

BAB IV

LAPORAN PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Perusahaan

a. Sejarah Singkat Al-Zahra

PT. AL – ZAHRA inilah bisnis terbesar dalam sejarah hidup Abah Guru Sekumpul. Mulanya Abah Guru hanya meminta Ustadz H. Ahmad Ridwan untuk mengelolakan dana beliau yang jumlahnya tidak banyak, hanya beberapa ratus juta. Namun atas inisiatif H. Ahmad Ridwan diusulkan agar Abah Guru membentuk usaha berbadan hukum. Akhirnya, pada bulan Mei 2004 terbentuklah sebuah badan usaha yang oleh Abah Guru dinamakan Al-Zahra, Nama AL ZAHRA didapatkan dari isyarat seorang wali (tidak disebutkan) makna AL ZAHRA secara garis besarnya adalah AL= Keluarga Z = Zaini (Nama abah guru), A = Amin (Muhammad Amin Badali), H = Hafi (Ahmad Hafi Badali), R = Rahmah (adik abah guru), A = Ahmad (Haji Ahmad anak Hj. Rahmah) dan Ini makna tergabung dalam kalimat ALZAHRA (Keluarga Abah Guru).

Disini Abah Guru juga hanya sebagai mudharib atau komisaris, sebagai direktur dipercayakan kepada H. Ahmad Ridwan dan direktur utama H. Nurhin. Alhamdulillah, usaha inilah yang banyak menghasilkan, hanya dalam waktu singkat dana ratusan juta berkembang menjadi miliaran. Profit dari usaha ini tidaklah dinikmati sendiri oleh Abah Guru, tapi beliau bagi-bagikan kepada fakir miskin, anakanak yatim, sarana ibadah dan pesantren yang di bangun beliau yaitu

Mangunjaya dan Darul Ma'rifah dan yang terutama adalah memberi santunan kepada janda para ulama (istri dan anak Gurunya Abah Guru Sekumpul).

b. Lokasi dan letak serta fasilitas Galeri Al-zahra

Gallery yang pertama terletak diwilayah Sekumpul Martapura tepatnya simpang empat Sekumpul. Gallery ini terletak ditempat yang sangat strategis karena tepat berada dipinggir jalan Raya simpang empat yang ramai dilalui oleh kendaraan dan merupakan jalan utama yang menghubungkan antara penziarah yang ingin berziarah kemakam Alm Guru besar di Sekumpul tersebut. Selain itu terdapat papan nama yang jelas atau sebuah merek mencirikan identitas dari gallery tersebut. Hal tersebut mempermudah konsumen untuk menemukan toko gallery Al-Zahra nya.

Gallery yang kedua terletak di jalan A.Yani Km.34,5 Banjarbaru Provinsi Kalimantan Selatan. Gallery ini berada dipinggir jalan keramaian oleh kendaraan dan merupakan jalan utama yang menghubungkan antara Martapura-Banjarbaru Banjarmasin, tepatnya berdekatan dengan restoran makan Wongsolo dan kolam renang idaman Banjarbaru.

Penataan dan desain ruangan kedua gallery tersebut disesuaikan dengan keadaan bangunan, dimana kedua gallery memiliki banyak kesamaan, yang pertama pintu yang diberikan kaca transparan agar tetap bisa melihat keindahan dan keramaian diluar, diberikannya Ac agar konsumen tetap nyaman saat memilih produk Al-zahra dan saat menikmati makanan yang ada. Dengan penataan ruangan yang sederhana tetapi membuat kenyamanan bagi setiap pengunjung

yang datang berkunjung ke gallery Al-Zahra. Terdapat juga fasilitas lain seperti toilet, wastafel, cermin, tisu, dan tempat santai. Fasilitas tempat tersebut dibuat nyaman mungkin agar konsumen mendapatkan kenyamanan dan membuat konsumen bisa kembali lagi.

c. Budaya Kerja Galeri Al-Zahra

Budaya kerja pada galeri Al-Zahra di Martapura maupun Banjarbaru didasarkan pada budaya kekeluargaan. Kepribadian yang harus dibangun oleh karyawan adalah kejujuran, bertanggung jawab, kerja keras, ada kemauan untuk terus belajar dan keramahan. Dalam setiap pekerjaan kejujuran merupakan atau menjadi hal yang penting karena dengan kejujuran, maka seorang karyawan dapat dipercaya untuk melakukan pekerjaannya. Selain itu juga para karyawan harus memiliki rasa tanggung jawab yang tinggi pada pekerjaannya dan mau bekerja keras. Serta memiliki kemauan kerja keras yang tinggi, maka seseorang karyawan akan mudah beradaptasi dan berinteraksi serta dapat menguasai hal-hal yang baru. Serta juga karyawan yang memberikan keramahan kepada konsumen akan membuat konsumen lebih nyaman untuk membeli kembali produk tersebut.

d. Struktur Organisasi Al-zahra

Struktur organisasi yang diterapkan pada usaha Al-zahra Martapura dan Banjarbaru masih sangat sederhana. Pemilik (ahli waris Alm Guru.sekumpul), kemudian Manajer, Supervisor, sekretaris, bendahara, karyawan. Semua kegiatan yang berhubungan dengan kegiatan pemasaran dan kegiatan promosi masih dilakukan oleh satu orang manajer sebagai pemilik usaha Al-Zahra. Selain itu juga

tugas manajer lainnya yaitu, mengawasi pekerjaan karyawan, dan memberikan arahan kepada karyawan agar bisa memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan pengembangan usaha Al-zahra sebagian besar merupakan kebijakan dari pemilik usaha Al-Zahra tersebut. Sekretaris memiliki tanggung jawab untuk melakukan pencatatan yang berhubungan dengan kegiatan yang ada didalam lingkungan usaha. Bendahara atau bagian keuangan bertanggung jawab untuk melakukan pencatatan pengeluaran dan pemasukan ataupun transaksi yang berhubungan dengan usaha. Para karyawan bertanggung jawab mengerjakan tugasnya masing-masing.

e. Indikator merek dari Al-Zahra

Yang membedakan usaha merek Al-Zahra dari usaha yang lain dengan produk yang sejenis ialah:

Nama: Nama dari usaha penelitian ini adalah Al-Zahra.

Ciri-ciri: Dari merek Al-Zahra (pencitraan yang kuat), dan (tercermin keIslamannya) dan Dari produk-produk yang terdapat pada merek Al-Zahra (kualitas produk yang baik), dan (terjamin kehalalannya).

