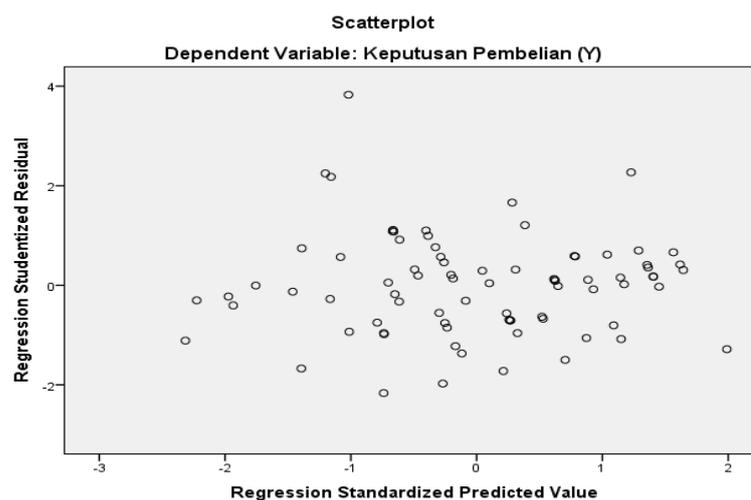
Sumber : Hasil Pengolahan Data, SPSS 22, 2019

Pada tabel 4.58, untuk mengetahui hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada *Variance Inflation Factor* (VIF) yaitu Kualitas Produk sub indikator kinerja (X1) memiliki nilai VIP sebesar 2,330. Sub indikator fitur produk (X2) memiliki nilai VIP sebesar 17,962. Sub indikator keandalan (X3) memiliki nilai VIP sebesar 15,982. Sub indikator penampilan (X4) memiliki nilai VIP sebesar 2,125. Sub indikator daya tahan (X5) memiliki nilai VIP sebesar 2,142. Sub indikator estetika (X6) memiliki nilai VIP sebesar 1,823. Sub indikator persepsi kualitas (X7) memiliki nilai VIP sebesar 1,859 Menurut Ghozali apabila nilai $VIF > 10$

maka dapat disimpulkan bahwa terjadi atau terdapat multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi (Ghozali, 2017: 92).

c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dimaksudkan untuk mengetahui kesamaan masing-masing variabel kualitas produk (X) melalui sub indikator kinerja (X1), fitur produk (X2), Keandalan (x3), penampilan (X4), daya tahan (X5), estetika (X6) dan persepsi kualitas (X7) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Konsumen pada Produk Avail di Kabupaten Banjar. Pengujian homogenitas terhadap variabel penelitian digunakan uji heteroskedastisitas. Deteksi terhadap masalah heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat grafik sebaran nilai residual. Uji heteroskedastisitas menggunakan metode grafik plot *Regression Standarized Predicted Value* dengan *Regression Stutentised Residual*. Hasil pengujian dapat dilihat pada gambar sebagai berikut :



Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Output Statistik 22, 2020

Berdasarkan grafik *scatterplot* diatas tampak bahwa sebaran data tidak membentuk pola yang jelas, titik-titik data menyebar di atas dan di bawah angka 0

pada sumbu Y. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas, dengan kata lain pada model regresi terjadi kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dengan demikian dapat disimpulkan model regresi ini telah memenuhi asumsi heteroskedastisitas, hal ini menunjukkan bahwa variasi data homogen.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Pengaruh variabel bebas yaitu kualitas produk (X) melalui sub indikator kinerja (X1), fitur produk (X2), Keandalan (x3), penampilan (X4), daya tahan (X5), estetika (X6) dan persepsi kualitas (X7) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Konsumen pada Produk Avail di Kabupaten Banjar dapat diketahui dengan melakukan pengujian menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan SPSS versi 22. Adapun hasil uji regresi linier berganda mengenai pengaruh kualitas produk (X) melalui sub indikator kinerja (X1), fitur produk (X2), Keandalan (X3), penampilan (X4), daya tahan (X5), estetika (X6) dan persepsi kualitas (X7) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Konsumen pada Produk Avail di Kabupaten Banjar adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 59 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	R	R Square	Adjusted R Square	F	Sig
	B	Std. Error	Beta							
(Constant)	1,528			,908	,367					
Kinerja (X1)	,631	,093	,266	6,803	,000	0,976	0,953	0,948	207,78	0,000
Fitur Produk (X2)	,597	,207	,312	2,879	,005					
Keandalan (X3)	,794	,138	,588	5,743	,000					
Penampilan (X4)	,943	,079	,445	11,935	,000					
Daya Tahan (X5)	,165	,080	,077	2,065	,042					
Estetika (X6)	,407	,055	,255	7,378	,000					
Persepsi Kualitas (X7)	,048	,101	,017	,477	,635					

Sumber: Hasil Output SPSS 22, 2020

Berdasarkan pada Tabel 4.59 diatas dapat diketahui bahwa Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Avail di Kabupaten Banjar dipegaruhi oleh kualitas produk yang terdiri dari kinerja, fitur produk, keandalan, penampilan, daya tahan, estetika dan persepsi kualitas. Masing-masing sub variabel bebas yang terdiri dari kinerja, fitur produk, keandalan, penampilan, daya tahan, estetika dan persepsi kualitas tersebut memberikan pengaruh yang bervariasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Avail di Kabupaten Banjar.

