

BAB IV

ANALISIS DATA DAN HASIL PENELITIAN

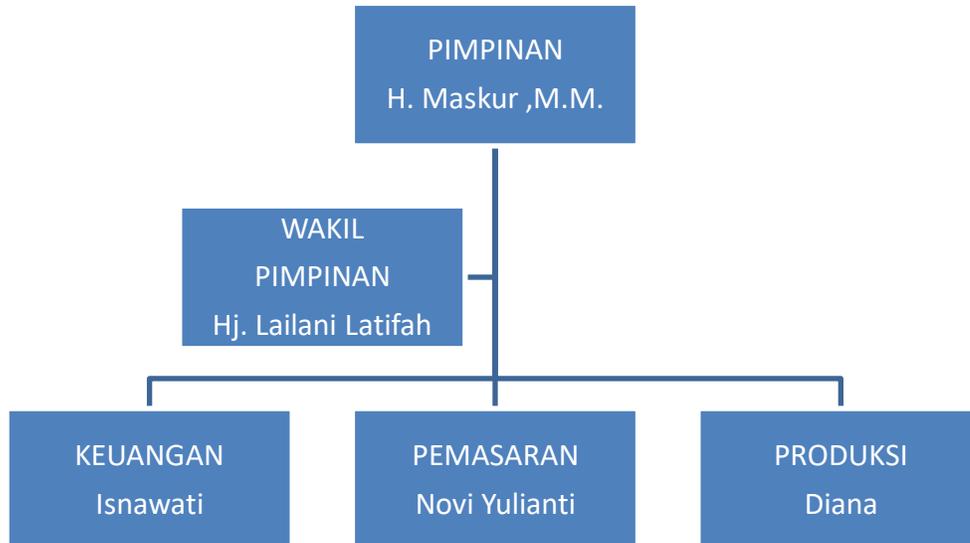
A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Industri “Irma Sasirangan” merupakan tempat usaha yang menjual kain tradisional sasirangan dan berbagai macam oleh-oleh khas kalimantan. Selain baju dan kain sasirangan disana juga menawarkan berbagai macam produk seperti dopet, sandal sepatu dan gantungan kunci. Irma Sasirangan memiliki 20 orang karyawan tetap dan 150 orang karyawan lepas. Irma Sasirangan terletak di jl. Seberang Masjid, RT.6, NO.4. kelurahan Kampung Melayu, Kecamatan Banjarmasin Tengah, Kota Banjarmasin, Propinsi Kalimantan Selatan. Tempat usaha ini sudah berdiri sejak tahun 1992 hingga sekarang.

Irma Sasirangan merupakan tempat menjual kain sasirangan dan sekaligus mempunyai tempat produksi untuk membuat kain sasirangan sendiri yang berjarak tidak jauh dari tempat penjualan atau toko Irma Sasirangan itu sendiri yaitu kurang lebih 30 meter dari tempat penjualan. Alasan menempatkan rumah produksi berdekatan dengan tempat penjualan untuk memudahkan mengangkut barang sudah jadi menuju tempat penjualan dan untuk meminimalisir ongkos transportasi pengangkutan barang yang akan dipasarkan.

2. Struktur Organisasi



Sumber : Irma Sasirangan Banjarmasin

4. Karakteristik Responden

Pada bagian ini menggambarkan keadaan responden berjumlah 100 responden yang merupakan pelanggan di Irma sasirangan Banjarmasin. Data responden merupakan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Adapun data yang diperoleh sebagai berikut:

a. Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-laki	36	36%
2	Perempuan	64	64%
	Total	100	100%

Data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner menyatakan bahwa responden laki-laki adalah sebanyak 36 orang (36%) dan responden perempuan adalah sebanyak 64 orang (64%). Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini mayoritas adalah perempuan.

b. Berdasarkan Usia

Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia

NO	Usia	Frekuensi	Persentase
1	16-25 tahun	27	27%
2	26-35 tahun	40	40%
3	36-45 tahun	23	23%
4	>45 tahun	10	10%
	Total	100	100%

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa pelanggan Irma Sasirangan yang ber usia 16-25 tahun adalah sebanyak 27 orang (27%), sedangkan usia 26-35 tahun sebanyak 40 orang (40%). Selain itu usia 36-45 tahun ada 23 orang (23%) dan usia >45 tahun sebanyak 10 orang (10%) dari total responden.

c. Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
----	-----------	-----------	------------

1	Karyawan	19	19%
2	PNS	25	25%
3	Wiraswasta	21	21%
4	Mahasiswa	15	15%
5	Ibu Rumah tangga	15	15%
6	Lain-lain	5	5%
	Total	100	100%

Berdasarkan data di atas dapat diketahui bahwa 19 orang responden (19%) adalah sebagai karyawan, 25 orang responden (25%) bekerja sebagai PNS, 21 orang responden (21%) bekerja sebagai wiraswasta, 15 orang responden (15%) adalah mahasiswa, 15 orang responden (15%) adalah sebagai ibu rumah tangga dan 5 orang responden (5%) bekerja lainnya.

5. Analisis Deskripsi Variabel

a. Penjelasan Responden Terhadap Variabel Harga (X1)

data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada variabel harga dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel. 4.4 Harga Yang Ditawarkan Irma Sasirangan Sesuai Dengan Kualitas Produknya

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	34	34%
2	Setuju	48	48%
3	Netral	16	16%
4	tidak setuju	2	2%
5	Sangat tidak setuju	0	0%
	Total	100	100%

Dari data di atas dapat kita ketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 48 responden (48%), kemudian jawaban sangat setuju dengan jumlah 34 responden (34%), jawaban netral dengan jumlah 16 responden (16%), jawaban tidak setuju dengan jumlah 2 responden (2%) dan sangat tidak setuju dengan jumlah 0 responden (0%). Hal ini menunjukkan bahwa harga yang ditawarkan Irma Sasirangan sesuai dengan kualitas produknya.

Tabel. 4.5 Harga Irma Sasirangan Memiliki Manfaat Yang Sesuai Dengan Harganya

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	28	28%
2	Setuju	58	58%
3	Netral	13	13%
4	tidak setuju	1	1%
5	Sangat tidak setuju	0	0%
	Total	100	100%

Dari data di atas diketahui bahwa jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 58 responden (58%), kemudian jawaban sangat setuju dengan jumlah 28 responden (28%), jawaban netral dengan jumlah 13 responden (13%), jawaban tidak setuju dengan jumlah 1 responden (1%) dan dengan jumlah 0 responden (0%) menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa Harga Irma Sasirangan memiliki manfaat yang sesuai dengan harganya.

Tabel 4.6 Harga Irma Sasirangan Bersaing Dengan Harga Sasirangan Merek Lain

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	19	19%
2	Setuju	54	54%
3	Netral	25	25%
4	tidak setuju	2	2%
5	Sangat tidak setuju	0	0%
	Total	100	100%

Dari data di atas dapat kita ketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 54 responden (54%), kemudian jawaban netral dengan jumlah 25 responden (25%), jawaban sangat setuju dengan jumlah 19 responden (19%), jawaban tidak setuju dengan jumlah 2 responden (2%) dan dengan jumlah 0 responden (0%) menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa Harga Irma Sasirangan bersaing dengan harga sasirangan merek lain.

Tabel 4.7 Harga Irma Sasirangan Sesuai Dengan Kemampuan Atau Daya Beli Saya

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	25	25%

2	Setuju	51	51%
3	Netral	24	24%
4	tidak setuju	0	0%
5	Sangat tidak setuju	0	0%
	Total	100	100%

Dari data di atas dapat kita ketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 51 responden (51%), kemudian jawaban sangat setuju dengan jumlah 25 responden (25%), jawaban netral dengan jumlah 24 responden (24%), jawaban tidak setuju dengan jumlah 0 responden (0%) dan dengan jumlah 0 responden (0%) menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa Harga irma sasirangan sesuai dengan kemampuan atau daya beli responden.

b. Penjelasan responden terhadap variabel Kualitas Produk (X2)

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada variabel kualitas produk dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel. 4.8 Irma Sasirangan Menjual Produk Yang Terjamin Kualitasnya

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	34	34%
2	Setuju	56	56%
3	Netral	10	10%
4	tidak setuju	0	0%

5	Sangat tidak setuju	0	0%
	Total	100	100%

Dari data di atas dapat kita ketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 56 responden (56%), kemudian jawaban sangat setuju dengan jumlah 34 responden (34%), jawaban netral dengan jumlah 10 responden (10%), jawaban tidak setuju dengan jumlah 0 responden (0%) dan dengan jumlah 0 responden (0%) menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa Irma Sasirangan menjual produk yang terjamin kualitasnya.