Karakteristik: Dari merek Al-zahra, ialah (pencitraan yang kuat dimana merek Al-Zahra mampu bertahan lama selain dari produk yang didalamnya, yaitu didalamnya terdapat sejarah kepemilikan dari usaha ini dari ulama besar yang jadi panutan khususnya masyarakat Martapura). Dan juga dari (tercermin keIslamannya yaitu karena dari produk-produk yang terdapat didalam merek Al-Zahra tersebut, misalnya gallery atau pakaian yang hanya menjual busana muslim

baik untuk pria maupun wanita. Begitu juga pada produk makanan cepat saji dan roti terjamin kehalalannya, karena terlihat dari kepemilikannya tersebut yang membuat konsumen yakin terjamin. Juga terlihat dari tempat usaha merek Al-Zahra yang Religius, seperti tempat yang nyaman, bersih tertata rapi, tampilan televisi hanya pembacaan ayatayat Al-Qur'an dan tayangan nya pun selalu tentang Mekkah, dan 38 pelayanannya pun semua pria, karena sudah menjadi wasiat dari Alm Guru Sekumpul tersebut).

2. Gambaran Umum Responden

a. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

Dari hasil penelitian karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.1 di bawah ini:

Tabel 4.1 Distribusi Responden Menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentasi (%)
Laki-laki	72	72%
Perempuan	28	28%
Jumlah	100	100,0

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.1 di atas diketahui bahwa jenis kelamin responden yang paling besar adalah laki-laki sebanyak 72 orang (72%), sedangkan perempuan sebanyak 28 orang (28%).

b. Karakteristik Responden Menurut Umur

Dari hasil penelitian karakteristik responden berdasarkan umur dapat dilihat pada tabel 4.2 di bawah ini:

Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Menurut Umur

Usia Responden	Jumlah	Presentasi (%)
< 17 tahun	7	7%
17 - 21 tahun	57	57%
22 - 27 tahun	33	33%
27 – 31 tahun	3	3%
> 31 tahun	0	0%
Jumlah	100	100,0

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa konsumen Galeri Al-Zahra Banjarmasin yang diambil sebagai responden sebagian besar berumur 17-21 tahun sebanyak 57 orang atau 57%. Bagi penulis, umur 17-21 tahun masuk dalam kategori remaja akhir. Selanjutnya data responden yang berumur 22-27 tahun sebanyak 33 orang atau 33%, yang berumur kurang dari 17 tahun sebanyak 7 orang atau 7%, dan hanya 3 orang atau 3% yang berumur 27-31 tahun.

c. Karakteristik Responden Menurut Tingkat Pendidikan

Dari hasil penelitian karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat pada tabel 4.3 di bawah ini:

Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Menurut Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Presentasi (%)
SD	0	0%
SMP	4	4%
SMA	71	71%
Sarjana/Diploma	25	25%
Jumlah	100	100,0

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa tidak ditemukan responden yang pendidikannya SD/Sederajat yang berarti 0%, terdapat 4% yang berpendidikan SMP/Sederajat, terdapat 71 orang atau 71% yang berpendidikan SMA/Sederajat dan yang berpendidikan Sarjan/Diploma ada 25 orang atau 25%.

Dapat terlihat bahwa mayoritas konsumen Galeri Al-Zahra Banjarmasin berpendidikan SMA/Sederajat.

d. Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan

Dari hasil penelitian karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel 4.4 di bawah ini:

Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Menurut Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Presentasi (%)
PNS	1	1
Wiraswasta	9	9
Pegawai Swasta	26	26
TNI/POLRI	2	2
Mahasiswa/Pelajar	56	56
Lain-lain	6	6
Jumlah	100	100,0

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan pada tabel 4.4 diatas terdapat 6 jenis pekerjaan responden yaitu PNS, Wiraswasta, Pegawai Swasta, TNI/POLRI, Pelajar/Mahasiswa dan lain-lain. Dari hasil total sebaran responden, masing-masing mempunyai presentase sebagai berikut: Konsumen yang memiliki pekerjaan sebagai PNS hanya 1 orang atau 1%, responden yang memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta berjumlah 9 orang atau 9%, untuk pegawai Swasta berjumlah 26 orang atau 26%, untuk pekerjaan TNI/POLRI 2 orang atau 2% sedangkan yang masih Pelajar/Mahasiswa sebanyak 56 orang atau 56% yang merupakan jumlah terbanyak diantara pekerjaan yang lain, dan sisanya sebanyak 6 orang atau 6% termasuk dalam kategori pekerjaan lain-lain.

e. Karakteristik Responden Menurut Kunjungan

Dari hasil penelitian karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel 4.5 di bawah ini:

Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Menurut Kunjungan

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentasi (%)
Pertama Kali	17	17%
Dua Kali	10	10%
Tiga Kali atau Lebih	73	73%
Jumlah	100	100,0

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan pada tabel 4.5 diatas memperlihatkan bahwa konsumen Galeri Al-Zahra Banjarmasin yang diambil sebagai responden sebagian besar sudah berkunjung ke Galeri Al-Zahra 3 kali atau lebih adalah sebanyak 73 orang atau 73%, selanjutnya data responden yang berkunjung 2 kali sebanyak 10 orang atau 10% dan untuk konsumen yang baru pertama kali mengunjungi Galeri Al-Zahra sebanyak 17 orang atau 17%. Dapat terlihat bahwa mayoritas responden yang ditemui penulis sudah 3 kali atau lebih datang ke Galeri Al-Zahra Banjarmasin.

3. Deskriptif Variabel

Pada bagian ini akan disajikan analisis statistik deskriptif untuk mendukung analisis kuantitatif dan memberikan gambaran mengenai variabel-variabel yang diteliti yaitu kualitas produk dan harga. Dari tiap-tiap variabel yang terdapat pada kualitas produk dan harga tersebut akan disajikan distribusi frekuensi menurut item-item yang ada.

a. Variabel Kualitas Produk

Berikut tanggapan responden terhadap variabel kualitas produk yang terdiri dari 10 (sepuluh) pernyataan yaitu:

- 1) Bentuk produk yang dijual di Galeri Al-Zahra Banjarmasin menarik.
- 2) Pilihan produk yang dijual di Galeri Al-Zahra Banjarmasin lengkap.
- 3) Produk yang dijual di Galeri Al-Zahra Banjarmasin sesuai dengan kebutuhan konsumen.
- 4) Kualitas produk di Galeri Al-Zahra Banjarmasin lebih baik dibandingkan toko lain.
- 5) Kualitas produk di Galeri Al-Zahra Banjarmasin sesuai dengan bahannya.
- 6) Produk yang dijual di Galeri Al-Zahra Banjarmasin awet di pakai.
- 7) Produk yang di jual di Galeri Al-Zahra Banjarmasin dapat diandalkan.
- 8) Ada penggantian produk di Galeri Al-Zahra Banjarmasin apabila yang dipesan tidak sesuai.
- 9) Gaya tampilan produk yang dijual di Galeri Al-Zahra Banjarmasin menarik.
- 10) Desain produk di Galeri Al-Zahra Banjarmasin sesuai dengan keinginan konsumen.

Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk

No Item	STS		TS		N		S		SS		Mean Score
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X1.1	0	0	1	1%	13	13%	50	50%	36	36%	4,21
X1.2	0	0	2	2%	11	11%	53	53%	34	34%	4,19
X1.3	0	0	3	3%	15	15%	46	46%	36	36%	4,15
X1.4	0	0	4	4%	14	14%	35	35%	47	47%	4,25
X1.5	0	0	2	2%	9	9%	43	43%	46	46%	4,33
X1.6	0	0	4	4%	13	13%	44	44%	39	39%	4,18

X1.7	0	0	2	2%	14	14%	39	39%	45	45%	4,27
X1.8	0	0	1	1%	15	15%	54	54%	30	30%	4,13
X1.9	0	0	4	4%	16	16%	46	46%	34	34%	4,10
X1.10	0	0	3	3%	12	12%	51	51%	34	34%	4,16
TOTAL RATA-RATA											4,20

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan data Tabel 4.6 di atas dapat dilihat jumlah responden yang menyatakan setuju bahwa bentuk produk yang dijual di Galeri Al-Zahra Banjarmasin menarik (X1.1) adalah 50% (50 orang) dan responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 36 % (36 orang) dengan nilai *mean score* yaitu 4,21, dengan nilai *mean score* diatas 4,00 maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden setuju bahwa Bentuk produk yang dijual di Galeri Al-Zahra Banjarmasin menarik.

Kemudian jumlah responden yang setuju bahwa pilihan produk yang dijual di Galeri Al-Zahra Banjarmasin lengkap (X1.2) yaitu sebanyak 53% (53 orang) dengan nilai *mean score* yaitu 4,19, dengan nilai *mean score* diatas 4,00 yang berarti rata-rata responden setuju bahwa pilihan produk yang dijual di Galeri Al-Zahra Banjarmasin lengkap.

Responden yang menyatakan setuju bahwa produk yang dijual di Galeri Al-Zahra Banjarmasin sesuai dengan kebutuhan konsumen (X1.3) yaitu sebanyak 46% (46 orang) dengan nilai *mean score* yaitu 4,15, hal ini menunjukkan bahwa rata-rata konsumen setuju bahwa produk yang dijual di shopee sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Responden yang menyatakan sangat setuju bahwa Kualitas produk di Galeri Al-Zahra Banjarmasin lebih baik dibandingkan toko lain (X1.4) yaitu

sebanyak 47% (47 orang) dengan nilai *mean score* yaitu 4,25, hal ini menunjukkan bahwa rata-rata konsumen setuju bahwa Kualitas produk di shopee lebih baik dibandingkan toko lain.

Responden yang menyatakan sangat setuju bahwa Kualitas produk di Galeri Al-Zahra Banjarmasin sesuai dengan bahannya (X1.5) yaitu sebanyak 46% (46 orang) dengan nilai *mean score* yaitu 4,33, hal ini menunjukkan bahwa rata-rata konsumen sangat setuju bahwa Kualitas produk di Galeri Al-Zahra Banjarmasin sesuai dengan spesifikasinya.

Responden yang menyatakan setuju bahwa Produk yang dijual di Galeri Al-Zahra Banjarmasin awet dipakai (X1.6) yaitu sebanyak 44% (44 orang) dengan nilai *mean score* yaitu 4,18, hal ini menunjukkan bahwa rata-rata konsumen setuju bahwa Produk yang dijual di Galeri Al-Zahra Banjarmasin awet dipakai.

Responden yang menyatakan sangat setuju bahwa Produk yang di jual di Galeri Al-Zahra Banjarmasin dapat diandalkan. (X1.7) yaitu sebanyak 45% (45 orang) dengan nilai *mean score* yaitu 4,27, hal ini menunjukkan bahwa rata-rata konsumen setuju bahwa Produk yang di jual di Galeri Al-Zahra Banjarmasin dapat diandalkan.

Responden yang menyatakan setuju bahwa Ada penggantian produk di shopee apabila yang dipesan tidak sesuai (X1.8) yaitu sebanyak 54% (54 orang) dengan nilai *mean score* yaitu 4,13, hal ini menunjukkan bahwa rata-rata konsumen setuju bahwa ada penggantian produk di Galeri Al-Zahra Banjarmasin apabila yang dipesan tidak sesuai.

Responden yang menyatakan setuju bahwa Gaya tampilan produk yang dijual di Galeri Al-Zahra Banjarmasin menarik (X1.9) yaitu sebanyak 46% (46 orang) dengan nilai *mean score* yaitu 4,10, hal ini menunjukkan bahwa rata-rata konsumen setuju bahwa Gaya tampilan produk yang dijual di Galeri Al-Zahra Banjarmasin menarik.

Responden yang menyatakan setuju bahwa Desain produk di Galeri Al-Zahra Banjarmasin sesuai dengan keinginan konsumen (X1.10) yaitu sebanyak 51% (51 orang) dengan nilai *mean score* yaitu 4,16, hal ini menunjukkan bahwa rata-rata konsumen setuju bahwa Desain produk di Galeri Al-Zahra Banjarmasin sesuai dengan keinginan konsumen. Total keseluruhan nilai *mean score* dari variabel kualitas produk adalah 4,20 yang diatas 4,00 yang berarti bahwa rata-rata konsumen setuju terhadap kuesioner yang disajikan terkait dengan kualitas produk.

b. Variabel Harga

Berikut tanggapan responden terhadap variabel Harga yang terdiri dari 5 (lima) pernyataan yaitu:

- 1) Harga produk di Galeri Al-Zahra Banjarmasin terjangkau.
- 2) Harga produk di Galeri Al-Zahra Banjarmasin sesuai dengan kualitas produknya.
- 3) Harga produk di Galeri Al-Zahra Banjarmasin memiliki harga yang lebih murah dibanding toko lain.