Berdasarkan tabel diatas, dapat diperoleh persamaan analisis regresi berganda sebaga berikut :

$$Y = 1,528 + 0,631 X_1 + 0,597 X_2 + 0,794 X_3 + 0,943 X_4 + 0,165 X_5 + 0,407 X_6 + 0,048 X_7$$

Angka 1,528 pada persamaan regresi berganda diatas berarti bahwa tanpa adanya kualitas produk yang terdiri dari kinerja, fitur produk, keandalan, penampilan, daya tahan, estetika dan persepsi kualitas, maka Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Avail di Kabupaten Banjar adalah sebesar 1,528.

Koefisien regresi variabel kualitas produk sub variabel kinerja bernilai positif, berarti ada hubungan searah antara kualitas produk sub indikator kinerja dengan Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Avail di Kabupaten Banjar. Artinya apabila kinerja produk meningkat, maka Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Avail di Kabupaten Banjar juga akan mengalami peningkatan.

Koefisien regresi variabel kualitas produk sub variabel fitur produk bernilai positif, berarti ada hubungan searah antara kualitas produk sub indikator

fitur produk dengan Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Avail di Kabupaten Banjar. Artinya apabila fitur produk meningkat, maka Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Avail di Kabupaten Banjar juga akan mengalami peningkatan.

Koefisien regresi variabel kualitas produk sub variabel keandalan bernilai positif, berarti ada hubungan searah antara kualitas produk sub indikator keandalan dengan Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Avail di Kabupaten Banjar. Artinya apabila keandalan meningkat, maka Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Avail di Kabupaten Banjar juga akan mengalami peningkatan.

Koefisien regresi variabel kualitas produk sub variabel penampilan bernilai positif, berarti ada hubungan searah antara kualitas produk sub indikator penampilan dengan Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Avail di Kabupaten Banjar. Artinya apabila penampilan produk meningkat, maka Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Avail di Kabupaten Banjar juga akan mengalami peningkatan.

Koefisien regresi variabel kualitas produk sub variabel daya tahan bernilai positif, berarti ada hubungan searah antara kualitas produk sub indikator daya tahan dengan Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Avail di Kabupaten Banjar. Artinya apabila daya tahan produk meningkat, maka Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Avail di Kabupaten Banjar juga akan mengalami peningkatan.

Koefisien regresi variabel kualitas produk sub variabel estetika bernilai positif, berarti ada hubungan searah antara kualitas produk sub indikator estetika dengan Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Avail di Kabupaten Banjar. Artinya apabila estetika produk meningkat, maka Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Avail di Kabupaten Banjar juga akan mengalami peningkatan.

Koefisien regresi variabel kualitas produk sub variabel persepsi kualitas bernilai positif, berarti ada hubungan searah antara kualitas produk sub indikator persepsi kualitas dengan Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Avail di Kabupaten Banjar. Artinya apabila persepsi kualitas meningkat, maka Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Avail di Kabupaten Banjar juga akan mengalami peningkatan.

Sedangkan untuk pengaruh variabel kualitas produk yang terdiri dari kinerja, fitur produk, keandalan, penampilan, daya tahan, estetika dan persepsi kualitas secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Avail di Kabupaten Banjar dapat dilihat pada tabel 4.69. Berdasarkan pada tabel 4.59 diatas khususnya pada kolom *Adjusted R Square* dapat diketahui bahwa variabel bebas yang terdiri dari kualitas produk (X1) dengan sub indikator kinerja (X1), fitur produk (X2), Keandalan (X3), penampilan (X4), daya tahan (X5), estetika (X6) dan persepsi kualitas (X7) secara bersama-sama memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Konsumen pada Produk Avail di Kabupaten Banjar yaitu sebesar 94,8% dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas

produk secara simultan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan konsumen dalam melakukan pembelian pada Produk Avail di Kabupaten Banjar.