Tabel 4.9 Produk Irma Sasirangan Memberikan Kenyaman Pada Saat Dipakai

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	29	29%
2	Setuju	55	55%
3	Netral	16	16%
4	tidak setuju	0	0%
5	Sangat tidak setuju	0	0%
	Total	100	100%

Dari data di atas dapat kita ketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 55 responden (55%), kemudian jawaban sangat setuju dengan jumlah 29 responden (29%), jawaban netral dengan jumlah 16 responden (16%), jawaban tidak setuju dengan jumlah 0 responden (0%) dan dengan jumlah 0 responden (0%) menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa Produk Irma Sasirangan memberikan kenyamanan pada saat dipakai.

Tabel 4. 10 Produk Irma Sasirangan Tahan Lama

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
----	--------------------	-----------	------------

1	Sangat setuju	32	32%
2	Setuju	46	46%
3	Netral	21	21%
4	tidak setuju	1	1%
5	Sangat tidak setuju	0	0%
	Total	100	100%

Dari data di atas dapat kita ketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 46 responden (46%), kemudian jawaban sangat setuju dengan jumlah 32 responden (32%), jawaban netral dengan jumlah 21 responden (21%), jawaban tidak setuju dengan jumlah 1 responden (1%) dan dengan jumlah 0 responden (0%) menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa Produk Irma sasirangan tahan lama.

Tabel 4.11 Kualitas Produk Irma Sasirangan Sangat Memuaskan

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	34	34%
2	Setuju	50	50%
3	Netral	16	16%
4	tidak setuju	0	0%
5	Sangat tidak setuju	0	0%
	Total	100	100%

Dari data di atas dapat kita ketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 50 responden (50%), kemudian jawaban sangat setuju dengan jumlah 34 responden (34%), jawaban netral dengan jumlah 16 responden (16%), jawaban tidak setuju dengan

jumlah 0 responden (0%) dan dengan jumlah 0 responden (0%) menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas produk Irma Sasirangan sangat memuaskan.

c. Penjelasan responden terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y)

data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada variabel keputusan pembelian dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel. 4.12 Saya Memutuskan Untuk Melakukan Pembelian Pada Irma Sasirangan Karena Produknya Bagus

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	29	29%
2	Setuju	55	55%
3	Netral	15	15%
4	tidak setuju	1	1%
5	Sangat tidak setuju	0	0%
	Total	100	100%

Dari data di atas dapat kita ketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 55 responden (55%), kemudian jawaban sangat setuju dengan jumlah 29 responden (29%), jawaban netral dengan jumlah 15 responden (15%), jawaban tidak setuju dengan jumlah 1 responden (1%) dan dengan jumlah 0 responden (0%) menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa memutuskan untuk melakukan pembelian pada Irma Sasirangan karena produknya bagus.

Tabel. 4.13 Saya Memutuskan Untuk Melakukan Pembelian Pada Irma Sasirangan Karena Terdapat Berbagai Macam Pilihan Produk Yang Tersedia

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	39	39%

2	Setuju	45	45%
3	Netral	16	16%
4	tidak setuju	0	0%
5	Sangat tidak setuju	0	0%
	Total	100	100%

Dari data di atas dapat kita ketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 45 responden (45%), kemudian jawaban sangat setuju dengan jumlah 39 responden (39%), jawaban netral dengan jumlah 16 responden (16%), jawaban tidak setuju dengan jumlah 0 responden (0%) dan dengan jumlah 0 responden (0%) menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa memutuskan untuk melakukan pembelian pada Irma Sasirangan karena terdapat berbagai macam pilihan produk yang tersedia.

Tabel 4.14 Saya Lebih Memilih Membeli Produk Sasirangan Pada Irma Sasirangan Dibanding Toko Yang Lain

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	24	24%
2	Setuju	47	47%
3	Netral	27	27%
4	tidak setuju	2	2%
5	Sangat tidak setuju	0	0%
	Total	100	100%

Dari data di atas dapat kita ketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 47 responden (47%), kemudian jawaban netral dengan jumlah 27 responden (27%), jawaban sangat setuju dengan jumlah 24 responden (24%), jawaban tidak setuju dengan jumlah 2 responden (2%) dan dengan jumlah 0 responden (0%) menyatakan tidak setuju.