- 4) Harga produk di Galeri Al-Zahra Banjarmasin sesuai dengan manfaat produk yang saya rasakan.
- 5) Harga produk di Galeri Al-Zahra Banjarmasin sesuai dengan kemampuan saya.

Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga

No Item	STS		TS		N		S		SS		Mean Score
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X1.1	0	0	3	3%	8	8%	52	52%	37	37%	4,23
X1.2	0	0	0	0	14	14%	59	59%	27	27%	4,13
X1.3	0	0	3	3%	12	12%	47	47%	38	38%	4,20
X1.4	0	0	3	3%	10	10%	46	46%	41	41%	4,25
X1.5	0	0	1	1%	9	9%	51	51%	39	36,7%	4,28
TOTAL RATA-RATA											4,22

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan data Tabel 4.7 di atas dapat dilihat jumlah responden yang menyatakan setuju bahwa Harga produk di Galeri Al-Zahra Banjarmasin terjangkau (X2.1) adalah 52% (52 orang) dan responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 37% (37 orang) dengan nilai *mean score* yaitu 4,23, dengan nilai *mean score* diatas 4,00 maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden setuju bahwa Harga produk di Galeri Al-Zahra Banjarmasin terjangkau

Kemudian jumlah responden yang setuju bahwa Harga produk di Galeri Al-Zahra Banjarmasin sesuai dengan kualitas produknya (X2.2) yaitu sebanyak 59% (59 orang) dengan nilai *mean score* yaitu 4,13, dengan nilai *mean score* diatas 4,00 yang berarti rata-rata responden setuju bahwa harga produk di Galeri Al-Zahra Banjarmasin sesuai dengan kualitas produknya.

Responden yang menyatakan setuju bahwa harga produk di Galeri Al-Zahra Banjarmasin memiliki harga yang lebih murah dibanding toko lain (X2.3)

yaitu sebanyak 47% (47 orang) dengan nilai *mean score* yaitu 4,20, dengan nilai *mean score* diatas 4,00 yang berarti rata-rata responden setuju bahwa harga produk di Galeri Al-Zahra Banjarmasin memiliki harga yang lebih murah dibanding toko lain.

Responden yang menyatakan setuju bahwa harga produk di Galeri Al-Zahra Banjarmasin sesuai dengan manfaat produk yang saya rasakan (X2.4) yaitu sebanyak 46% (46 orang) dengan nilai *mean score* yaitu 4,25 dengan nilai *mean score* diatas 4,00 yang berarti rata-rata responden setuju bahwa harga produk di Galeri Al-Zahra Banjarmasin sesuai dengan manfaat produk yang saya rasakan.

Responden yang menyatakan setuju bahwa harga produk di Galeri Al-Zahra Banjarmasin sesuai dengan kemampuan saya (X2.5) yaitu sebanyak 51% (51 orang) dengan nilai *mean score* yaitu 4,28, dengan nilai *mean score* diatas 4,00 yang berarti rata-rata responden setuju bahwa harga produk di Galeri Al-Zahra Banjarmasin sesuai dengan kemampuan saya. Total keseluruhan nilai *mean score* dari variabel harga adalah 4,22 yang diatas 4,00 yang berarti bahwa rata-rata konsumen setuju terhadap kuesioner yang disajikan terkait dengan harga.

c. Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian

Berikut tanggapan responden terhadap variabel keputusan pembelian yang terdiri dari 3 (tiga) pernyataan yaitu:

- 1) Berbelanja di Galeri Al-Zahra Banjarmasin adalah pilihan yang tepat.
- 2) Saya memilih membeli di Galeri Al-Zahra Banjarmasin karena sesuai dengan kebutuhan Saya.

- 3) Saya langsung memilih membeli di Galeri Al-Zahra Banjarmasin karena harganya murah, kualitas produknya terjamin dan ada potongan harganya.

Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian

No Item	STS		TS		N		S		SS		Mean Score
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Y1.1	0	0	0	0	6	6%	54	54%	40	40%	4,34
Y1.2	0	0	0	0	11	11%	54	54%	35	35%	4,24
Y1.3	0	0	0	0	10	10%	53	53%	37	37%	4,27
TOTAL RATA-RATA											4,28

Sumber: Data Primer diolah, 2022

Berdasarkan data Tabel 4.8 di atas dapat dilihat jumlah responden yang menyatakan setuju bahwa Berbelanja di Galeri Al-Zahra Banjarmasin adalah pilihan yang tepat (Y1.1) adalah 54% (54 orang) dengan nilai *mean score* yaitu 4,34, dengan nilai *mean score* diatas 4,00 maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden setuju bahwa Berbelanja di Galeri Al-Zahra Banjarmasin adalah pilihan yang tepat.

Kemudian jumlah responden yang setuju bahwa Saya memilih membeli di Galeri Al-Zahra Banjarmasin karena sesuai dengan kebutuhan Saya (Y1.2) yaitu sebanyak 54% (54 orang) dengan nilai *mean score* yaitu 4,24, dengan nilai *mean score* diatas 4,00 yang berarti rata-rata responden setuju bahwa Saya memilih membeli di Galeri Al-Zahra Banjarmasin karena sesuai dengan kebutuhan Saya.

Responden yang menyatakan setuju bahwa Saya langsung memilih membeli di shopee karena harganya murah, kualitas produknya terjamin dan ada potongan harganya (Y1.3) yaitu sebanyak 53% (53 orang) dengan nilai *mean score* yaitu 4,27, dengan nilai *mean score* diatas 4,00 yang berarti rata-rata responden setuju bahwa Saya langsung memilih membeli di shopee karena

harganya murah, kualitas produknya terjamin dan ada potongan harganya. Total keseluruhan nilai *mean score* dari variabel keputusan pembelian adalah 4,28 yang berarti bahwa rata-rata konsumen setuju terhadap kuesioner yang disajikan terkait dengan keputusan pembelian.

Kesimpulan jawaban responden mengenai pertanyaan tambahan yang diajukan kepada para konsumen yaitu hal apa yang membuat konsumen memutuskan membeli produk Galeri Al-Zahra karena produk Galeri Al-Zahra bentuk produknya menarik, banyak pilihan, kualitasnya terjamin, harganya terjangkau, produknya dapat diandalkan dan ada potongan harganya.

B. Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2016, hlm. 52). Uji validitas dalam penelitian digunakan untuk mengukur keabsahan kuesioner variabel kualitas produk (X1) yang terdiri dari 10 (sepuluh) item pernyataan, harga (X2) yang terdiri dari 5 (lima) item pernyataan, dan keputusan pembelian (Y) dari 3 (tiga) item pernyataan. Semua pernyataan pada ketiga variabel tersebut harus valid sebelum digunakan untuk penelitian. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pernyataan diuji validitasnya.

Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Tingkat signifikansi sebesar 0,05. $Df = 100-2 = 98$ didapat nilai $r_{\text{tabel}} = 0,197$ (r_{tabel} untuk $n = 98$). Jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid. Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *Pearson Correlation*. Suatu pernyataan dikatakan valid jika tingkat signifikansinya di bawah 0,05 (Ghozali, 2016, hlm. 55). Hasil Uji Validitas dapat dilihat pada tabel 4.9 sebagai berikut.

Tabel 4.9 Validitas Kuesioner

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Sig	Keterangan
Kualitas produk (X1)	X1.1	0,686	0,197	0,000	Valid
	X1.2	0,755	0,197	0,000	Valid
	X1.3	0,809	0,197	0,000	Valid
	X1.4	0,763	0,197	0,000	Valid
	X1.5	0,834	0,197	0,000	Valid
	X1.6	0,788	0,197	0,000	Valid
	X1.7	0,799	0,197	0,000	Valid
	X1.8	0,707	0,197	0,000	Valid
	X1.9	0,767	0,197	0,000	Valid
	X1.10	0,703	0,197	0,000	Valid
Harga (X2)	X2.1	0,826	0,197	0,000	Valid
	X2.2	0,788	0,197	0,000	Valid
	X2.3	0,804	0,197	0,000	Valid
	X2.4	0,820	0,197	0,000	Valid
	X2.5	0,741	0,197	0,000	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y1.1	0,827	0,197	0,000	Valid
	Y1.2	0,792	0,197	0,000	Valid
	Y1.3	0,759	0,197	0,000	Valid

Dari hasil uji validitas semua item pertanyaan atau pernyataan pada setiap variabel yaitu variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2) dan Keputusan

Pembelian (Y) dalam penelitian ini adalah valid karena nilai r hitung $>$ nilai r tabel yaitu 0,197 dan memiliki tingkat signifikansi $<$ 0,05.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2016, hlm. 47). Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pernyataan. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan *reliabel* jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $>$ 0.70. Hasil Uji Reliabilitas dapat dilihat pada tabel 4.10 sebagai berikut:

Tabel 4.10 Reliabilitas Kuesioner

Variabel	Item	r hitung	r tabel	<i>Alpha Cronbach's</i>	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	X1.1	0,701	0,197	0,919	Reliabel
	X1.2	0,706	0,197		Reliabel
	X1.3	0,783	0,197		Reliabel
	X1.4	0,845	0,197		Reliabel
	X1.5	0,726	0,197		Reliabel
	X1.6	0,809	0,197		Reliabel
	X1.7	0,777	0,197		Reliabel
	X1.8	0,691	0,197		Reliabel
	X1.9	0,810	0,197		Reliabel
	X1.10	0,748	0,197		Reliabel
Harga (X2)	X2.1	0,723	0,197	0,855	Reliabel
	X2.2	0,630	0,197		Reliabel
	X2.3	0,765	0,197		Reliabel
	X2.4	0,757	0,197		Reliabel
	X2.5	0,668	0,197		Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	Y1.1	0,590	0,197	0,701	Reliabel
	Y1.2	0,638	0,197		Reliabel
	Y1.3	0,633	0,197		Reliabel

Dari hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada semua item pertanyaan pada setiap variabel yaitu variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2) dan Keputusan Pembelian (Y) dalam penelitian ini adalah reliabel karena nilai *Alpha Cronbach's* dari setiap variabel lebih besar dari 0,70.

3. Pengujian Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan f mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal (Ghozali, 2016, hlm. 154). Untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak, peneliti menggunakan uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*, jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data residual terdistribusi normal (Ghozali, 2016, hlm. 157). Dasar yang digunakan dalam pengambilan keputusan, jika nilai $\text{Sig} \geq 0,05$ maka dikatakan berdistribusi normal sebaliknya jika nilai $\text{Sig} \leq 0,05$ maka dikatakan berdistribusi tidak normal.

Hasil uji normalitas dengan uji *Kolmogorov Smirnov* pada Tabel 4.11 berikut:

Tabel 4.11 Hasil Uji *Kolmogorov Smirnov*
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.26245401
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.072
	Negative	-.075
Kolmogorov-Smirnov Z		.748
Asymp. Sig. (2-tailed)		.631

a. Test distribution is Normal.

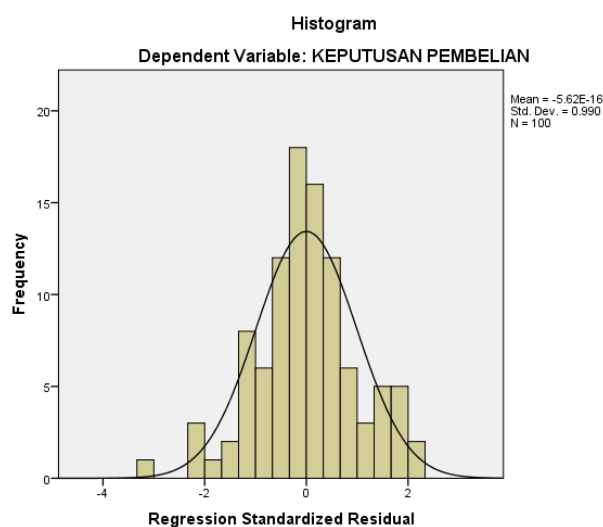
b. Calculated from data.

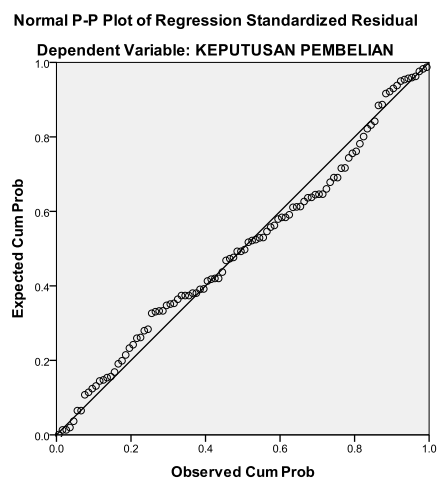
Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan Tabel 4.11 di atas menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,631. Berdasarkan kriteria uji normalitas, data terdistribusi normal jika *Asymp. Sig. (2-tailed)* $> 0,05$. Hal tersebut menyatakan bahwa Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) tidak mengalami gangguan distribusi normal dan telah memenuhi asumsi normalitas karena $0,631 > 0,050$.