5. Uji Hipotesis

a. Uji Hipotesis Pertama (Uji F)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel bebas yaitu kualitas produk (X) dengan sub variabel kinerja (X1), fitur produk (X2), Keandalan (X3), penampilan (X4), daya tahan (X5), estetika (X6) dan persepsi kualitas (X7) secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat yaitu Keputusan pembelian (Y) Konsumen pada Produk Avail di Kabupaten Banjar. Pengujian ini dilakukan dengan uji F, dengan tingkat signifikansi sebesar 95% ($\alpha = 0,05$). Hasil uji F dapat dilihat pada Tabel 4.59.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai signifikansi F (0,000) < Signifikansi α (0,05), yaitu (0,000 < 0,05) atau dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} . Dimana dari hasil perhitungan diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ (207,78 > 2,13). Berdasarkan perhitungan tersebut maka keputusannya adalah secara statistik dapat dibuktikan bahwa semua variabel independen kualitas produk yang terdiri dari kinerja (X1), fitur produk (X2), Keandalan (X3), penampilan (X4), daya tahan (X5), estetika (X6) dan persepsi kualitas (X7) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) Konsumen pada Produk Avail di Kabupaten Banjar. Dari hasil pengujian tersebut disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara variabel Kualitas produk (X) yang terdiri dari kinerja (X1), fitur produk (X2), Keandalan (X3),

penampilan (X4), daya tahan (X5), estetika (X6) dan persepsi kualitas (X7) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Konsumen pada Produk Avail di Kabupaten Banjar.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian yang berbunyi “Kualitas produk secara simultan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Produk Avail di Kabupaten Banjar” dinyatakan diterima.

b. Uji Hipotesis Kedua (Uji t)

Uji Hipotesis Kedua dilakukan dengan Uji t. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas produk terhadap keputusan konsumen di Kabupaten Banjar untuk membeli PT. Avail Elok Indonesia yaitu dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan signifikansi 95% ($\alpha=0,05$), jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan sebaliknya jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel 4.47.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai signifikansi t untuk variabel independen yaitu :

- 1) Sub variabel kinerja (X1), nilai t_{hitung} sebesar 6,803 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,990 dengan signifikansi sebesar 0,000. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,803 > 1,990$) atau $\text{sig } t < 5\%$ ($0,000 < 0,05$), artinya terdapat pengaruh sub variabel kinerja (X1) terhadap Keputusan pembelian (Y) konsumen pada Produk Avail di Kabupaten Banjar.
- 2) Sub variabel fitur produk (X2), nilai t_{hitung} sebesar 2,879 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,990 dengan signifikansi sebesar 0,000.

Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,879 > 1,990$) atau $\text{sig } t < 5\%$ ($0,000 < 0,05$), artinya terdapat pengaruh sub variabel fitur produk (X2) terhadap Keputusan pembelian (Y) konsumen pada Produk Avail di Kabupaten Banjar.

- 3) Sub variabel keandalan (X3), nilai t_{hitung} sebesar 5,743 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,990 dengan signifikansi sebesar 0,000. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,743 > 1,990$) atau $\text{sig } t < 5\%$ ($0,000 < 0,05$), artinya terdapat pengaruh sub variabel keandalan (X3) terhadap Keputusan pembelian (Y) konsumen pada Produk Avail di Kabupaten Banjar.
- 4) Sub variabel penampilan (X4), nilai t_{hitung} sebesar 11,935 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,990 dengan signifikansi sebesar 0,000. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($11,935 > 1,990$) atau $\text{sig } t < 5\%$ ($0,000 < 0,05$), artinya terdapat pengaruh sub variabel penampilan (X4) terhadap Keputusan pembelian (Y) konsumen pada Produk Avail di Kabupaten Banjar.
- 5) Sub variabel daya tahan (X5), nilai t_{hitung} sebesar 2,065 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,990 dengan signifikansi sebesar 0,000. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,065 > 1,990$) atau $\text{sig } t < 5\%$ ($0,042 < 0,05$), artinya terdapat pengaruh sub variabel daya tahan (X5) terhadap Keputusan pembelian (Y) konsumen pada Produk Avail di Kabupaten Banjar.

- 6) Sub variabel estetika (X6), nilai t_{hitung} sebesar 7,378 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,990 dengan signifikansi sebesar 0,000. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,378 > 1,990$) atau $sig\ t < 5\%$ ($0,000 < 0,05$), artinya terdapat pengaruh sub variabel estetika (X6) terhadap Keputusan pembelian (Y) konsumen pada Produk Avail di Kabupaten Banjar.
- 7) Sub variabel persepsi kualitas (X7), nilai t_{hitung} sebesar 0,477 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,990 dengan signifikansi sebesar 0,000. Karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,477 < 1,990$) atau $sig\ t > 5\%$ ($0,635 > 0,05$), artinya tidak terdapat pengaruh sub variabel persepsi kualitas terhadap Keputusan pembelian (Y) konsumen pada Produk Avail di Kabupaten Banjar.

Berdasarkan pada hasil uji t diatas, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian yang berbunyi “Kualitas produk secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Produk Avail di Kabupaten Banjar” dinyatakan diterima.