Hal ini menunjukkan bahwa lebih memilih membeli produk sasirangan pada Irma Sasirangan dibanding toko yang lain

Tabel 4.15 Saya Yakin Keputusan Pembelian Pada Irma Sasirangan Tidak Akan Mengecewakan

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Presentase
1	Sangat setuju	26	26%
2	Setuju	59	59%
3	Netral	15	15%
4	tidak setuju	0	0%
5	Sangat tidak setuju	0	0%
	Total	100	100%

Dari data di atas dapat kita ketahui jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 59 responden (59%), kemudian jawaban sangat setuju dengan jumlah 26 responden (26%), jawaban netral dengan jumlah 15 responden (15%), jawaban tidak setuju dengan jumlah 0 responden (0%) dan dengan jumlah 0 responden (0%) menyatakan tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa yakin keputusan pembelian pada Irma Sasirangan tidak akan mengecewakan.

6. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini pada

umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu. uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan uji validitasnya. Hasil r hitung dibandingkan dengan r tabel di mana $df = n-2$ dengan sig 5%. Jika r tabel $<$ r hitung maka valid (wiratna, 2014, hal. 192)

Dengan menggunakan jumlah responden sebanyak 100 maka nilai r tabel dapat diperoleh melalui r *product moment person* dengan df (*degree of freedom*) = $n-2$, jadi $df = 100 - 2 = 98$. Maka r tabel = 0,1966. Berikut hasil uji validitas pada penelitian *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Irma Sasirangan Banjarmasin*. Dengan bantuan SPSS 22 *for windows* pada tabel di bawah ini (dapat dilihat di lampiran).

Tabel 4.16 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
Harga (X1)	X1.1	0,743	0,1966	Valid
	X1.2	0,817	0,1966	Valid
	X1.3	0,694	0,1966	Valid
	X1.4	0,694	0,1966	Valid
Kualitas Produk (X2)	X2.1	0,743	0,1966	Valid
	X2.2	0,785	0,1966	Valid
	X2.3	0,824	0,1966	Valid
	X2.4	0,775	0,1966	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y1	0,836	0,1966	Valid
	Y2	0,770	0,1966	Valid
	Y3	0,835	0,1966	Valid

	Y4	0,816	0,1966	Valid
--	----	-------	--------	-------

Dari tabel hasil uji validitas instrumen data di atas dapat dilihat bahwa nilai r hitung dari semua item pernyataan lebih besar dari r tabel (0,1966). Maka dapat diambil kesimpulan bahwa semua item pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan valid.

a. Uji Reabilitas

Uji reabilitas merupakan uji statistik yang digunakan untuk menentukan reabilitas serangkaian item pertanyaan dalam keandalannya dalam mengukur suatu variabel. Uji reabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik Cronbach's Alpha. Uji reabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika Alfa $> 0,60$ maka dinyatakan reliabel. Berikut ini hasil uji reabilitas dengan menggunakan SPSS 22 *for windows* yaitu:

Tabel 4.17 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
Harga	0,716	0,60	Reliable
Kualitas Produk	0,788	0,60	Reliable
Keputusan Pembelian	0,828	0,60	Reliable

Suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai *alpha cronbach* $> 0,6$. Berdasarkan hasil uji reliabilitas di atas menunjukkan bahwa nilai *alpha cronbach* pada setiap variabel lebih dari 0,6 maka instrumen penelitian dapat dinyatakan reliabel.

7. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variable yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal. Normalitas data dapat dilihat dengan menggunakan dengan uji normal kolmogorov-smirnov. Pengambilan keputusan dalam uji normalitas adalah jika sig > 0,05 maka data berdistribusi normal dan jika sig < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal. (Wiratna, 2014, hal. 52-55)

Nilai uji normalitas kolmogorov-smirnov untuk Harga, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian

Tabel 4.18 Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
N	100
Asymp. Sig. (2-tailed)	,200 ^{c,d}

Berdasarkan hasil uji kolmogorov-smirnov pada Asymp. Sig di atas 0,05 yaitu sebesar 0,200. Yang artinya data berdistribusi normal karena berada di atas 0,05.