Selain menggunakan uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* untuk menguji normalitas dalam penelitian ini penulis juga menggunakan uji Histogram, dimana data berdistribusi normal apabila frekuensi residual menyebar ke kiri dan ke kanan secara merata dengan bentuk grafik berbentuk lonceng dan sebaliknya. Untuk grafik P-Plot dimana bila titik-titik mengikuti garis liniernya maka data terdistribusi normal dan bila titik-titik tidak mengikuti garis linier maka data tidak terdistribusi normal (Ghozali, 2016, hlm. 154). Hasil dari Uji Normalitas dapat dilihat pada gambar Histogram 4.1 dan P Plot 4.2 sebagai berikut:

Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas



Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas

Pada grafik histogram residual gambar 4.1 dapat dilihat frekuensi residual menyebar ke kiri dan ke kanan secara merata dengan bentuk grafik berbentuk lonceng dan dari P Plot gambar 4.2 terlihat bahwa titik-titik mengikuti garis liniernya dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal

b. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Untuk mengetahui apakah multikolonieritas ada didalam model regresi atau tidak, maka bisa dilihat pada *Variance Inflation Factor* (VIF) (Ghozali, 2016, hlm. 103). Untuk mendeteksi ada dan tidaknya multikolonieritas dalam regresi sebagai berikut:

- 1) *Tolerance* < 0,10 dan *VIF* > 10 maka terjadi multikolonieritas.
- 2) *Tolerance* > 0,10 dan *VIF* < 10 maka tidak terjadi multikolonieritas.

Hasil uji multikolonieritas dapat dilihat pada Tabel 4.12 berikut ini:

Tabel 4.12 Uji Multikolinieritas

Model		Coefficients ^a				
		Correlations			Collinearity Statistics	
		Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
	(Constant)					
1	KUALITAS PRODUK	.399	.390	.363	.990	1.010
	HARGA	.365	.356	.326	.990	1.010

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Hasil pengujian multikolonieritas tabel 4.12 menunjukkan nilai VIF untuk variabel kualitas produk (X1) sebesar 1,010, harga (X2) sebesar 1,010, artinya nilai VIF dari tiap variabel < 10 dan nilai tolerance untuk variabel kualitas (X1) sebesar 0,990, variabel harga (X2) sebesar 0,990 artinya nilai tolerance untuk tiap variabel mendekati 1 atau lebih besar dari 0,10. Dengan demikian pada model regresi yang digunakan ini tidak ditemukan korelasi antar sesama variabel bebas (*independent variable*) sehingga model terbebas dari masalah multikolonieritas.

c. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji ada tidaknya korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t (berada) dengan kesalahan pengganggu periode $t-1$ (sebelumnya) (Ghozali, 2016, hlm. 107). Salah satu ukuran dalam menentukan ada tidaknya yang baik adalah regresi yang bebas tidak ada autokorelasi positif. Angka $D - W$ diantara -4 samapai $+4$, berarti tidak ada autokorelasi. Angka $D - W$ diatas $+4$ Autokorelasi negative.

Hasil uji autokorelasi dapat dilihat pada Tabel 4.13 di bawah ini:

Tabel 4.13 Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.515 ^a	.265	.250	1.275	2.019

a. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PRODUK

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Berdasarkan Tabel 4.13 di atas dapat dijelaskan bahwa Angka Durbin Watson sebesar 2,019 yang diantara -4 sampai +4 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2), tidak ada autokorelasi.

d. Uji Heteroskedastisitas

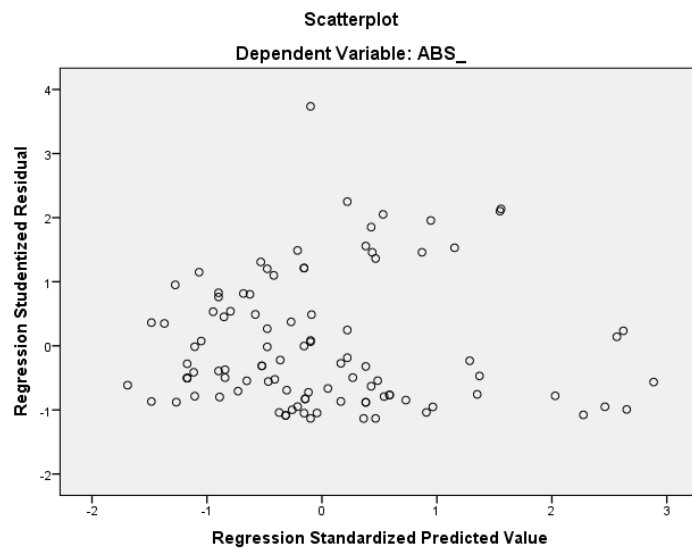
Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji terjadinya perbedaan variance residual pada suatu periode pengamatan dengan periode pengamatan yang lain. Uji Heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan grafik scatter Plot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu y adalah y yang telah diprediksi, dan sumbu x adalah residual (y prediksi - y sesungguhnya) yang telah di-*studentized*. Dasar analisisnya adalah sebagai berikut (Ghozali, 2016, hlm. 134):

- 1) Apabila terdapat pola tertentu, seperti titik titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.

- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil uji Heteroskedastisitas dapat dilihat pada Gambar 4.3 di bawah ini:

Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan gambar 4.3 di atas bahwa variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2), tidak terjadi heteroskedastisitas karena titik-titik yang ada menyebar di atas dan di bawah angka 0 sumbu Y.

Cara lain dalam uji heteroskedastisitas bisa dilakukan dengan uji glejser.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas yaitu:

- 1) Tidak terjadi heteroskedastisitas, jika nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} dan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.
- 2) Terjadi heteroskedastisitas, jika nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

Dan dapat dilihat juga Hasil uji Heteroskedastisitas dengan uji glejser pada pada tabel 4.14 di bawah ini:

Tabel 4.14 Uji Heteroskedastisitas

Model	T	Sig
Constant	2,361	.020
Kualitas Produk	-1,251	.214
Harga	-,395	.694

Sumber: Hasil Penelitian 2022 (data diolah)

Berdasarkan Tabel 4.14 di atas menunjukkan bahwa nilai Sig. Kualitas Produk (X1) = 0,214 \geq Sig. α = 0,05 maka disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas, dan Sig. Harga (X2) =0,694 \geq Sig. α = 0,05 maka disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Pengujian Hipotesis

Pengujian Hipotesis dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara variabel-variabel independen dengan variabel dependen dalam penelitian ini, untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas produk dan harga sebagai variabel independen terhadap keputusan pembelian sebagai variabel dependen, oleh sebab itu digunakanlah analisis ini.

