

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif pada penelitian ini meliputi analisis karakteristik responden dan analisis deskriptif terhadap 4 variabel penelitian yaitu kualitas produk, keunikan produk, kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian. Adapun penjelasan mengenai analisis deskriptif adalah sebagai berikut.

1. Deskripsi Karakteristik Responden

Karakteristik responden pada penelitian ini adalah jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir, dan pekerjaan responden. Berikut adalah penyajian hasil deskriptif karakteristik responden.

a. Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil angket dengan 100 responden, maka daftar jenis kelamin dapat dikelompokkan dan disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase(%)
Perempuan	87	87,0
Laki-Laki	13	13,0
Jumlah	100	100,0

Berdasarkan data tabel diatas maka dapat terlihat bahwa responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 87 orang atau sebesar 87%

dan responden dengan jenis kelamin laki-laki adalah sebanyak 13 orang atau sebesar 13%. dengan demikian, responden pada penelitian ini didominasi oleh responden perempuan.

b. Umur

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan umur disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur(tahun)	Frekuensi	Persentase(%)
<20	6	6,0
21 – 25	14	14,0
26 – 30	15	15,0
31 – 35	18	18,0
36 – 40	24	24,0
41 – 45	19	19,0
>45	4	4,0
Jumlah	100	100,0

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah 6 orang berumur kurang dari 20 tahun, responden yang berumur 21-25 tahun sebanyak 14 orang atau sebesar 14%, responden yang berumur 26-30 tahun sebanyak 15 orang atau sebesar 15%, responden yang berumur 31-35 tahun sebanyak 18 orang atau sebesar 18%, responden yang berumur 36-40 tahun sebanyak 24 orang atau sebesar 24%, responden yang berumur 41-45 tahun sebanyak 19 orang atau sebesar 19%, dan yang berumur lebih dari 45 tahun sebanyak 4 orang atau sebesar 4%. Adapun responden terbanyak adalah yang berumur 36-40 tahun yaitu sebanyak 24 orang atau 24%, sedangkan responden yang paling sedikit adalah responden dengan umur diatas 45 tahun yaitu sebanyak 4 orang atau 4%.

c. Pendidikan Terakhir

Analisis deskriptif responden dikelompokkan berdasarkan pendidikan terakhir responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase(%)
SD/Sederajat	4	4,0
SMP/ Sederajat	12	12,0
SMA/ Sederajat	58	58,0
S1	26	26,0
Total	100	100,0

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa responden yang lulus SD/ sederajat sebanyak 4 orang atau sebesar 4%, responden yang tingkat pendidikanya lulus SMP/ sederajat sebanyak 12 orang atau sebesar 12%, responden yang tingkat pendidikanya lulus SMA/ sederajat sebanyak 58 orang atau sebesar 58%, responden yang tingkat pendidikanya lulus S1(strata 1) sebanyak 26 orang atau sebesar 26%. Adapun responden terbanyak adalah dengan tingkat pendidikan SMA/ sederajat yaitu sebanyak 58 orang atau sebesar 58%, dan responden dengan tingkat pendidikan lulus SD adalah yang paling sedikit dengan jumlah 4 orang atau sebesar 4%.

d. Pekerjaan Responden

Karakteristik responden berdasarkan Jenis pekerjaan akan dikelompokkan dan dijelaskan pada tabel berikut:

Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase(%)
Mahasiswa/pelajar	12	12,0
Karyawan	23	23,0
IRT	35	35,0
Perawat	9	9,0
Guru	21	21,0
Total	100	100,0

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan sebagai Mahasiswa adalah sebanyak 12 orang atau sebesar 12%, jenis pekerjaan karyawan adalah sebanyak 23 orang atau sebesar 23%, jenis pekerjaan ibu rumah tangga(IRT) adalah sebanyak 35 orang atau sebesar 35%, jenis pekerjaan Perawat adalah sebanyak 9 orang atau sebesar 9%, dan jenis pekerjaan sebagai guru adalah sebanyak 21 orang atau sebesar 21%. Adapun karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan yang terbanyak adalah sebagai ibu rumah tangga yaitu sebanyak 35 orang atau sebesar 35%, dan karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan yang paling sedikit adalah sebagai perawat yaitu sebanyak 9 orang atau 9%.