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah hubungan linear secara sempurna atau mendekati sempurna antara variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah yang terbebas dari masalah multikolinearitas. Variabel yang menyebabkan tidak terjadinya multikolonearitas dapat dilihat dari *tolerance* yang lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF yang lebih kecil dari nilai 10. Nilai VIF dan *tolerance* dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4.19 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
HARGA	,428	2,339
KUALITAS PRODUK	,428	2,339

Berdasarkan uji multikolinearitas pada tabel di atas, diperoleh nilai *tolerance* sebesar 0,428 untuk harga, 0,428 untuk kualitas produk, yang mana angka tersebut lebih dari 0,1. Sedangkan VIF diperoleh sebesar 2,339 untuk harga dan 2,339 untuk kualitas produk, berarti angka tersebut lebih kecil dari 10. Dengan demikian dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Autokorelasi

Menguji autokorelasi dalam dalam suatu model bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya. Mendeteksi autokorelasi dengan menggunakan nilai Durbin Watson dibandingkan dengan tabel Durbin Watson (dL dan dU). Model pengujian yang sering digunakan adalah uji Durbin Watson (uji Dw) dengan ketentuan:

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

Tabel 4.20 Hasil Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Watson
-------	---------------

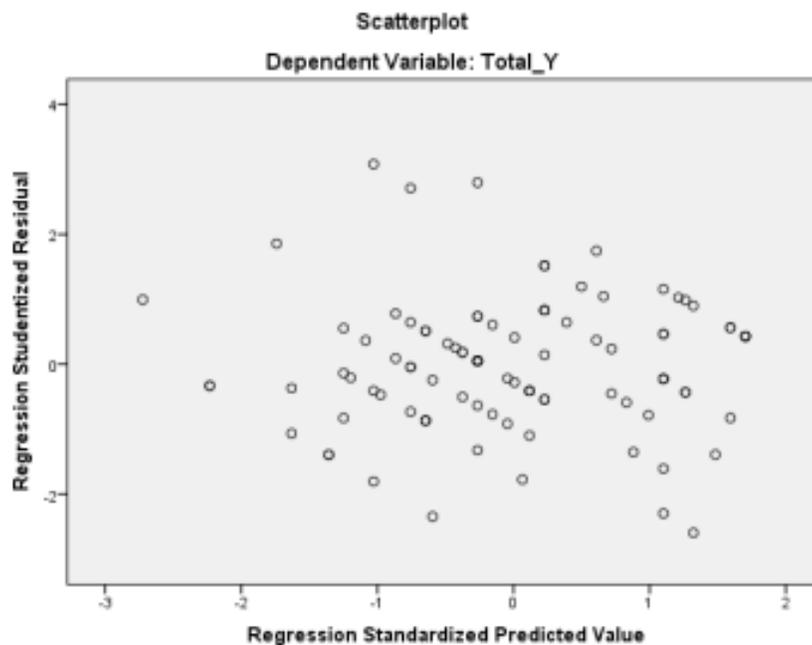
1	1,940
---	-------

Berdasarkan hasil uji autokolerasi dalam tabel diatas, diperoleh nilai DW sebesar 1,940 . nilai DW akan dibandingkan dengan nilai tabel signifikansi 5% jumlah sampel (n) 100 dan jumlah $K = 2$ (k adalah jumlah variabel indeviden), maka diperoleh nilai dU sebesar 1,7152 dan nilai dL 1,6337 dan nilai (4-dU) sebesar 2,2848. Jadi disimpulkan dalam penelitian ini bahwa nilai DW (1,940) terletak antara nilai dU (1,7152) dan (4-dU) (2,2848), yang artinya tidak terjadi autokorelasi.

d. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas pada umumnya sering terjadi pada model-model yang menggunakan data *cross section* dari pada *time series*. Namun bukan berarti model-model yang menggunakan data *time series* bebas dari heteroskedastisitas. Untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar scatterplot model tersebut. (Agus, 2009, 79)

Tabel 4.21 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Dari gambar diatas dapat diketahui bahwa titik-titik yang acak pada gambar tersebut tidak menunjukkan pola apapun sehingga dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

7. Regresi Linear Berganda

Analisis linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (Independen) yaitu harga (X1), dan kualitas produk (X2) terhadap variabel (dependen) yaitu keputusan pembelian sebagai variabel (Y). bila dirumuskan model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \epsilon_i$$

Di mana Y_i ϵ_i adalah nilai kesalahan yang bersangkutan dan β_0 dan β_1 koefisien-koefisien model yang harus diestimasi.