Pengujian Hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan analisis regresi linier berganda untuk menentukan pengaruh dari tiap variabel kualitas produk, harga dan keputusan pembelian pada Galeri Al-Zahra Kayutangi Banjarmasin yang dilakukan oleh peneliti. Pengujian hipotesis tersebut di lakukan dengan cara uji hipotesis yaitu Uji F dan Uji t dengan menggunakan Program SPSS *for*

window versi 21. Tabel 4.15 menunjukkan hasil analisa regresi dengan signifikansi $p < 0,050$.

Tabel 4.15 Uji Regresi Linier

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5.346	1.277		4.186	.000
1 KUALITAS PRODUK	.093	.022	.365	4.175	.000
HARGA	.171	.046	.328	3.749	.000
R = 0,515					
R Square = 0,265					
Adjusted R Square = 0,250					
N = 100					
F Hitung = 17,510					
Sig F = 0,000					

Sumber: Lampiran SPSS yang diolah, 2022

Angka R sebesar 0,515 menunjukkan bahwa korelasi atau hubungan antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada Galeri Al-Zahra Kayutangi Banjarmasin adalah korelasi kuat karena menurut Ghazali (2016) korelasi dikatakan kuat apabila angkanya berkisar 0,51 – 0,99.

Angka R *Square* atau koefisien determinasi adalah 0,265, hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas (kualitas produk dan harga) secara simultan berpengaruh sebesar 26,5% terhadap variabel terikat (keputusan pembelian) pada Galeri Al-Zahra Kayutangi Banjarmasin, sedangkan sisanya 73,5% dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

Dari Uji Anova di dapat F_{hitung} sebesar 17,510 dengan signifikansi 0,000. Karena probabilitas (0,000) lebih kecil dari 0,05 maka model regresi bisa dipakai untuk memprediksi keputusan pembelian di Galeri Al-Zahra Banjarmasin.

Berdasarkan pengolahan dan analisis data dengan Program SPSS versi 21 for windows dapat diketahui persamaan regresi dengan melihat *Coefficients* pada *Unstandardized coefficients β* dengan model umum:

$$Y = \alpha_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y : Keputusan Pembelian

X_1 : Kualitas Produk

X_2 : Harga

α_0 : Konstanta

β : Koefisien regresi

e : Error

Kemudian berdasarkan Estimasi *Multiple Regression* didapat model regresi pada penelitian ini adalah:

$$Y = 5,346 + 0,365X_1 + 0,328X_2 + 1,277$$

Persamaan regresi ini dibentuk berdasarkan nilai *unstandardized coefficients β* . Dimana dari persamaan regresi linier berganda tersebut dapat dilihat arah hubungan dari variabel kualitas produk dan harga yang ditunjukkan oleh tanda koefisien regresinya. Koefisien regresi variabel kualitas produk (X_1) bertanda positif, variabel harga (X_2) bertanda positif. Terlihat pada kolom signifikansi pada

uji t, variabel kualitas produk dan harga memiliki nilai sig. di bawah 0,05 artinya variabel (X1 dan X2) secara parsial berpengaruh terhadap variabel (Y).

a. Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t) pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas (independen) secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji t mempunyai nilai signifikansi $\alpha = 5\%$. Kriteria pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistik t adalah jika nilai signifikansi t (p-value) $< 0,05$, maka hipotesis alternatif diterima, yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual dan signifikan mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2016, hlm. 97).

Pengujian secara parsial (uji t) juga digunakan untuk membuktikan hipotesis yaitu sebagai berikut:

- 1) Pengaruh variabel kualitas produk (X1) terhadap keputusan pembelian di Galeri Al-Zahra Banjarmasin adalah sebagai berikut:

Nilai t_{hitung} variabel kualitas produk adalah sebesar 4,175, hasil ini lebih besar dibandingkan t_{tabel} sebesar 1,985 dengan demikian variabel kualitas produk secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian di Galeri Al-Zahra Banjarmasin dengan probabilitas tingkat kesalahan variabel sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05). Dengan demikian hipotesis (H1) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Galeri Al-Zahra Banjarmasin dinyatakan terbukti.

2) Pengaruh variabel harga (X2) terhadap keputusan pembelian di Galeri Al-Zahra Banjarmasin adalah sebagai berikut:

Nilai t_{hitung} variabel kualitas produk adalah sebesar 3,749, hasil ini lebih besar dibandingkan t_{tabel} sebesar 1,985 dengan demikian variabel kualitas produk secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian di Galeri Al-Zahra Banjarmasin dengan probabilitas tingkat kesalahan variabel sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05). Dengan demikian hipotesis (H2) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Galeri Al-Zahra Banjarmasin dinyatakan terbukti.

Hasil Uji t dapat dilihat pada tabel 4.16 sebagai berikut:

Tabel 4.16 Uji t

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
	(Constant)	5.346	1.277		4.186	.000
1	KUALITAS PRODUK	.093	.022	.365	4.175	.000
	HARGA	.171	.046	.328	3.749	.000

Sumber: Lampiran SPSS yang diolah, 2022

b. Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji statistik F mengukur *goodness of fit*, yaitu ketepatan fungsi regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel independen. Uji statistik F juga menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Uji statistik F mempunyai signifikansi 0,05 (Ghozali, 2016, hlm.84).

Kriteria pengujian hipotesis dengan menggunakan statistik F adalah jika nilai signifikansi $F < 0,05$, maka hipotesis alternatif diterima, yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara simultan dan signifikan mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2016, hlm. 96).

Pengujian secara bersama-sama (simultan) uji F digunakan untuk membuktikan hipotesis ke tiga Variabel kualitas produk dan harga secara simultan mempengaruhi keputusan pembelian di Galeri Al-Zahra Banjarmasin.

Hal ini terbukti dari nilai F_{hitung} (17,510) > dari F_{tabel} (3,090) dan nilai sig 0,000 < 0,05, sehingga H3 diterima. Tingkat kepercayaan yang diambil pada penelitian ini adalah 95% dengan signifikansi 5%. Penjelasan tersebut sesuai dengan ketentuan jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka variabel bebas secara simultan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa hipotesis (H3) yang menyatakan bahwa variabel kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Galeri Al-Zahra Banjarmasin terbukti diterima.