C. Pembahasan

1. Pengaruh kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian Produk Avail pada konsumen di Kabupaten Banjar

Kualitas produk adalah kemampuan untuk menjalankan tugasnya yang mencakup daya tahan, kehandalan, kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan dan reparasi produk dan ciri-cirinya. Kualitas produk disini adalah

kinerja, fitur produk, keandalan, penampilan, daya tahan, estetika, dan persepsi yang dapat membentuk persepsi konsumen terhadap Produk Avail di Kabupaten Banjar.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai rata-rata tanggapan responden terhadap variabel kualitas produk berada pada rentang jawaban setuju dan sangat setuju. Hal ini berarti bahwa Produk Avail khususnya pembalut memiliki kualitas produk yang baik, yang dapat dilihat dari kinerja produk, fitur produk, keandalan produk, penampilan produk, daya tahan produk, estetika produk dan persepsi konsumen terhadap kualitas Produk Avail itu sendiri.

Hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa secara simultan atau bersama-sama variabel kualitas produk yang terdiri dari sub variabel kinerja, fitur produk, keandalan, penampilan, daya tahan, estetika dan persepsi kualitas memiliki nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,948. Hal ini berarti bahwa kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Produk Avail sebesar 94,8%. Artinya apabila kualitas produk meningkat, maka keputusan pembelian konsumen pada Produk Avail juga akan mengalami peningkatan sebesar 94,8%.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Firman yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk yang terdiri dari dimensi Kinerja (X_1), Fitur produk (X_2), Keandalan (X_3), Penampilan (X_4), Daya tahan (X_5), Pelayanan (X_6), Estetika (X_7), dan Persepsi (X_8) secara simultan berpengaruh terhadap minat dalam memilih produk.

2. Pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian Produk Avail pada konsumen di Kabupaten Banjar

Kualitas produk dalam penelitian ini terdiri dari sub variabel kinerja, fitur produk, keandalan, penampilan, daya tahan, estetika dan persepsi kualitas. Hasil analisis regresi berganda menunjukkan bahwa masing-masing sub variabel memiliki nilai koefisien regresi yang berbeda-beda pula namun seluruhnya bertanda positif.

Sub variabel kinerja memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,631 dan bertanda positif. Hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh kualitas produk dari sub variabel kinerja terhadap Keputusan pembelian konsumen pada produk Avail. Artinya apabila kinerja meningkat, maka Keputusan pembelian konsumen pada produk Avail juga akan mengalami peningkatan sebesar 63,1%.

Sub variabel fitur produk memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,597 dan bertanda positif. Hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh kualitas produk dari sub variabel fitur produk terhadap Keputusan pembelian konsumen pada produk Avail. Artinya apabila fitur produk meningkat, maka Keputusan pembelian konsumen pada produk Avail juga akan mengalami peningkatan sebesar 59,7%.

Sub variabel keandalan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,794 dan bertanda positif. Hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh kualitas produk dari sub variabel keandalan terhadap Keputusan pembelian konsumen pada produk Avail. Artinya apabila keandalan meningkat, maka Keputusan pembelian konsumen pada produk Avail juga akan mengalami peningkatan sebesar 79,4%.

Sub variabel penampilan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,943 dan bertanda positif. Hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh kualitas produk dari sub variabel penampilan terhadap Keputusan pembelian konsumen pada produk Avail. Artinya apabila penampilan meningkat, maka Keputusan pembelian konsumen pada produk Avail juga akan mengalami peningkatan sebesar 94,3%.

Sub variabel daya tahan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,165 dan bertanda positif. Hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh kualitas produk dari sub variabel daya tahan terhadap Keputusan pembelian konsumen pada produk Avail. Artinya apabila daya tahan meningkat, maka Keputusan pembelian konsumen pada produk Avail juga akan mengalami peningkatan sebesar 16,5%.

Sub variabel estetika memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,407 dan bertanda positif. Hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh kualitas produk dari sub variabel estetika terhadap Keputusan pembelian konsumen pada produk Avail. Artinya apabila estetika meningkat, maka Keputusan pembelian konsumen pada produk Avail juga akan mengalami peningkatan sebesar 40,7%.

Sub variabel persepsi kualitas memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,048 dan bertanda positif. Hal ini berarti bahwa terdapat pengaruh kualitas produk dari sub variabel persepsi kualitas terhadap Keputusan pembelian konsumen pada produk Avail. Artinya apabila persepsi kualitas meningkat, maka Keputusan pembelian konsumen pada produk Avail juga akan mengalami peningkatan sebesar 4,8%.

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda diketahui bahwa sub variabel yang memiliki pengaruh paling besar terhadap Keputusan pembelian konsumen pada produk Avail adalah sub variabel penampilan produk dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,943, sedangkan sub variabel yang memiliki pengaruh paling kecil terhadap Keputusan pembelian konsumen pada produk Avail adalah sub variabel persepsi kualitas dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,048.