Berikut hasil perhitungan uji regresi linear berganda pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.22 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	2,100	1,231
Harga (X1)	,193	,108
Kualitas Produk (X2)	,671	,105

Hasil regresi dalam penelitian ini menggunakan Standardized Coefficients. Maka persamaan linear dari hasil regresi yang didapat adalah sebagai berikut:

$$Y = 2,100 + 0,193X_1 + 0,671X_2$$

Persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) nilai konstanta β_0 sebesar 2,100 artinya jika harga (X_1) dan kualitas produk (X_2) tidak ada maka keputusan pembelian adalah 2,100.
- 2) Nilai koefisien regresi X_1 sebesar 0,193 artinya dari tanda (+) tersebut menunjukkan hubungan yang searah. Maka hal ini berarti setiap kenaikan harga satu satuan, maka pelanggan melakukan keputusan pembelian (Y), maka akan naik 0,193 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari regresi yang tetap.
- 3) Nilai Koefisien regresi X_2 sebesar 0,671 artinya dari tanda (+) tersebut menunjukkan hubungan yang searah. Maka hal ini berarti setiap kenaikan kualitas produk satu satuan, maka pelanggan melakukan loyalitas pelanggan (Y), maka akan naik 0,671 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari regresi yang tetap.

8. Uji Hipotesis

a. Analisis Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Hasil analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Dapat dilihat pada output Model Summary dari hasil analisis

Tabel 4.23 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	,771 ^a	,595	,586

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa koefisien korelasi/hubungan R antara variabel harga, kualitas produk dan keputusan pembelian sebesar 0,771 dan dijelaskan besarnya persentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terkait yang disebut dengan koefisien determinasi yang merupakan hasil dari perkuadratan R. berdasarkan output tersebut

diperoleh koefisien determinasi R Square adalah sebesar 0,595 yang artinya pengaruh variabel bebas (harga dan kualitas produk) terhadap variabel terkait (keputusan pembelian) adalah sebesar 59,5%. Sedangkan sisanya ($100-59,5\% = 40,5\%$) dijelaskan oleh variabel lain di luar model yang digunakan dalam penelitian ini. Koefisien determinasi R Square sebesar 0,595 (59,5%) mengandung arti tingkat pengaruh dari harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

9. Uji F (Uji Simultan)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah harga dan kualitas produk yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian maka dilakukan dengan uji F.

Tabel 4.24 Hasil Uji F

Model	F	Sig
1 Regression Residual Total	71,173	,000 ^b

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat F sebesar 71,173 dengan probabilitas sebesar 0,000 yang artinya dibawah 0,05. Hal ni menunjukkan bahwa semua variabel independen (harga dan kualitas produk) berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (keputusan pembelian).

10. Uji T (Uji Parsial)

Uji ni digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, masing-masing variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen.

Berikut hasil uji T dengan SPSS 22 *for windows* dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.25 Hasil Uji t

Model	T	Sig.
1 (Constant)	1,706	,091
Harga	1,791	,076
Kualitas Produk	6,359	,000

Dilihat dari di atas menunjukkan hasil uji t yang bertujuan untuk menguji pengaruh variabel harga dan kualitas produk. Maka diperoleh dari nilai t_{Kritis} sebesar 1,98472.

Berdasarkan hasil dari uji t, maka dapat ditarik kesimpulan:

1) Harga

Hasil dari uji t dapat disimpulkan bahwa pada variabel harga (X1) seperti pada tabel di atas diperoleh t sebesar 1,791 dengan signifikansi sebesar 0,076, yang nilai nya lebih dari 0,05 dengan demikian H1 di tolak., yang artinya tidak terdapat pengaruh variabel harga secara parsial terhadap keputusan pelanggan (Y).

2) Kualitas Produk

Hasil dari uji t dapat disimpulkan bahwa pada variabel kualitas produk (X2) seperti pada tabel di atas diperoleh t sebesar 6,359 dengan signifikansi sebesar 0,000 yang nilai nya kurang dari 0,05 dengan demikian H2 diterima, yang artinya terdapat pengaruh variabel harga secara parsial terhadap keputusan pelanggan (Y).