2. Deskripsi Variabel penelitian

B. Analisis Uji Prasyarat Regresi

Uji yang prasyarat untuk mencapai uji regresi pada penelitian ini adalah uji normalitas, homogenitas, dan linearitas. Jumlah responden yang digunakan dengan menggunakan rumus Lameshow telah dijelaskan pada BAB terdahulu yaitu 100 responden dan kemudian digunakan untuk uji prasyarat regresi yang akan dijelaskan sebagai berikut.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah data yang diperoleh dari sampel berdistribusi normal atau tidak. Untuk mengetahui frekuensi normal atau tidak suatu data dapat dilihat dengan ketentuan sebagai berikut. Jika nilai probabilitas (*asym.sig*) $> 0,05$ maka berdistribusi dikatakan normal. Sebaliknya jika nilai probabilitas (*asym.sig*) $< 0,05$ maka berdistribusi dapat dikatakan tidak normal. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* dengan tingkat kepercayaan 5% atau 0,05. Output dari hasil olah data menggunakan *SPSS versi 2,2* adalah sebagai berikut.

Tabel 4.5. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.48976460
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.055
	Negative	-.076
Test Statistic		.076
Asymp. Sig. (2-tailed)		.171 ^c

a. Test distribution is Normal.

Berdasarkan *output* yang diperoleh dari data 100 responden ($N=100$) dapat dilihat bahwa nilai *Asymp. Sig(2-tailed)* adalah sebesar 0,171. Apabila dibandingkan dengan nilai probabilitas (*Asymp. Sig.*) $> 0,05$; maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel kualitas produk, keunikan produk, kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian berdistribusi normal.

2. Uji Linieritas

Uji linieritas ini adalah untuk mengetahui antara variabel bebas dan variabel terikat linier atau tidak. Kriteria pengujian linieritas adalah jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat adalah linier. Sebaliknya jika nilai signifikansi menunjukkan angka dibawah 0,05 maka hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat adalah tidak linier. Uji linieritas pada penelitian ini menggunakan aplikasi *SPSS versi 2,2* yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.6. Hasil Uji Linieritas menggunakan aplikasi *SPSS 2,2*

Variabel	Nilai Sig.	Keterangan
Kualitas Produk	0,199	Linier
Keunikan Produk	0,496	Linier
Kualitas Pelayanan	0,342	Linier

Berdasarkan Tabel Hasil Uji Linieritas menggunakan aplikasi *SPSS 2,2* diatas, dapat dilihat bahwa semua variabel independen mempunyai nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05. Untuk variabel kualitas produk memiliki nilai signifikansi 0,199, Untuk variabel keunikan produk memiliki nilai signifikansi 0,496, dan untuk variabel kualitas pelayanan memiliki nilai signifikansi 0,342. Hal ini menunjukan bahwa setiap variabel independen berhubungan linear secara signifikan terhadap variabel dependen(keputusan pembelian).

C. Uji Asumsi Klasik

Tujuan pengujian asumsi klasik ini adalah untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias dan konsisten. Pada penelitian ini uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji multikolinearitas, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas yang dijelaskan sebagai berikut.

1. Uji Multikolinearitas

Tujuan digunakannya uji ini adalah untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terdapat atau terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolinieritas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kerelasi di antara variabel independen. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolineritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan VIF. Apabila nilai *tolerance* diatas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10 maka tidak terjadi multikolinearitas. Uji multikolinearitas pada penelitian ini menggunakan aplikasi *SPSS versi 2,2* yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.7. Hasil Uji Multikolinearitas dengan menggunakan aplikasi *SPSS 2,2*

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas_Produk	.980	1.020
	Keunikan_Produk	.978	1.022
	Kualitas_Pelayanan	.997	1.003

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Pada tabel hasil Hasil Uji Multikolinearitas dengan menggunakan aplikasi SPSS 2,2 diatas dapat dilihat bahwa nilai tolerance tidak ada yang kurang dari 0,1 artinya tidak ada korelasi antar variabel independen. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada data tersebut. multikolinieritas juga dapat dilihat dari nilai VIF(*Variance Inflating Factor*). Bila nilai VIF lebih kecil dari 5 maka tidak terjadi multikolinieritas. Dari Hasil Uji Multikolinearitas dengan menggunakan aplikasi SPSS 2,2 diatas dapat dilihat bahwa nilai VIF kualitas produk, keunikan produk, dan kualitas pelayanan, semuanya lebih kecil dari 5, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini memenuhi syarat untuk menjadi model regresi yang baik karena tidak terjadi korelasi antar variabel independen.

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Uji autokorelasi yang dilakukan dengan uji *Durbin Waston*, dimana pengambilan keputusannya adalah jika nilai *Durbin Waston* lebih kecil dari dL atau lebih besar dari $(4-dL)$, maka terdapat autokorelasi, jika nilai *Durbin Waston* terletak antara dU dan $(4-dU)$, maka tidak ada autokorelasi, dan jika nilai *Durbin Waston* terletak antara dL dan dU atau diantara $(4-dU)$ dan $(4-dL)$, maka tidak menghasilkan

kesimpulan yang pasti. Uji autokorelasi pada penelitian ini menggunakan aplikasi *SPSS versi 2,2* yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.292 ^a	.085	.057	2.528	1.919

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan, Kualitas_Produk, Keunikan_Produk

b. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

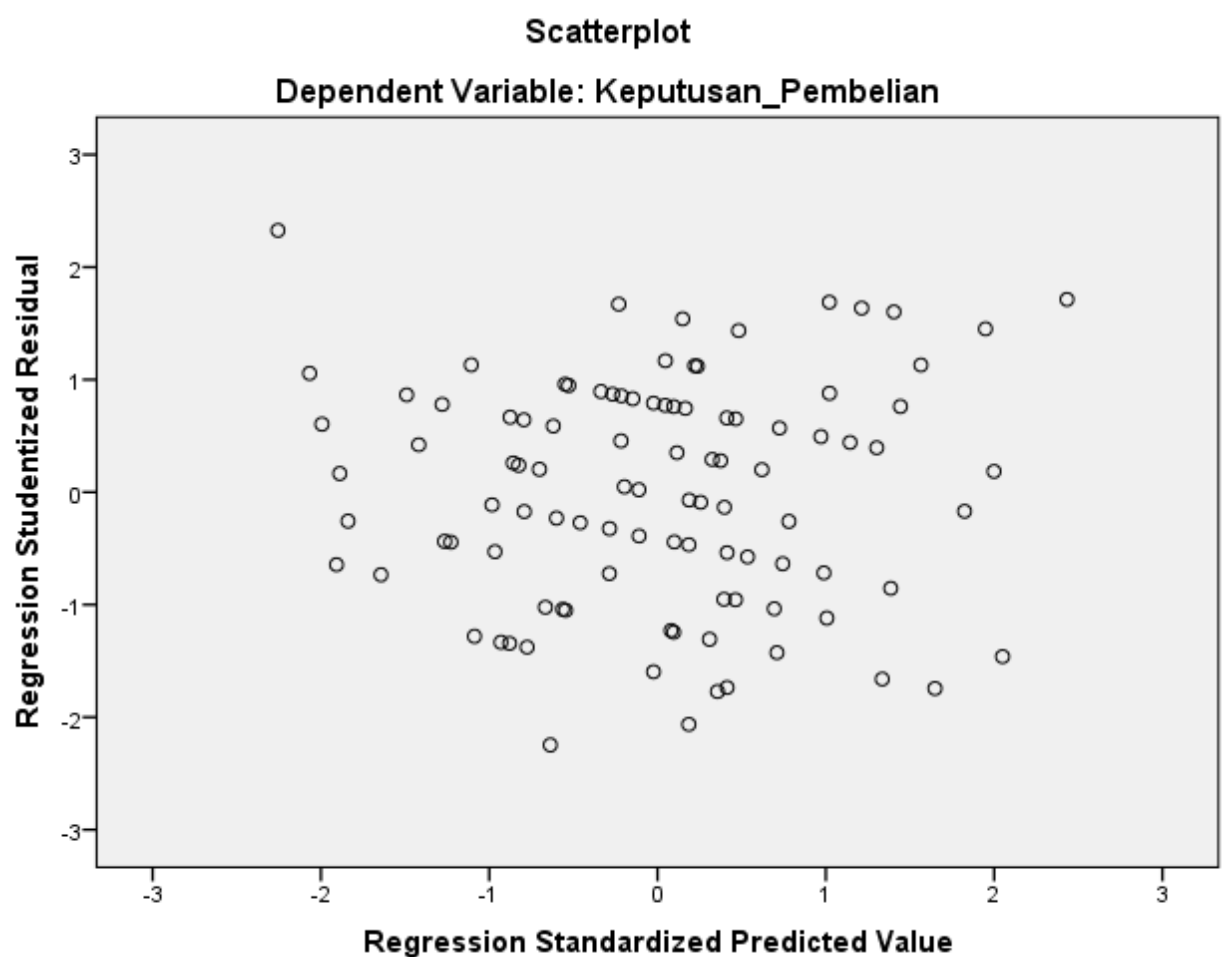
Pada tabel hasil uji autokorelasi dengan menggunakan aplikasi *SPSS 2,2* diatas dapat dilihat bahwa nilai DW(*Durbin Waston*) adalah sebesar 1,919. Dengan signifikansi 5% dan jumlah 100 sampel, nilai tabel(dL) adalah 1,613, dan nilai tabel(dU) adalah sebesar 1,736. Maka didapat nilai (4-dU) adalah $(4-1,736) = 2,264$. Maka sebagaimana pengambilan keputusan dengan menggunakan uji *Durbin Wastod* diatas, nilai *Durbin Wastod* yang didapat terletak diantara (dL) dan (4-dU) atau $1,613 < 1,91 < 2,264$. Artinya tidak terdapat masalah autokorelasi. Dengan demikian data dapat di analisis lebih lanjut.

3. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas dan untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastiditas dengan menggunakan uji *Glejser* dengan melihat gambar *scatterplot*. Adapun pengambilan keputusan dengan melihat gambar *scatterplot* data dapat dikatakan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas apabila titik-titik data

menyebar di atas dan dibawah atau disekitar angka 0, titik-titik tidak berkumpul di atas atau di bawah angka 0 saja, penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali, dan penyebaran titik-titik data tidak berpola. Uji heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan aplikasi *SPSS versi 2,2* yang dapat dilihat pada gambar *Scatterplot* berikut:

Gambar Scatterplot Hasil Uji Heteroskedastisitas



Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa: titik-titik data penyebaran di atas dan dibawah atau disekitar anga 0, titik-titik tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah angka 0 saja, penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola tertentu, dan penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola bergelombang melebar emudian menyempit dan melebar kembali. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

D. Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji hubungan pengaruh antara variabel dependen dan variabel independen. Analisis ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh kualitas produk, keunikan produk dan kualitas pelayanan baik secara individual(*parsial*) atau bersama-sama(*simultan*) terhadap keputusan pembelian. Untuk menguji hipotesis-hipotesis yang ada dengan menggunakan uji regresi linier berganda, hasil uji regresi linier berganda dapat dibawah ini :

Tabel 4.9. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11.676	2.983		3.914	.000
Kualitas_Produk	.079	.096	.082	.828	.410
Keunikan_Produk	.252	.092	.270	2.731	.008
Kualitas_Pelayanan	.027	.106	.025	.251	.803

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Dari hasil analisis tersebut dapat diketahui persamaan regresi linier berganda pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 11,676 + 0,079X_1 + 0,252X_2 + 0,027X_3$$

Keterangan:

Kualitas produk(X_1), dan kualitas pelayanan(X_3) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian(Y) hal ini dilihat dari nilai signifikansi kualitas produk sebesar 0,410, dan kualitas pelayanan sebesar 0,803, atau nilai setiap signifikansinya lebih besar dari 0,05

Y : Prediksi Keputusan Pembelian

11,676 : konstanta dengan nilai sebesar 11,676 artinya apabila setiap variabel independen dianggap nol maka prediksi keputusan pembelian(Y) adalah sebesar 11,676

$0,252X_2$: koefisien variabel independen keunikan produk(X_2) adalah sebesar 0,252. Hal ini menunjukkan keunikan produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara positif. Apabila keunikan produk ditingkatkan menjadi 1 poin maka terjadi peningkatan prediksi keputusan pembelian sebesar 0,252.

2. Pengujian Hipotesis

a. Hipotesis 1

Dalam hipotesis 1 mengatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk di toko emas H.Arsyad Puruk Cahu.

Untuk menguji hipotesis tersebut didasarkan pada nilai Sig. T_{hitung} . Pada

tabel hasil analisis regresi linier berganda, dapat dilihat bahwa kualitas produk memiliki nilai signifikansi sebesar 0,410 lebih besar dari 0,05, artinya h_0 diterima dan h_a ditolak. Selain itu kualitas produk memiliki koefisien sebesar 0,079 yang artinya jika kualitas produk naik satu satuan, maka keputusan pembelian naik sebesar 0,079. Dengan demikian kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di toko emas H.Arsyad Puruk Cahu.

b. Hipotesis 2

Dalam hipotesis 2 mengatakan bahwa keunikan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di toko emas H.Arsyad Puruk Cahu. Untuk menguji hipotesis tersebut didasarkan pada nilai Sig. T_{hitung} . Pada tabel hasil analisis regresi linier berganda, dapat dilihat bahwa keunikan produk memiliki nilai signifikansi sebesar 0,008 lebih kecil dari 0,05 maka h_0 ditolak dan h_a diterima. Selain itu harga memiliki koefisiennya adalah sebesar 0,252 yang artinya jika keunikan produk naik satu satuan, maka keputusan pembelian naik sebesar 0,252. Dengan demikian keunikan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di toko emas H.Arsyad Puruk Cahu.

c. Hipotesis 3

Dalam hipotesis 3 mengatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk di toko emas H.Arsyad Puruk Cahu. Untuk menguji hipotesis tersebut didasarkan pada nilai Sig. T_{hitung} . Pada tabel hasil analisis regresi linier berganda, dapat dilihat bahwa kualitas

produk memiliki nilai signifikansi sebesar 0,803 lebih besar dari 0,05, artinya h_0 diterima dan h_a ditolak. Selain itu kualitas produk memiliki koefisien sebesar 0,027 yang artinya jika kualitas pelayanan naik satu satuan, maka keputusan pembelian naik sebesar 0,027. Dengan demikian kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di toko emas H.Arsyad Puruk Cahu.

d. Hipotesis 4

Hipotesis 4 mengatakan bahwa kualitas produk, keunikan produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian di toko emas H.Arsyad Puruk Cahu. Untuk menguji hipotesis tersebut didasarkan pada nilai Sig. F_{hitung} . Hasil analisis data disampaikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.10. Hasil Uji F(Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	57.216	3	19.072	2.983	.035 ^b
	Residual	613.694	96	6.393		
	Total	670.910	99			

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan, Kualitas_Produk, Keunikan_Produk

Berdasarkan hasil uji Anova diatas, diketahui nilai F_{hitung} adalah sebesar 2,983 dengan probabilitas sebesar 0,035. Adapun nilai F_{tabel} dengan signifikansi 0,05, jumlah sampel(n) adalah 100 dan 3 variabel bebas adalah 2,70. Jadi dapat dilihat perbandingan antara F_{hitung} dan F_{tabel} adalah $F_{hitung}(2,983) > F_{tabel}(2,7)$ maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, keunikan produk, dan

kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian di toko emas H.Arsyad Puruk Cahu.

Kemampuan variabel kualitas produk, keunikan produk, dan kualitas pelayanan dalam memprediksi keputusan pembelian dapat dilihat dari koefisien determinasi. Besarnya koefisien determinasi dapat dilihat dari nilai R^2 (*R Square*) pada tabel berikut:

Tabel 4.11. Hasil Uji Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.922 ^a	.850	.057	2.528	1.919

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan, Kualitas_Produk, Keunikan_Produk

b. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Berdasarkan tabel uji determinasi diatas dapat diketahui bahwa nilai R^2 (*R Square*) adalah sebesar 0,085. Hal ini menunjukkan bahwa presentase pengaruh variabel bebas(kualitas produk, keunikan produk, dan kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat(keputusan pembelian) adalah sebesar 85%, sedangkan sisanya yaitu 15% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukan dalam variabel penelitian ini.

E. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh variabel bebas(kualitas produk, keunikan produk, dan kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat(keputusan pembelian) di toko emas H.Arsyad Puruk Cahu. Dari analisis yang sudah dijelaskan diatas berikut adalah pembahasan dalam penelitian ini.

1. Pengaruh variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian di toko emas H.Arsyad Puruk Cahu.

Hasil pengujian hipotesis pertama mengatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk di toko emas H.Arsyad Puruk Cahu. Hal ini didasarkan dari nilai Sig. T_{hitung} . Pada tabel hasil analisis regresi linier berganda, dapat dilihat bahwa kualitas produk memiliki nilai signifikansi sebesar 0,410 lebih besar dari 0,05. Selain itu kualitas produk memiliki koefisien sebesar 0,079 yang artinya jika kualitas produk naik satu satuan, maka keputusan pembelian naik sebesar 0,079. Dengan demikian pengaruh kualitas produk tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Berikut alasan konsumen mengenai kualitas produk tidak mempengaruhi keputusan pembelian secara signifikan di toko emas H.Arsyad Puruk Cahu:

- a. Hal ini dikarenakan pembeli yang membeli emas di toko emas H.Arsyad Puruk Cahu tidak hanya untuk perhiasan yang dikenakan oleh konsumen, tetapi dapat menjadi investasi konsumen. Produk emas dapat menjadi investasi dikarenakan harga emas yang stabil bahkan cenderung naik setiap waktunya. Hal ini menyebabkan banyak warga PurukCahu memilih berinvestasi pada produk emas, sehingga pembeli tidak terlalu memperhatikan kualitas produk dalam pengambilan keputusan.
- b. pembeli tidak terlalu memperhatikan kualitas produk dalam pengambilan keputusan dikarenakan produk emas mudah dijual kembali. Apabila produk tidak tahan lama maka pembeli dengan

mudah dapat menjual atau menukarkan produk emasnya, dan hal itu sangat menguntungkan bagi pembeli karena dapat menukarkan produk emasnya dengan produk emas yang motifnya lebih menarik.

- c. Berdasarkan pada deskripsi variabel kualitas produk pembeli yang memilih setuju atau sangat setuju mengenai membeli emas di toko emas H.Arsyad karena produk emas yang tahan lama hanya 42% sisanya memilih tidak setuju dan netral.

2. Pengaruh Keunikan produk terhadap keputusan pembelian di toko emas H.Arsyad Puruk Cahu

Hasil pengujian hipotesis kedua mengatakan bahwa keunikan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di toko emas H.Arsyad Puruk Cahu. Berdasarkan nilai signifikansi T_{hitung} yaitu 0,008 yang lebih kecil dari 0,05. Selain itu keunikan produk memiliki koefisien sebesar 0,252 yang artinya jika harga produk naik satu satuan, maka keputusan pembelian naik sebesar 0,252. Dengan demikian keunikan produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di toko emas H.Arsyad Puruk Cahu.

keunikan produk adalah nilai tambah yang membuat produk tampil beda dibandingkan dengan pesaing lain. Pada produk emas di toko emas H.Arsyad Puruk Cahu, keunikan produk sangat mempengaruhi pertimbangan pembeli dikarenakan emas merupakan perhiasan yang digunakan untuk menunjang penampilan agar terlihat lebih sempurna.

Oleh karena itu pelanggan dalam pengambilan keputusan pembelian sangat memperhatikan keunikan produk emas.

3. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di toko emas H.Arsyad Puruk Cahu

Hasil pengujian hipotesis ketiga mengatakan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk di toko emas H.Arsyad Puruk Cahu tidak signifikan. Hal ini didasarkan dari nilai T_{hitung} . Pada tabel hasil analisis regresi linier berganda, dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,803 lebih besar dari 0,05. Selain itu kualitas pelayanan memiliki koefisien sebesar 0,027 yang artinya jika kualitas pelayanan naik satu satuan, maka keputusan pembelian naik sebesar 0,027. Dengan demikian pengaruh kualitas pelayanan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Alasan konsumen mengenai kualitas pelayanan tidak mempengaruhi keputusan pembelian secara signifikan di toko emas H.Arsyad Puruk Cahu dikarenakan waktu yang diperlukan untuk membeli produk emas relatif sebentar sehingga konsumen tidak terlalu memperhatikan pelayanan tetapi lebih memperhatikan desain emas yang ada.

4. Pengaruh kualitas produk, keunikan produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di toko emas H.Arsyad Puruk Cahu

Hasil pengujian hipotesis Pengaruh kualitas produk, keunikan produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di toko emas H.Arsyad Puruk Cahu mempunyai hasil $F_{hitung}(2,983) > F_{tabel}(2,7)$.

Dengan demikian dapat disimpulkann bahwa kualitas produk, keunikan produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di toko emas H.Arsyad Puruk Cahu. Secara simultan variabel kualitas produk, keunikan produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 85%, sedangkan sisanya yaitu 15% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukan dalam variabel penelitian ini.