Hasil Uji F bisa dilihat pada tabel 4.17 sebagai berikut:

Tabel 4.17 Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	56.965	2	28.482	17.510	.000 ^b
Residual	157.785	97	1.627		
Total	214.750	99			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PRODUK

c. Uji Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali (2016), uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R² yang kecil menunjukkan bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel

dependen amat terbatas. Klasifikasi koefisien korelasi tanpa memperhatikan arah adalah sebagai berikut:

1. 0 : Tidak ada Korelasi
2. 0 -0,49 : Korelasi lemah
3. 0,50 : Korelasi moderat
4. 0,51-0,99 : Korelasi kuat
5. 1,00 : Korelasi sempurna

Kelemahan dari koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independent yang dimasukkan ke dalam model. Setiap ada penambahan variabel independen maka R² pasti akan meningkat tanpa mempedulikan apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu, digunakanlah model *adjusted* R². Model *adjusted* R² dapat naik atau turun apabila ada suatu variabel independen yang ditambahkan kedalam model (Ghozali, 2016, hlm. 95).

Hasil analisis regresi diperoleh nilai $R^2 = 0,265$ yang artinya pengaruh secara simultan variabel kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 26,5%.

Besarnya *Adjust R Square* (R^2) adalah 0,250. Hasil perhitungan statistik ini berarti bahwa kemampuan variabel independen dalam menerangkan variasinya perubahan variabel dependen sebesar 25%, sedangkan sisanya sebesar 75% (100-25%) diterangkan oleh faktor-faktor lain di luar model regresi yang dianalisis.

Hasil Uji Determinasi bisa kita lihat pada tabel 4.18 berikut:

Tabel 4.18 Uji Determinasi R^2

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.515 ^a	.265	.250	1.275	2.019

a. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PRODUK

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

5. Pembahasan Penelitian

a. Pembahasan Hasil Analisis Secara Parsial maupun Simultan

1) Kualitas Produk Berpengaruh Signifikan Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian di Galeri Al-Zahra Banjarmasin.

Dari hasil penelitian ini dapat dijelaskan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Galeri Al-Zahra Banjarmasin, karena didapat hasil parsial sebesar 4,175 dengan nilai sig. $0,000 <$

0,05. Penelitian ini sejalan dan mendukung penelitian yang dilakukan Asrina Pulungan (2015) tentang Pengaruh Kualitas produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee (Studi kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan. Dimana variabel kualitas produk berpengaruh secara parsial Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee (Studi kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan dan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk (X1) juga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian di Galeri Al-Zahra Banjarmasin.

Kualitas produk merupakan salah satu sarana utama pemasaran yang mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa, oleh karena itu kualitas berhubungan erat dengan nilai dan keputusan pembelian (Kotler & amstrong, 2008, hlm 272). Dalam memilih sebuah produk, konsumen akan mempertimbangkan segala nilai dan manfaat yang terkandung dalam produk tersebut. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan. Pelanggan yang akan menentukan berkualitas atau tidaknya suatu produk atau jasa.

Berdasarkan pendapat di atas, pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian yaitu semakin baik kualitas yang dimiliki sebuah produk maka akan semakin banyak konsumen yang akan melakukan pembelian. Jika

suatu produk mempunyai kualitas produk yang baik maka akan banyak konsumen yang akan berminat untuk membeli produk tersebut dan sebaliknya. Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

2) Harga Berpengaruh Signifikan Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian di Galeri Al-Zahra Banjarmasin.

Dari hasil penelitian ini dapat dijelaskan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Galeri Al-Zahra Banjarmasin, karena didapat hasil parsial sebesar 3,749 dengan nilai sig. $0,000 < 0,05$. Penelitian ini sejalan dan mendukung penelitian yang dilakukan Ridho Saputra (2020) tentang Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Distro Label Store Pekanbaru. Dimana variabel harga berpengaruh secara parsial Terhadap Keputusan Pembelian pada Distro Label Store Pekanbaru dan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Harga (X_2) juga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian di Galeri Al-Zahra Banjarmasin.

Harga memiliki peranan utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli. Harga merupakan keseluruhan nilai suatu barang atau jasa yang sudah ditetapkan, yang mana harga suatu produk merupakan ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya. Banyak hal yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih produk, salah satunya harga. Peran alokasi yaitu fungsi dari harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya. (Tjiptono, 2015, hlm. 152)

Berdasarkan pendapat di atas, pengaruh harga terhadap keputusan pembelian yaitu jika suatu produk mempunyai harga yang terjangkau dan diimbangi dengan kualitas yang baik maka konsumen tidak akan ragu untuk membeli produk tersebut dan sebaliknya. Jadi dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

3) Kualitas Produk dan Harga Berpengaruh Signifikan Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian di Galeri Al-Zahra Banjarmasin.

Dari hasil penelitian ini dapat dijelaskan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian di Galeri Al-Zahra Banjarmasin, karena didapat hasil sebesar 17,510 dengan nilai sig. 0,000 < 0,05. Penelitian ini sejalan dan mendukung penelitian yang dilakukan Riau Rahmat Hidayat (2018) tentang Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Pembeli Gula Aren Sawit di Desa Simapang Empat Kecamatan Sei Rampah Kabupaten Sergai Provinsi Sumut). Dimana variabel kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan Terhadap Keputusan Pembelian pada Pembeli Gula Aren Sawit di Desa Simapang Empat Kecamatan Sei Rampah Kabupaten Sergai Provinsi Sumut dan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan Harga (X3) juga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian di Galeri Al-Zahra Banjarmasin.

Ada banyak cara yang dapat dilakukan oleh suatu perusahaan agar dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan yang mana dapat membuat pelanggan

tersebut melakukan pembelian ulang terhadap produknya. Keputusan pembelian memiliki keterkaitan dengan kualitas produk dan harga.

Kualitas produk dapat memberikan keputusan tertinggi pada konsumen karena dapat menguatkan posisi dan kedudukan produk tersebut dalam benak konsumen dan akan menjadi pilihan pertama apabila terjadi pembelian ulang.

Keputusan pembelian juga bisa dipengaruhi dengan harga yang sesuai dan dapat dijangkau oleh konsumen. Ketika konsumen menerima kualitas produk yang lebih baik dan uang yang dikeluarkan lebih sedikit maka konsumen merasa menerima nilai yang baik dimana membuat hubungan konsumen dengan perusahaan berlangsung lebih lama. (Anggraeni, 2019, hlm. 26)