B. Analisis Data

Berikut penyajian hasil dari penelitian di atas:

1. Hasil dari analisis data menunjukkan bahwa variabel harga (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,076. Dilihat dari nilai signifikansi sebesar 0,076 menunjukkan bahwa nilai tersebut lebih besar dari 0,05 (0,076

$> 0,05$). Nilai t hitung sebesar 1,791 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,98472. Hal tersebut menunjukkan bahwa t_{hitung} lebih kecil dari pada t_{tabel} ($1,791 < 1,98472$) maka H_0 diterima dan H_a ditolak atau dikatakan tidak signifikan yang artinya variabel harga (X_1) tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

Harga merupakan hal yang menentukan minat beli dan penentu bagi konsumen membeli suatu produk untuk memperoleh manfaat dari produk tersebut. Hal ini sesuai dengan teori Kotler & Amstrong (2009:345) harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Namun dari hasil regresi di atas menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Irma Sasirangan Banjarmasin. Hal ini dikarenakan sebagian responden menganggap bahwa sebelum membeli produk, konsumen akan melihat harganya terlebih dahulu, namun terdapat responden yang mengesampingkan harga dikarenakan tidak jarang pula konsumen rela mengeluarkan biaya yang besar untuk mendapatkan suatu produk atau jasa. Hal ini mungkin terjadi karena konsumen menilai produk tersebut adalah produk yang berkualitas sehingga wajar bila memerlukan pengorbanan yang lebih tinggi.

2. Hasil dari analisis data menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dilihat dari nilai signifikansi sebesar 0,000 menunjukkan bahwa nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Nilai t hitung sebesar 6,359 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,98472. Hal tersebut menunjukkan bahwa t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} ($6,359 > 1,98472$) maka H_0 ditolak

dan Ha diterima atau dikatakan signifikan yang artinya variabel kualitas produk (X2) berpengaruh secara parsial terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

Kualitas produk merupakan salah satu sarana utama pemasar. Hal ini juga sesuai dengan teori Kotler dan Armstrong (2008:272) kualitas produk (*product quality*) adalah salah satu sarana *positioning* utama pemasar. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa oleh karena itu, kualitas erat hubungan dengan nilai dan kepuasan pelanggan.

Dalam hal produk, islam mengajarkan untuk memperhatikan kualitas dan keberadaan suatu produk. Muamalah islam juga sangat konsen dengan kualitas produk. “barang yang dijual harus terang dan jelas kualitasnya, sehingga pembeli dapat dengan mudah untuk memberi penilaian”. (Fauzia, 2014 : 201)

Irma Sasirangan dalam produksinya selalu mengedepankan kualitas terhadap produknya karena tujuan produksi adalah menyediakan barang yang memberikan masalah bagi konsumen. Meningkatkan kualitas produk merupakan bagian dari kejujuran dan kebenaran dalam berbisnis sehingga menimbulkan keikhlasan bagi masing-masing dalam bertransaksi bisnis antara penjual dan pembeli. Karena meningkatkan kualitas berarti juga merupakan langkah-langkah untuk memenuhi keinginan pelanggan. Maka kualitas produk yang dikedepankan Irma Sasirangan telah sesuai dengan syariat islam. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam Q.S. Al-Baqarah/2 : 148.

وَلِكُلِّ وُجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيٰهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ ۗ اِنَّ مَا تَكُوْنُوْنَ اِيْتٍۢ بِكُمْ مِنَ اللّٰهِ جَمِيعًا ۗ اِنَّ اللّٰهَ عَلٰى كُلِّ شَيْءٍ قَدِيْرٌ

Artinya : “dan bagi tiap-tiap umat ada kiblatnya (sendiri) yang ia menghadap kepadanya.

Maka berlomba-lombalah (dalam membuat) kebaikan. Di mana saja kamu berada pasti

Allah akan mengumpulkan kamu sekalian (pada hari kiamat). Sesungguhnya Allah maha kuasa atas segala sesuatu”.

Irma Sasirangan dalam produksinya selalu mengedepankan kualitas terhadap produknya karena tujuan produksi adalah menyediakan barang yang memberikan masalah bagi konsumen. Pada Irma Sasirangan kualitas produk sesuai dengan perspektif islam terbukti dari hasil penelitian oleh responden yang memberikan tanggapan positif sehingga terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian.