

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum *Moringa Factory*

Dari kutipan Company profile *Moringa Factory*, *Moringa Factory* salah satu nama perusahaan yang merupakan gabungan kata *Moringa* kata pertama dari nama latin tanaman kelor (*Moringa Oleifera*) dengan kata *Factory* yang merupakan perpaduan kata *Fact* dan *Story*. Nama *Moringa Factory* ini dipilih sebagai representasi dari *the Fat of Moringa* dan *the Story wich comes from Moringa*. Melalui kombinasi dua makna ini diharapkan agar *Moringa Factory* dapat mengoptimalkan fakta-fakta serta keajaiban tanaman kelor hingga mengolah dan mengembangkan berbagai produk fungsional yang bermanfaat, kemudian menciptakan cerita-cerita baru dari penggunaan tanaman Kelor yang berdampak pada kesehatan, lingkungan hingga kesejahteraan sosial masyarakat. Awal mula berdirinya usaha *Moringa Factory* ini pada tahun 2019 sampai sekarang yang bertempat di Universitas Lambung Mangkurat Banjarbaru, dirintis oleh seorang mahasiswi lulusan S1 ULM Banjarbaru yang bernama Nila Cahya.

Dari kutipan *Company profile Moringa Factory* bahwa yang melatar belakangi permasalahan utama yang menjadi perhatian utama hingga tergerak untuk mendirikan *Moringa Factory* adalah *Stunting*. *Stunting* adalah kondisi gagal tumbuh pada anak balita yang mengakibatkan kekurangan gizi kronis sehingga anak terlalu pendek untuk usianya. Balita yang mengalami *stunting* akan memiliki tingkat kecerdasan tidak maksimal, menjadikan anak lebih rentan terhadap penyakit dan dimasa depan dapat beresiko pada menurunnya tingkat produktivitas. Sehingga *stunting* akan dapat menghambat pertumbuhan ekonomi, bisa meningkatkan kemiskinan dan memperlebar ketimpangan. Pada tahun 2019, Studi Status Gizi Balita Terintegrasi yang diterbitkan oleh Kementerian Kesehatan RI menunjukkan bahwa *prevalensi stunting* Indonesia mencapai 30,8%. Angka yang telah melampaui nilai standar maksimal dari WHO yakni sebesar 20%. Di lain sisi, ada permasalahan lingkungan yang turut mengusik yaitu banyaknya lahan di Indonesia. Pada tahun 2019 *Forest Watch* Indonesia menyatakan bahwa terdapat sekitar 14 juta hektare lahan kritis yang tidak dimanfaatkan, yang kemudian memberikan dampak negatif bagi alam hingga kehidupan sosial ekonomi masyarakat.

Pihak perusahaan *Moringa Factory* membudidayakan tanaman kelor diatas lahan-lahan kritis maupun terlantar, kemudian mengolahnya menjadi produk pangan fungsional bernutrisi tinggi yang dapat menjadi alternatif pangan bagi bayi mengalami *stunting*. Pemanfaatan tanaman kelor ini diharapkan dapat menjadi salah satu jalan untuk mencegah serta mengurangi dampak dari permasalahan *stunting* dan lahan kritis tersebut. *Moringa Factory* ini menjual beberapa produk makanan yang bisa dikonsumsi dari anak-anak ataupun dewasa, serta lanjut usia, produk yang dijual diantaranya ada Moringa Milky (susu daun kelor), Chocomo (coklat dari daun kelor), Gaol Tea Bags (the daun kelor), Gaol Dried Leaves (bisa dijadikan teh atau pelengkap sayur), dan Gaol Powder (tepung daun kelor).

2. Karakteristik Responden

Pada bagian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik responden yang diteliti, berjumlah 100 responden yang merupakan pelanggan di *Moringa Factory*. Berikut hasil analisis data

a. Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis

Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-laki	57	57%
2	Perempuan	43	43%
	Total	100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner menyatakan bahwa responden laki-laki adalah sebanyak 57 orang atau 57% dan responden perempuan adalah 43 orang atau 43%. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini mayoritas adalah laki-laki.

b. Usia Responden

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Frekuensi	Persentase
1	<17 tahun	10	10%
2	17-25	60	60%

	tahun		
3	25-50 tahun	20	20%
4	>50 tahun	10	10%
	Total	100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 023 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa pelanggan *Moringa Factory* yang berusia 17-25 tahun adalah usia responden terbanyak dengan jumlah 60 orang atau 60%, sedangkan yang terendah pada usia lebih dari 50 tahun dan kurang dari 17 tahun dengan jumlah 10 orang atau 10%.

c. Pekerjaan Responden

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	Ibu Rumah Tangga	7	7%
2	Wiraswasta	17	17%

3	Pegawai Negeri Sipil	14	14%
4	Pengusaha	6	6%
5	Pelajar/Mahasiswa	35	35%
6	Lainnya	21	21%
	Total	100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (data diolah)

Berdasarkan data tabel di atas menunjukkan bahwa 7 orang responden atau 7% adalah sebagai Ibu Rumah Tangga, 17 orang responden atau 17% bekerja sebagai wiraswasta, 14 orang responden atau 14% bekerja sebagai Pegawai Negeri Sipil, 6 orang responden atau 6% bekerja sebagai pengusaha, 35 orang responden atau 35% sebagai Pelajar/Mahasiswa, dan 21 orang responden atau 21% bekerja lainnya. Sehingga pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa yang tertinggi, dan pekerjaan yang terendah sebagai pengusaha.

3. Deskripsi Variabel Penelitian

Data yang diperoleh dari hasil pembagian kuesioner para

responden, maka akan disajikan deskripsi data tentang variabel harga, kualitas produk dan keputusan pembelian pada *Moringa Factory* dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Penjelasan responden terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y)

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada variabel Keputusan Pembelian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 4Jawaban Responden Tentang Variabel Keputusan Pembelian

No. Pert any aan	ST S		TS		KS		S		SS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	0	0	0	0	2	2	5	5	2	2	1	10
					8	8	1	1	1	1	0	0
2	0	0	0	0	3	3	4	4	2	2	1	10
					2	2	4	4	4	4	0	0
3	0	0	0	0	2	2	4	4	2	2	1	10
					5	5	8	8	7	7	0	0

4	1	1	0	0	3	3	4	4	2	2	1	10
					5	5	0	0	4	4	0	0
											0	

Sumber: SPSS ver.26, data yang di olah

Pada tabel di atas bisa diuraikan sebagai berikut:

- 1) Pertanyaan 1, menunjukkan bahwa jawaban dari Saya memutuskan untuk melakukan pembelian pada produk *Moringa Factory* karena memiliki manfaat yang bagus pada produk dan tercatat pada surah Al Fath ayat 29, responden memberikan jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 51 responden atau 51%, sedangkan jawaban terendah adalah sangat tidak setuju dengan jumlah 0 responden atau 0%.
- 2) Pertanyaan 2, menunjukkan bahwa jawaban dari Saya merasa yakin dengan keputusan pembelian produk *Moringa Factory*, responden memberikan jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 44 responden atau 44%, sedangkan jawaban terendah adalah sangat tidak setuju dengan jumlah 0 responden atau 0%.
- 3) Pertanyaan 3, menunjukkan bahwa jawaban dari Saya memutuskan untuk melakukan pembelian pada produk *Moringa Factory* karena terdapat berbagai macam

pilihan rasa yang tersedia, responden memberikan jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 48 responden atau 48%, sedangkan jawaban terendah adalah sangat tidak setuju dengan jumlah 0 responden atau 0%.

- 4) Pertanyaan 4, menunjukkan bahwa jawaban dari Saya merasa jumlah produk yang dikeluarkan *Moringa Factory* bervariasi rasa, responden memberikan jawaban tertinggi adalah setuju dan kurang setuju dengan jumlah 40 responden atau 40%, sedangkan jawaban terendah adalah sangat tidak setuju dengan jumlah 1 responden atau 1%.

b. Deskriptif Variabel Harga (X1)

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

Tabel 4. 5Jawaban Responden Tentang Variabel Harga

No	STS	TS	KS	S	SS	Jumlah

Pe rta ny aa n	F		%		F		%		F		%		F		%			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	2	2	6	6	3	3	7	7	3	3	9	9	1	1	6	6	10	0
2	2	2	5	5	3	3	3	3	3	3	9	9	2	2	1	1	10	0
3	3	3	0	0	3	3	8	8	3	3	9	9	2	2	0	0	10	0
4	0	0	9	9	2	2	5	5	5	5	8	8	1	1	7	7	10	0

Sumber: SPSS ver.26, data yang di olah

Dari tabel di atas dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Pertanyaan 1, menunjukan jawaban dari Apakah harga produk-produk *Moringa Factory* sesuai dengan harganya, responden memberikan jawaban tertinggi

adalah setuju dengan jumlah 39 responden atau 39%, sedangkan jawaban terendah adalah pada sangat tidak setuju dengan jumlah 2(dua) responden atau 2%.

2) Pertanyaan 2, menunjukkan jawaban dari calon pelanggan diperlakukan sama dengan harga produk *Moringa Factory*, responden memberikan jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 39 responden atau 39%, sedangkan jawaban terendah adalah sangat tidak setuju dengan jumlah 2 responden atau 2%.

3) Pertanyaan 3, menunjukkan jawaban dari Informasi harga lengkap, benar, dan jujur, responden memberikan jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 39 responden atau 39%, sedangkan jawaban terendah adalah sangat tidak setuju dengan jumlah 3 responden atau 3%.

4) Pertanyaan 4, menunjukkan jawaban dari Saya diberi tahu tentang harga produk *Moringa Factory* yang sesuai dengan kualitasnya, responden memberikan jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 58 responden atau 58%, sedangkan jawaban terendah adalah sangat tidak setuju dengan jumlah 0 responden atau 0%.

c. Penjelasan responden terhadap variabel Kualitas Produk

(X2)

Data yang dapat diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada variabel Kualitas Produk ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 6Jawaban Responden tentang Variabe Kualitas Produk

No	STS		TS		KS		S		SS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	1	1	9	9	3 2	3 2	4 2	4 2	1 6	1 6	1 0 0	10 0
2	1	1	4	4	2 7	2 7	4 4	4 4	2 4	2 4	1 0 0	10 0
3	0	0	3	3	3 2	3 2	4 8	4 8	1 7	1 7	1 0 0	10 0
4	0	0	5	5	2 9	2 9	4 3	4 3	2 3	2 3	1 0	10 0

											0	
5	0	0	6	6	2	2	4	4	2	2	1	10
					6	6	5	5	3	3	0	0
											0	

Sumber: SPSS ver.26, data yang di olah

Data tabel diatas dapat diuraian sebagai berikut:

- 1) Pertanyaan 1, menunjukan jawaban tentang Produk-prdouk *Moringa Factoy* yang memiliki bahan-bahan yang bagus, responden memberikan jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 42 responden atau 42%, sedangkan jawaban terendah adalah sangat tidak setuju dengan jumlah 1 responden atau 1%.
- 2) Pertanyaan 2, menunjukan jawaban tentang Produk-produk *Moringa Factory* dijamin kualitasnya, responden memberikan jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 44 responden atau 44%, sedangkan jawaban terendah adalah sangat tidak setuju dengan jumlah 1 responden atau 1%.
- 3) Pertanyaan 3, menunjukan jawaban tentang Kualitas produk *Moringa Factory* ini dibuat dengan kualitas produk yang baik, bersih dan murni pembuatannya seperti istilah pada Al-Qur'an yaitu Al Tayyibat,

responden memberikan jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 48 responden atau 48%, sedangkan jawaban terendah adalah sangat tidak setuju dengan jumlah 0 responden atau 0%.

4) Pertanyaan 4, menunjukkan jawaban tentang Apakah rasa produk *Moringa Factory* sesuai dengan rasanya, responden memberikan jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 43 responden atau 43%, sedangkan jawaban terendah adalah sangat tidak setuju dengan jumlah 0 responden atau 0%.

5) Pertanyaan 5, menunjukkan jawaban tentang Saya merasa produk *Moringa Factory* sesuai dengan kualitas menurut islam yang ditawarkan, responden memberikan jawaban tertinggi adalah setuju dengan jumlah 45 responden atau 45%, sedangkan jawaban terendah adalah sangat tidak setuju dengan jumlah 45 responden atau 45%.

4. Teknik Analisis Data

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan cara mengkolerasikan skor untuk mengukur seberapa jauh alat ukur memiliki tingkat keakuratan dalam melakukan

pengukuran data. Valid tidaknya butir item pertanyaan variabel dapat dilihat dengan membandingkan nilai r hitung $>$ r tabel, dimana $df = n-2$ dengan sig 5%. Jika r hitung $<$ (kurang dari) r tabel maka itu valid (wiratna,2014, hal.192)

Menentukan derajat bebas (*degree of freedom=*df) diperoleh dari jumlah sampel atau responden dikurangi 2 ($df= n-2$) dan $n=100$, Jadi $df= 100-2 =98$. Maka r tabel = 0,1966. Berikut hasil uji validitas pada penelitian “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *Moringa Factory* diBanjarbaru”. Dengan bantuan SPSS 26 *for windows* pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.7Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
Harga (X1)	X1.1	0,710	0,1966	Valid
	X1.2	0,783	0,1966	Valid
	X1.3	0,745	0,1966	Valid
	X1.4	0,704	0,1966	Valid
Kualitas	X2.1	0,754	0,1966	Valid

Produk (X2)	X2.2	0,701	0,1966	Valid
	X2.3	0,700	0,1966	Valid
	X2.4	0,672	0,1966	Valid
	X2.5	0,706	0,1966	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y1	0,689	0,1966	Valid
	Y2	0,689	0,1966	Valid
	Y3	0,801	0,1966	Valid
	Y4	0,640	0,1966	Valid

Sumber: Hasil Data Penelitian, 2023 (data diolah)

Dari tabel uji validitas data diatas dapat dilihat bahwa nilai r hitung dari semua variabel lebih besar dari r tabel (0,1966). Sehingga semua variabel dalam penelitian ini dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur sejauh mana instrument dapat diandalkan dan tetap konsisten jika diulang. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik *Cronbach's Alpha*, dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan.

Jika Alfa $>0,60$ maka dinyatakan reliabel.

Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Kriteria	Keterangan
Harga	0,718	0,60	Reliabel
Kualitas Produk	0,750	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,662	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil Data Penelitian, 2023 (data diolah)

Dari uji reliabilitas diatas dapat diketahui nilai *Cronbach's Alpha* $>0,6$, berdasarkan dari semua variabel, menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,6. Maka penelitian ini dapat dinyatakan reliabel.

5. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas ini bertujuan untuk memastikan bagaimana variabel-variabel yang akan digunakan dalam penelitian mendistribusikan data. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data dari penelitian kita berasal dari populasi yang berdistribusi normal. Tes normal Kolmogorov-Smirnov dapat digunakan untuk

menunjukkan normalitas data. Dalam uji normalitas, keputusan diambil berdasarkan apakah data berdistribusi normal atau tidak jika sig lebih besar dari 0,05.

Nilai dari Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov terhadap Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, dan Harga

Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas

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

Sumber: Hasil Data Penelitian, 2023 (data diolah)

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

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah hubungan linear secara sempurna atau mendekati sempurna antara variabel independent dalam model regresi. Pada model regresi yang baik adalah yang terbebas dari masalah multikolinearitas. Variabel yang menyebabkan tidak

terjadinya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai toleransi yang lebih besar dari 0,1 atau nilai VIF yang lebih kecil dari nilai 10. Pada nilai VIF dan tolerance bisa dilihat dari tabel berikut :

Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
HARGA	,439	2,279
KUALITAS	,439	2,279
PRODUK		

Sumber: Hasil Data Penelitian, 2023 (data diolah)

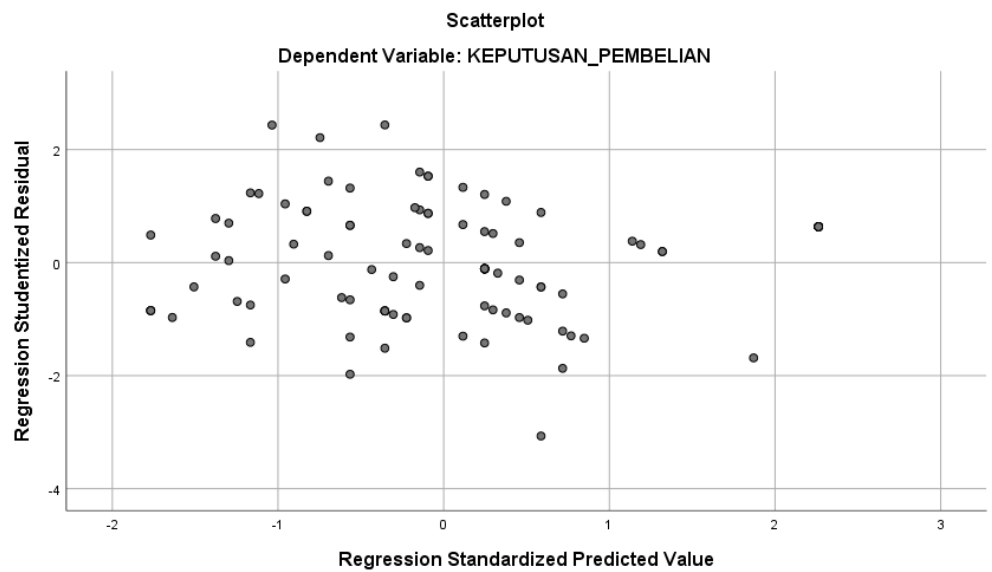
Berdasarkan uji multikolinearitas dalam tabel 4.20 diatas, diperoleh nilai tolerance sebesar 0,438 untuk harga, 0,438 untuk kualitas produk, yang mana angka tersebut lebih besar dari 0,1. Sedangkan VIF diperoleh sebesar 2,279 untuk harga, dan 2,279 untuk kualitas produk, berarti angka tersebut lebih kecil dari 10. Dengan demikian itu bisa disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Sebagian besar waktu, heteroskedastisitas terjadi pada

model yang menggunakan data cross section daripada data deret waktu. Pola pada gambar scatterplot model dapat digunakan untuk menentukan apakah model menunjukkan heteroskedastisitas atau tidak.

Gambar 4. 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber SPSS ver. 26, data yang diolah

Dari gambar di atas dapat diketahui bahwa pada titik-titik yang acak digambar tersebut tidak menunjukkan pola atau pola yang tidak jelas di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. sehingga dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

d. Uji Autokolerasi

Dalam suatu model, autokorelasi digunakan untuk melihat apakah ada korelasi antara variabel perancu dengan variabel sebelumnya pada waktu tertentu. Gunakan nilai Durbin Watson dan tabel Durbin Watson (dL dan dU) untuk mengidentifikasi autokorelasi. Uji Durbin Watson (uji Dw) yang memiliki ketentuan sebagai berikut merupakan model uji yang sering digunakan:

- a. Hipotesis nol ditolak jika DW lebih besar dari atau sama dengan $(4-dL)$, menunjukkan adanya autokorelasi.
- b. Hipotesis nol diterima jika DW antara dU dan $(4-dU)$, menunjukkan bahwa tidak ada autokorelasi.
- c. Jika DW antara dL dan dU atau antara $(4-dU)$ dan $(4-dL)$, tidak ada kesimpulan yang jelas.

Tabel 4.11 Hasil Uji Autokolerasi

Model	Durbin-Watson
1	1,992

Sumber: Hasil Data Penelitian, 2023 (data diolah)

Berdasarkan hasil uji autokolerasi pada tabel 4.22 diatas, diperoleh nilai DW sebesar 1,992. Nilai DW akan dibandingkan dengan nilai tabel signifikansi 5% jumlah

sampel (n) 100 dan jumlah $K = 2$ (K adalah jumlah variabel independen), maka diperoleh nilai dU sebesar 1,7152 dan pada nilai dL 1,6337 dan nilai $(4-dU)$ sebesar 2,2848. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini nilai DW (1,992) terletak antara nilai dU (1,7152) dan $(4-dU)$ (2,2848), yang artinya tidak terjadi autokolerasi.

6. Regresi Linear Berganda

Analisis linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (independen) yaitu harga (X_1), dan kualitas produk (X_2) terhadap variabel (dependen) yaitu keputusan pembelian sebagai variabel (Y), bila dirumuskan model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y : Variabel terkait (dependen) yaitu keputusan pembelian

a : Konsanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$: Koefisien Regresi

X_1 : Variabel Bebas (independen) yaitu Harga

X_2 : Variabel Bebas (independen) yaitu Kualitas Produk

e : Multiple regression/error

Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	4,587	1,243
Harga (X1)	,489	,109
Kualitas Produk (X2)	,187	,092

Sumber: Hasil Data Penelitian, 2023 (data diolah)

Persamaan linier dari hasil regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut karena Standardized Coefficients yang digunakan dalam penelitian ini:

$$Y = 4,587 + 0,489X_1 + 0,187X_2 + e$$

1. Nilai Konstanta sebesar 4,587 artinya jika harga (X1) dan kualitas produk (X2) tidak ada maka keputusan pembelian adalah 4,587.
2. Harga (X1)

Nilai koefisien regresi variabel harga bernilai positif yaitu 0,489 hal ini dapat diartikan bahwa setiap faktor harga mengalami kenaikan satu persen maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,489 dengan asumsi bahwa pada variabel bebas yang lain dari regresi yang

tetap.

3. Kualitas Produk (X2)

Nilai koefisien regresi variabel Kualitas Produk sebesar 0,187 artinya bernilai positif, hal ini dapat diartikan bahwa setiap faktor kualitas mengalami kenaikan satu persen maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,187 bahwa dengan asumsi variabel bebas yang lain dari model regresi tetap.

Analisis regresi linear berganda variabel yang paling dominan adalah Harga (X1)

7. Uji Hipotesis

a. Analisis Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Kontribusi variabel independen secara keseluruhan berdampak pada variabel dependen yang ditentukan dengan menganalisis hasil koefisien determinasi. Bisa dilihat pada output Model Summary dari hasil analisis tersebut.

Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square

1	,688 ^a	,473	,463
---	-------------------	------	------

Sumber: Hasil Data Penelitian, 2023 (data diolah)

Pada tabel 4.14 di atas dapat dilihat bahwa koefisien kolerasi/hubungan R antara variabel harga, kualitas profuk dan keputusan pembelian sebesar 0,688 dan dijelaskan besarnya 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 0,473 yang artinya variabel bebas (harga dan kualitas produk) terhadap variabel terkait (keputusan pembelian) adalah sebesar 47,3%. Sedangkan sisanya ($100 - 47,3\% = 52,7\%$) dijelaskan oleh variabel lain diluar model yang digunakan dalam penelitian ini. Koefisien determinasi R Square sebesar 0,473 (47,3%) mengandung arti tingkat pengaruh dari harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

b. Uji F (Uji Simultan)

Untuk pengujian ini digunakan uji F yang digunakan untuk melihat apakah kualitas produk model regresi dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan

pembelian secara simultan.

Tabel 4 14 Hasil Uji F

Model	F	Sig.
1 Regression	43,595	,000 ^b
Residual		
Total		

Sumber: Hasil Data Penelitian, 2023 (data diolah)

Berdasarkan tabel diatas, nilai F hitung sebesar 43,595, dimana nilai ini lebih besar dari nilai dari nilai F tabel sebesar 3,09 dengan probabilitas sebesar 0,000 yang artinya dibawah 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel independen (harga dan kualitas produk) berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (keputusan pembelian)

c. Uji T (Uji Parsial)

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

Tabel 4.15 Hasil Uji T

Model	T	Sig.
1 (Constant)	3,689	,000

Harga	4,506	,000
Kualitas Produk	2,041	,044

Sumber: Hasil Data Penelitian, 2023 (data diolah)

Dilihat dari tabel di atas menunjukkan hasil uji T yang bertujuan untuk menguji pengaruh variabel harga dan kualitas produk. Maka diperoleh dari nilai t tabel sebesar 1,98472. Berdasarkan pada hasil uji t, maka bisa ditarik kesimpulan:

1. Harga

Hasil dari uji t bahwa variabel harga (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000, maka dari itu nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Pada nilai t hitung sebesar 4,506 dan nilai t tabel sebesar 1,98472. Hal tersebut menunjukkan bahwa t hitung lebih besar dari pada t tabel ($4,506 > 1,98472$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima atau dikatakan signifikan yang artinya variabel harga (X1) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y).

2. Kualitas Produk

Hasil dari uji t bahwa variabel kualitas produk (X2)

terhadap keputusan pembelian (Y) menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,044, maka dari itu nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,044 < 0,05$). Pada nilai t hitung sebesar 2,041 dan nilai t tabel sebesar 1,98472. Hal tersebut menunjukkan bahwa t hitung lebih besar dari pada t tabel ($2,041 > 1,98472$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima atau dikatakan signifikan yang artinya variabel kualitas produk (X2) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y).

B. Analisis Data

Hasil analisis kuantitatif dengan regresi linear berganda menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dari 2 variabel tingkat harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Semua variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini bisa memiliki arah koefisien regresi yang bertanda positif.

1. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Hasil dari analisis data menunjukkan bahwa variabel harga (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) menunjukkan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Demikian dapat dilihat juga dari t hitung variabel harga bernilai $4,506 > 1,98472$ t tabel, maka dapat dikatakan hipotesis H_a diterima dan H_0 ditolak. Bahwa secara parsial variabel harga berpengaruh terhadap

keputusan pembelian *Moringa Factory* di Banjarbaru. Hal ini berarti harga pada *Moringa Factory* sudah dianggap sesuai dengan kualitas yang ditawarkan, sehingga berdampak terhadap keputusan pembelian.

Harga merupakan faktor utama dalam motivasi konsumen untuk membeli suatu produk untuk mendapatkan keuntungannya. Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Amstrong (2009: 345) harga adalah biaya dari suatu produk atau jasa atau nilai yang diberikan pelanggan sebagai imbalan atas manfaat memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Harga yang ditawarkan *Moringa Factory* ini sudah terjangkau dan sesuai dengan pendapatan konsumen di Banjarbaru. Sejalan dengan hasil penelitian Nurul Septia Heryubani (2018) bahwa harga mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian. Apabila harga yang ditawarkan tidak sebanding dengan kualitas maka keputusan pembelian tidak akan terjadi. Penetapan harga sangat memperhatikan keadilan dalam Islam karena sejak awal telah ditekankan bahwa keadilan bagi manusia sangat penting dalam segala aspek kehidupan. Akibatnya, penetapan harga sangat wajar jika diperhitungkan dalam kegiatan pasar. Nabi memandang riba sebagai sesuatu yang ditakuti karena dapat merugikan salah satu pihak dan tidak mempertimbangkan nasabah dalam

menetapkan harga.

2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Hasil dari analisis data menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) menunjukkan nilai signifikan sebesar $0,044 < 0,05$. Nilai t hitung sebesar $2,041 > 1,98472$ t tabel. Maka hipotesis H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Moringa Factory* di Banjarbaru.

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. Kinerja suatu produk atau jasa secara langsung dipengaruhi oleh kualitas. Oleh karena itu, nilai dan kepuasan pelanggan terkait erat dengan kualitas. Islam berpesan agar kita memperhatikan keberadaan dan kualitas produk. Selain itu, Muamalah Islam sangat menjunjung tinggi kualitas produk. Untuk memudahkan pembeli mengambil keputusan, barang yang dijual harus terang dan jelas kualitasnya. (Fauziah, 2014:201)

Harga, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian menurut Ekonomi Islam bahwa pengaruh harga dan kualitas produk

terhadap keputusan pembelian merupakan transaksi jual beli barang atau jasa yang merupakan pengaruh untuk menghasilkan terjadinya suatu keputusan pembelian oleh konsumen. Transaksi yang dibenarkan oleh syariat islam bisa dilihat dari dasar transaksi jual beli dengan dasar kerelaan antara kedua belah pihak tanpa suatu paksaan yaitu ridha sama ridha dan suka sama suka karena jual beli dilakukan secara paksa dilarang walaupun ada bayarannya atau penggantian. Sebagaimana Allah SWT. Telah berfirman pada Al Qur'an surah An-Nisa: 4/29 yaitu :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ
كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.

Ayat sebelumnya memberikan penjelasan umum tentang hukum transaksi, dengan fokus pada transaksi pedagang dan bisnis jual beli. Menurut ayat di atas, orang beriman dilarang makan, menggunakan, atau menggunakan harta orang lain dengan cara yang penuh nafsu, yaitu dalam transaksi yang tidak dibenarkan oleh syariat.

Pada titik ini dalam proses pengambilan keputusan, konsumen

benar-benar melakukan pembelian. Pengambilan keputusan individu adalah proses yang secara langsung melibatkan memperoleh dan menggunakan barang atau jasa yang ditawarkan. Proses dimana konsumen membuat keputusan alami untuk membeli suatu produk dikenal sebagai proses keputusan pembelian.