

BAB IV

LAPORAN PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini sebanyak 80 orang konsumen atau pembeli produk kain Sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin. Berdasarkan hasil pembagian kuesioner maka diperoleh karakteristik responden sebagai berikut.

a. Usia Responden

Berdasarkan hasil pembagian kuesioner, komposisi usia responden yang merupakan pembeli produk kain Sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4. 1.
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	21 – 25	10	12,50
2.	26 – 30	15	18,75
3.	31 – 35	28	35,00
4.	36 – 40	8	10,00
5.	41 – 45	10	12,50
6.	46 – 50	4	5,00
7.	51 – 56	5	6,25
Jumlah		80	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023

Berdasarkan tabel 4.1 diketahui bahwa sebagian besar pembeli produk kain Sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah berusia antara 31 - 35 tahun (35%). Namun jika dilihat dari sebaran usia pembeli, maka bisa disimpulkan bahwa

umumnya produk kain Sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin adalah orang-orang yang sudah masuk kategori dewasa yang sudah mampu membuat keputusan sendiri.

b. Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan hasil pembagian kuesioner, jenis kelamin pembeli produk kain Sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin yang terpilih menjadi responden diuraikan sebagai berikut:

Tabel 4. 2.
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	Perempuan	52	65,00
2.	Laki-laki	28	35,00
Jumlah		80	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023

Berdasarkan tabel 4.2 di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar pembeli produk kain Sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin adalah perempuan (65%).

c. Pekerjaan

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

Tabel 4. 3.
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	PNS	22	27,50
2.	Karyawan Swasta	15	18,75
3.	Karyawan BUMN/BUMD	12	15,00
4.	TNI / Polri	10	12,50
5.	Mahasiswa / Pelajar	5	6,25
6.	Lain-Lain	16	20,00
Jumlah		80	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan pada tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden bekerja sebagai PNS yaitu 27,5%. Hal ini berarti bahwa sebagian besar pembeli produk kain Sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin adalah berstatus sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS) yang memiliki penghasilan tetap.

d. Pendidikan Terakhir

Berikut ini pendidikan terakhir pembeli produk kain Sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin:

Tabel 4. 4.
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Pendidikan Terakhir	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1.	SD	5	6,25
2.	SMP	9	11,25
3.	SMA	15	18,75
4.	Diploma	16	20,00
5.	S1	26	32,50
6.	S2	9	11,25
7.	S3	0	0,0
Jumlah		80	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan pada tabel 4.4 di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat pendidikan S1 yaitu, 32,5%. Hal ini

berarti bahwa sebagian besar pembeli produk kain Sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin adalah orang-orang yang memiliki latar belakang pendidikan sebagai sarjana S1 dan tergolong berpendidikan tinggi.

B. Analisis Data

1. Hasil Uji Instrumen Penelitian

a. Hasil Uji Validitas

Uji validitas instrumen dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan korelasi *product moment* yang operasionalnya menggunakan bantuan aplikasi *SPSS for windows* versi 26. Item pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan valid apabila memiliki nilai r hitung lebih besar dibandingkan dengan r tabel. Adapun r tabel yang ditentukan dalam uji validitas penelitian ini adalah sebesar 0,219. Adapun hasil uji validitas instrumen penelitian dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 5
Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

No.	Variabel	No. Item	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	Promosi (X1)	x1.1	0,335	0,219	Valid
2.		x1.2	0,412	0,219	Valid
3.		x1.3	0,682	0,219	Valid
4.		x1.4	0,545	0,219	Valid
5.		x1.5	0,463	0,219	Valid
6.		x1.6	0,498	0,219	Valid
7.		x1.7	0,520	0,219	Valid
8.		x1.8	0,555	0,219	Valid
9.	Duta Merek (X2)	x2.1	0,828	0,219	Valid
10.		x2.2	0,426	0,219	Valid
11.		x2.3	0,528	0,219	Valid
12.		x2.4	0,818	0,219	Valid
13.		x2.5	0,844	0,219	Valid
14.		x2.6	0,303	0,219	Valid
15.		x3.1	0,645	0,219	Valid

No.	Variabel	No. Item	r hitung	r tabel	Keterangan
16.	Kualitas Produk (X3)	x3.2	0,715	0,219	Valid
17.		x3.3	0,615	0,219	Valid
18.		x3.4	0,532	0,219	Valid
19.		x3.5	0,649	0,219	Valid
20.		x3.6	0,766	0,219	Valid
21.		x3.7	0,615	0,219	Valid
22.		x3.8	0,532	0,219	Valid
23.		x3.9	0,649	0,219	Valid
24.		x3.10	0,766	0,219	Valid
25.		x3.11	0,320	0,219	Valid
26.		x3.12	0,454	0,219	Valid
27.		x3.13	0,497	0,219	Valid
28.		x3.14	0,320	0,219	Valid
29.		x3.15	0,433	0,219	Valid
30.		x3.16	0,715	0,219	Valid
31.		x3.17	0,615	0,219	Valid
32.		x3.18	0,532	0,219	Valid
33.		x3.19	0,649	0,219	Valid
34.		x3.20	0,766	0,219	Valid
35.		x3.21	0,341	0,219	Valid
36.		Keputusan Pembelian (Y)	y.1	0,503	0,219
37.	y.2		0,571	0,219	Valid
38.	y.3		0,429	0,219	Valid
39.	y.4		0,428	0,219	Valid
40.	y.5		0,436	0,219	Valid
41.	y.6		0,840	0,219	Valid
42.	y.7		0,774	0,219	Valid
43.	y.8		0,405	0,219	Valid
44.	y.9		0,431	0,219	Valid
45.	y.10		0,538	0,219	Valid

Sumber: Hasil Output SPSS, 2023

Berdasarkan pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan yang ada pada kuesioner memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar daripada nilai r_{tabel} . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan valid.

b. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas item terhadap variabel penelitian dilakukan untuk mengetahui kemampuan instrument atau tes untuk menghasilkan skor

yang mendekati sama dari setiap individu dan kapan saja apabila dilakukan pengujian ulang. Reliabilitas berarti ketepatan atau dapat dipercaya. Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan program SPSS menggunakan menu analisis *Scale*. Butir pertanyaan yang ada pada instrumen angket diuji reliabilitasnya agar mendapatkan skala pengukuran instrumen yang baik. Untuk pengujian biasanya menggunakan batasan tertentu seperti reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada *output statistic*, apabila nilai *cronbach alpha* di atas 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa alat ukur tersebut reliabel (Priyatno D. , 2017, hal. 98). Berikut ini merupakan hasil uji reliabilitas instrumen penelitian:

Tabel 4. 6
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

No.	Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
1.	Promosi (X1)	0,921	Reliabel
2.	Duta Merek (X2)	0,842	Reliabel
3.	Kualitas Produk (X3)	0,906	Reliabel
4.	Keputusan Pembelian (Y)	0,825	Reliabel

Sumber: Hasil Output SPSS, 2023.

Berdasarkan pada tabel 4.6 dapat dilihat bahwa seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* di atas 0,6 dimana untuk variabel promosi (X1) memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,921, variabel duta merek (X2) memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,842, variabel kualitas produk (X3) memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,906 dan variabel keputusan pembelian (Y) memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,825. Dengan demikian dapat disimpulkan, bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel dan dapat digunakan untuk mengukur

promosi, daya merek dan kualitas produk serta keputusan pembelian produk kain Sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin.

2. Deskriptif Statistik Variabel Penelitian

a. Deskriptif Statistik Variabel Promosi

Promosi adalah sebuah interaksi dari pelaku usaha kepada konsumen atau pembeli dalam wujud informasi. Informasi yang disuguhkan dimaksudkan agar lebih memperkenalkan calon pembeli beserta produk yang dihadirkan serta untuk mengubah respon dan tindakan konsumen atas produk. Adapun indikator yang digunakan untuk mengukur variabel promosi adalah periklanan, promosi penjualan dan promosi (Gitosudarmo, 2018, hlm. 242-245). Untuk lebih jelasnya mengenai deskripsi variabel promosi dapat dilihat pada uraian berikut:

- 1) Distribusi frekuensi indikator “Iklan melalui media cetak”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 7
Jawaban responden terhadap pernyataan “Iklan melalui media cetak”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	28	35,0
2.	Setuju	48	60,0
3.	Cukup Setuju	4	5,0
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.7 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 35%, setuju sebesar 60%, cukup setuju sebesar 5%, untuk jawaban tidak

setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 2) Distribusi frekuensi indikator “Iklan melalui media *online*”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 8
Jawaban responden terhadap pernyataan “Iklan melalui media online”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	28	35,0
2.	Setuju	38	47,5
3.	Cukup Setuju	14	17,5
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.8 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 35%, setuju sebesar 47,5%, cukup setuju sebesar 17,5%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 3) Distribusi frekuensi indikator “Tertarik membeli karena ada potongan harga”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 9
Jawaban responden terhadap pernyataan “Tertarik membeli karena ada potongan harga”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	34	42,5
2.	Setuju	34	42,5
3.	Cukup Setuju	12	15,0
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4. diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 42,5%, setuju sebesar 42,5%, cukup setuju sebesar 15%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 4) Distribusi frekuensi indikator “Kekurangan produk diungkapkan secara jujur”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 10
Jawaban responden terhadap pernyataan “Kekurangan produk diungkapkan secara jujur”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	26	32,5
2.	Setuju	51	63,8
3.	Cukup Setuju	3	3,8
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.10 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 32,5%,

setuju sebesar 63,8%, cukup setuju sebesar 3,8%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 5) Distribusi frekuensi indikator “Tertarik membeli karena *free gift*”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 11
Jawaban responden terhadap pernyataan “Tertarik membeli karena free gift”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	24	30,0
2.	Setuju	46	57,5
3.	Cukup Setuju	10	12,5
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4. diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 30%, setuju sebesar 57,5%, cukup setuju sebesar 12,5%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 6) Distribusi frekuensi indikator “Tertarik membeli setelah melihat berita di Media Online”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 12
Jawaban responden terhadap pernyataan “Tertarik membeli setelah melihat berita di Media Online”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	18	22,5
2.	Setuju	24	30,0
3.	Cukup Setuju	38	47,5
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.12 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 22,5%, setuju sebesar 30%, cukup setuju sebesar 47,5%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 7) Distribusi frekuensi indikator “Tertarik membeli setelah melihat berita di media cetak”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 13
Jawaban responden terhadap pernyataan “Tertarik membeli setelah melihat berita di media cetak”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	26	32,5
2.	Setuju	52	65,0
3.	Cukup Setuju	2	2,5
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.13 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 32,5%,

setuju sebesar 65%, cukup setuju sebesar 2,5%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 8) Distribusi frekuensi indikator “Tertarik membeli setelah melihat contoh produk di pameran”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 14
Jawaban responden terhadap pernyataan “Tertarik membeli setelah melihat contoh produk di pameran”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	25	31,3
2.	Setuju	45	56,3
3.	Cukup Setuju	10	12,5
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.14 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 31,3%, setuju sebesar 56,3%, cukup setuju sebesar 12,5%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

b. Deskriptif Statistik Variabel Duta Merek

Duta Merek adalah pendukung iklan atau juga yang dikenal sebagai bintang iklan yang mendukung produk yang diiklankan (Probosini & Hidayat, 2021, hlm. 448). Duta Merek yang dimaksud dalam penelitian ini adalah selebriti lokal Banjarmasin yang sering tampil untuk memperkenalkan produk Kantan Sasirangan diukur melalui indikator:

daya tarik, kepercayaan, dan keahlian. Untuk lebih jelasnya mengenai deskripsi variabel duta merek dapat dilihat pada uraian berikut:

- 1) Distribusi frekuensi indikator “Selebriti memiliki daya Tarik sebagai Duta Merek”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 15
Jawaban responden terhadap pernyataan “Selebriti memiliki daya Tarik sebagai Duta Merek”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	27	33,8
2.	Setuju	34	42,5
3.	Cukup Setuju	19	23,8
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.15 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 33,8%, setuju sebesar 42,5%, cukup setuju sebesar 23,8%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 2) Distribusi frekuensi indikator “Selebriti yang digunakan memiliki kelebihan sebagai Duta Merek”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 16
Jawaban responden terhadap pernyataan “Selebriti yang digunakan memiliki kelebihan sebagai Duta Merek”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	24	30,0
2.	Setuju	43	53,8
3.	Cukup Setuju	13	16,3
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.16 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 30%, setuju sebesar 53,8%, cukup setuju sebesar 16,3%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 3) Distribusi frekuensi indikator “Selebriti memiliki charisma pada iklan Kantan Sasirangan”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 17
Jawaban responden terhadap pernyataan “Selebriti memiliki charisma pada iklan Kantan Sasirangan”

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

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.17 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 32,5%,

setuju sebesar 50%, cukup setuju sebesar 17,5%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 4) Distribusi frekuensi indikator “Selebriti dapat diandalkan sebagai Duta Merek”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 18
Jawaban responden terhadap pernyataan “Selebriti dapat diandalkan sebagai Duta Merek”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	25	31,3
2.	Setuju	34	42,5
3.	Cukup Setuju	20	25,0
4.	Tidak Setuju	1	1,3
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4. diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 31,3%, setuju sebesar 42,5%, cukup setuju sebesar 31,3%, untuk jawaban tidak setuju hanya 1,3% dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 5) Distribusi frekuensi indikator “Tampilan foto selebriti sangat menarik dan bagus”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 19
Jawaban responden terhadap pernyataan “Tampilan foto selebriti sangat menarik dan bagus”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	27	33,8
2.	Setuju	34	42,5
3.	Cukup Setuju	19	23,8
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.19 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 33,8%, setuju sebesar 42,5%, cukup setuju sebesar 23,8%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 6) Distribusi frekuensi indikator “Popularitas seleb yang menjadi Duta Merek”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 20
Jawaban responden terhadap pernyataan “Popularitas seleb yang menjadi Duta Merek”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	33	41,3
2.	Setuju	38	47,5
3.	Cukup Setuju	9	11,3
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.20 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 41,3%,

setuju sebesar 47,5%, cukup setuju sebesar 11,3%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

c. Deskriptif Statistik Variabel Kualitas Produk

Kualitas produk adalah kemampuan untuk menjalankan tugasnya yang mencakup daya tahan, kehandalan, kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan dan reparasi produk dan ciri-cirinya. Kualitas produk dalam penelitian ini diukur melalui indikator: kinerja, fitur produk, keandalan, penampilan, daya tahan, estetika, dan persepsi. Untuk lebih jelasnya mengenai deskripsi variabel kualitas produk dapat dilihat pada uraian berikut:

- 1) Distribusi frekuensi indikator “Kualitas produk sesuai dengan harapan”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 21
Jawaban responden terhadap pernyataan “Kualitas produk sesuai dengan harapan”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	26	32,5
2.	Setuju	48	60,0
3.	Cukup Setuju	6	7,5
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.21 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 32,5%, setuju sebesar 60%, cukup setuju sebesar 7,5%, untuk jawaban

tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 2) Distribusi frekuensi indikator “Konsumen bisa memilih produk sesuai dengan fungsi yang diharapkan”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 22
Jawaban responden terhadap pernyataan “Konsumen bisa memilih produk sesuai dengan fungsi yang diharapkan”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	24	30,0
2.	Setuju	46	57,5
3.	Cukup Setuju	9	11,3
4.	Tidak Setuju	1	1,3
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.22 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 30%, setuju sebesar 57,5%, cukup setuju sebesar 11,3%, untuk jawaban tidak setuju sebanyak 1,3% dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 3) Distribusi frekuensi indikator “Pola kain bisa dibentuk menjadi beragam jenis busana”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 23
Jawaban responden terhadap pernyataan “Pola kain bisa dibentuk menjadi beragam jenis busana”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	23	28,8
2.	Setuju	51	63,8
3.	Cukup Setuju	5	6,3
4.	Tidak Setuju	1	1,3
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.23 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 28,8%, setuju sebesar 63,8%, cukup setuju sebesar 6,3%, untuk jawaban tidak setuju sebesar 1,3% dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 4) Distribusi frekuensi indikator “Desain produk yang istimewa”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 24
Jawaban responden terhadap pernyataan “Desain produk yang istimewa”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	36	45,0
2.	Setuju	34	42,5
3.	Cukup Setuju	10	12,5
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.24 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 45%, setuju sebesar 42,5%, cukup setuju sebesar 12,5%, untuk jawaban tidak

setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 5) Distribusi frekuensi indikator “kualitas bahan dasar yang baik”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 25
Jawaban responden terhadap pernyataan “kualitas bahan dasar yang baik”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	26	32,5
2.	Setuju	50	62,5
3.	Cukup Setuju	4	5,0
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4. diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 32,5%, setuju sebesar 62,5%, cukup setuju sebesar 5%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 6) Distribusi frekuensi indikator “Desain yang memberikan kenyamanan”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 26
Jawaban responden terhadap pernyataan “Desain yang memberikan kenyamanan”

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

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.26 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 32,5%, setuju sebesar 58,8%, cukup setuju sebesar 8,8%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 7) Distribusi frekuensi indikator “Produk tidak panas”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 27
Jawaban responden terhadap pernyataan “Produk tidak panas”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	23	28,8
2.	Setuju	51	63,8
3.	Cukup Setuju	5	6,3
4.	Tidak Setuju	1	1,3
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.27 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 28,8%, setuju sebesar 63,8%, cukup setuju sebesar 6,3%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

tidak setuju hanya 1,3% dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 8) Distribusi frekuensi indikator “kenyamanan saat dipakai”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 28
Jawaban responden terhadap pernyataan “kenyamanan saat dipakai”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	36	45,0
2.	Setuju	34	42,5
3.	Cukup Setuju	10	12,5
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.28 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 45%, setuju sebesar 42,5%, cukup setuju sebesar 12,5%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 9) Distribusi frekuensi indikator “kelembutan bahan”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 29
Jawaban responden terhadap pernyataan “kelembutan bahan”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	26	32,5
2.	Setuju	50	62,5
3.	Cukup Setuju	4	5,0
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.29 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 32,5%, setuju sebesar 62,5%, cukup setuju sebesar 5%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 10) Distribusi frekuensi indikator “Terdapat produk dengan beragam fungsi”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 30
Jawaban responden terhadap pernyataan “Terdapat produk dengan beragam fungsi”

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

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4. diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 32,5%,

setuju sebesar 58,8%, cukup setuju sebesar 8,8%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

11) Distribusi frekuensi indikator “Produk memiliki variasi ukuran”.

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

Tabel 4. 31
Jawaban responden terhadap pernyataan “Produk memiliki variasi ukuran”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	35	43,8
2.	Setuju	39	48,8
3.	Cukup Setuju	6	7,5
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4. diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 43,8%, setuju sebesar 48,8%, cukup setuju sebesar 7,5%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

12) Distribusi frekuensi indikator “terdapat produk dengan beragam pola”.

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

Tabel 4. 32
Jawaban responden terhadap pernyataan “terdapat produk dengan beragam pola”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	25	31,3
2.	Setuju	39	48,8
3.	Cukup Setuju	16	20,0
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.32 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 31,3%, setuju sebesar 48,8%, cukup setuju sebesar 20%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 13) Distribusi frekuensi indikator “Produk sasirangan tidak mudah luntur”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 33
Jawaban responden terhadap pernyataan “Produk sasirangan tidak mudah luntur”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	33	41,3
2.	Setuju	34	42,5
3.	Cukup Setuju	13	16,3
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.33 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 41,3%,

setuju sebesar 42,5%, cukup setuju sebesar 16,3%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 14) Distribusi frekuensi indikator “Produk tidak mudah rusak”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 34
Jawaban responden terhadap pernyataan “Produk tidak mudah rusak”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	35	43,8
2.	Setuju	39	48,8
3.	Cukup Setuju	6	7,5
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.34 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 43,8%, setuju sebesar 48,8%, cukup setuju sebesar 7,5%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 15) Distribusi frekuensi indikator “Produk tahan lama”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 35
Jawaban responden terhadap pernyataan “Produk tahan lama”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	39	48,8
2.	Setuju	34	42,5
3.	Cukup Setuju	7	8,8
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.35 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 48,8%, setuju sebesar 42,5%, cukup setuju sebesar 8,8%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 16) Distribusi frekuensi indikator “Pola Sasirangan yang unik”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 36
Jawaban responden terhadap pernyataan “Pola Sasirangan yang unik”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	24	30,0
2.	Setuju	46	57,5
3.	Cukup Setuju	9	11,3
4.	Tidak Setuju	1	1,3
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.36 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 30%, setuju sebesar 57,5%, cukup setuju sebesar 11,3%, untuk jawaban tidak

setuju hanya 1,3% dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 17) Distribusi frekuensi indikator “Kombinasi warna yang harmonis”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 37
Jawaban responden terhadap pernyataan “Kombinasi warna yang harmonis”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	23	28,8
2.	Setuju	51	63,8
3.	Cukup Setuju	5	6,3
4.	Tidak Setuju	1	1,3
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.37 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 28,8%, setuju sebesar 63,8%, cukup setuju sebesar 6,3%, untuk jawaban tidak setuju 1,3% dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 18) Distribusi frekuensi indikator “Produknya cocok dipakai diberbagai acara”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 38
Jawaban responden terhadap pernyataan “Produknya cocok dipakai diberbagai acara”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	36	45,0
2.	Setuju	34	42,5
3.	Cukup Setuju	10	12,5
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.38 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 45%, setuju sebesar 42,5%, cukup setuju sebesar 12,5%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 19) Distribusi frekuensi indikator “Jaminan keaslian produk”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 39
Jawaban responden terhadap pernyataan “Jaminan keaslian produk”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	26	32,5
2.	Setuju	50	62,5
3.	Cukup Setuju	4	5,0
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.39 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 32,5%, setuju sebesar 62,5%, cukup setuju sebesar 5%, untuk jawaban

tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 20) Jaminan kehalalan produk Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 40
Jawaban responden terhadap pernyataan “Jaminan kehalalan produk”

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

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.40 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 32,5%, setuju sebesar 58,8%, cukup setuju sebesar 8,8%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 21) Distribusi frekuensi indikator “Jaminan ketahanan produk”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 41
Jawaban responden terhadap pernyataan “Jaminan ketahanan produk”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	30	37,5
2.	Setuju	39	48,8
3.	Cukup Setuju	11	13,8
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.41 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 37,5%, setuju sebesar 48,8%, cukup setuju sebesar 13,8%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

d. Deskriptif Statistik Variabel Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian konsumen adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk (Kotler et al., 2019). Keputusan Pembelian dalam penelitian ini diukur menggunakan indikator pengenalan masalah di mana masalah akan kebutuhan yang harus dipenuhi, pencarian informasi terhadap produk, evaluasi berbagai pilihan produk, mengambil keputusan dan yang terakhir perilaku setelah melakukan pengambilan keputusan.. Untuk lebih jelasnya mengenai deskripsi variabel keputusan pembelian konsumen dapat dilihat pada uraian berikut:

- 1) Distribusi frekuensi indikator “Saya tertarik membeli produk sasirangan di Kantan Sasirangan karena terjamin keasliannya”.

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

Tabel 4. 42
Jawaban responden terhadap pernyataan “Saya tertarik membeli produk sasirangan di Kantan Sasirangan karena terjamin keasliannya”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	28	35,0
2.	Setuju	48	60,0
3.	Cukup Setuju	4	5,0
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.,

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.42 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 35%, setuju sebesar 60%, cukup setuju sebesar 5%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 2) Distribusi frekuensi indikator “Saya memilih Produk Kantan Sasirangan karena sesuai dengan kebutuhan saya”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 43
Jawaban responden terhadap pernyataan “Saya memilih Produk Kantan Sasirangan karena sesuai dengan kebutuhan saya”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	28	35,0
2.	Setuju	38	47,5
3.	Cukup Setuju	14	17,5
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.43 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 35%, setuju sebesar 47,5%, cukup setuju sebesar 17,5%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 3) Distribusi frekuensi indikator “Saya memutuskan membeli produk Kantan Sasirangan setelah melihat iklan di Media Sosial”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 44
Jawaban responden terhadap pernyataan “Saya memutuskan membeli produk Kantan Sasirangan setelah melihat iklan di Media Sosial”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	34	42,5
2.	Setuju	34	42,5
3.	Cukup Setuju	12	15,0
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.44 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 42,5%, setuju sebesar 42,5%, cukup setuju sebesar 15%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 4) Distribusi frekuensi indikator “Saya mendapatkan informasi mengenai Kantan Sasirangan dari teman yang sudah pernah

membeli produk Kantan Sasirangan”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 45
Jawaban responden terhadap pernyataan “Saya mendapatkan informasi mengenai Kantan Sasirangan dari teman yang sudah pernah membeli produk Kantan Sasirangan”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	25	31,3
2.	Setuju	34	42,5
3.	Cukup Setuju	20	25,0
4.	Tidak Setuju	1	1,3
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.45 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 31,3%, setuju sebesar 42,5%, cukup setuju sebesar 25%, untuk jawaban tidak setuju sebanyak 1,3% dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 5) Distribusi frekuensi indikator “Membeli produk sasirangan di Kantan Sasirangan karena menyukai motifnya”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 46
Jawaban responden terhadap pernyataan “Membeli produk sasirangan di Kantan Sasirangan karena menyukai motifnya”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	27	33,8
2.	Setuju	34	42,5
3.	Cukup Setuju	19	23,8
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.46 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 33,8%, setuju sebesar 42,5 %, cukup setuju sebesar 23,8%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 6) Distribusi frekuensi indikator “Berlangganan dengan Kantan Sasirangan karena sesuai kemampuan”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 47
Jawaban responden terhadap pernyataan “Berlangganan dengan Kantan Sasirangan karena sesuai kemampuan”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	33	41,3
2.	Setuju	38	47,5
3.	Cukup Setuju	9	11,3
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.47 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 41,3%,

setuju sebesar 47,5%, cukup setuju sebesar 11,3%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 7) Distribusi frekuensi indikator “Saya membeli produk Kantan Sasirangan karena sesuai dengan keinginan saya”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 48
Jawaban responden terhadap pernyataan “Saya membeli produk Kantan Sasirangan karena sesuai dengan keinginan saya”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	23	28,8
2.	Setuju	51	63,8
3.	Cukup Setuju	5	6,3
4.	Tidak Setuju	1	1,3
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.48 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 28,8%, setuju sebesar 63,8%, cukup setuju sebesar 6,3%, untuk jawaban tidak setuju sebesar 1,3% dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 8) Distribusi frekuensi indikator “Saya membeli produk Kantan Sasirangan karena corak sasirangannya yang unik”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 49
Jawaban responden terhadap pernyataan “Saya membeli produk Kantan Sasirangan karena corak sasirangannya yang unik”

No.	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentasi (%)
1.	Sangat Setuju	36	45,0
2.	Setuju	34	42,5
3.	Cukup Setuju	10	12,5
4.	Tidak Setuju	0	0
5.	Sangat Tidak Setuju	0	0
Total		80	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.49 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 45%, setuju sebesar 42,5%, cukup setuju sebesar 12,5%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan mendapatkan respon.

- 9) Distribusi frekuensi indikator “Saya merekomendasikan kepada teman saya untuk membeli produk Kantan Sasirangan”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 50
Jawaban responden terhadap pernyataan “Saya merekomendasikan kepada teman saya untuk membeli produk Kantan Sasirangan”

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

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.50 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 32,5%, setuju sebesar 62,5%, cukup setuju sebesar 5%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

- 10) Distribusi frekuensi indikator “Saya selalu mengutamakan Kantan Sasirangan apabila ingin membeli produk sasirangan”. Data yang diperoleh dapat dilihat berdasarkan hasil jawaban responden pada indikator ini, disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 51
Jawaban responden terhadap pernyataan “Saya selalu mengutamakan Kantan Sasirangan apabila ingin membeli produk sasirangan”

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

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2023.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.51 diketahui bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 32,5%, setuju sebesar 58,8%, cukup setuju sebesar 8,8%, untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik terhadap model regresi yang digunakan, dilakukan agar dapat diketahui apakah model regresi tersebut merupakan model regresi

yang baik atau tidak (Santoso, 2014, hlm. 358). Dalam penelitian ini uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolinieritas dan uji Autokorelasi.

a. Uji Normalitas Data

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

Tabel 4. 52
Hasil Uji Normalitas

No.	Variabel	<i>Asymp. Sig (2 tailed)</i>	Keterangan
1.	Promosi (X1)	0,198	Normal
2.	Duta Merek (X2)	0,230	Normal
3.	Kualitas Produk (X3)	0,228	Normal
4.	Keputusan Pembelian (Y)	0,170	Normal

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi (Asymp Sig 2-Tailed) untuk variabel promosi (X1) sebesar 0,198. Ini artinya nilai *sig* lebih dari 0,05 maka dapat dapat simpulkan data berdistribusi normal. Nilai signifikansi (Asymp Sig 2-Tailed) untuk variabel duta merek (X2) sebesar 0,230. Ini artinya nilai *sig* lebih dari 0,05 maka dapat dapat simpulkan data berdistribusi normal. Nilai signifikansi

(Asymp Sig 2-Tailed) untuk variabel Kualitas Produk (X3) sebesar 0,228. Ini artinya nilai sig lebih dari 0,05 maka dapat dapat simpulkan data berdistribusi normal. Nilai signifikansi (Asymp Sig 2-Tailed) untuk variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 0,170. Ini artinya nilai sig lebih dari 0,05 maka dapat dapat simpulkan data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

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

Tabel 4. 53
Hasil Pengujian Multikolinieritas

Variabel	Nilai <i>VIF</i>	Keterangan
Promosi (X1)	1.269	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Duta Merek (X2)	1,022	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Kualitas Produk (X3)	1,292	Tidak Terjadi Multikolinieritas

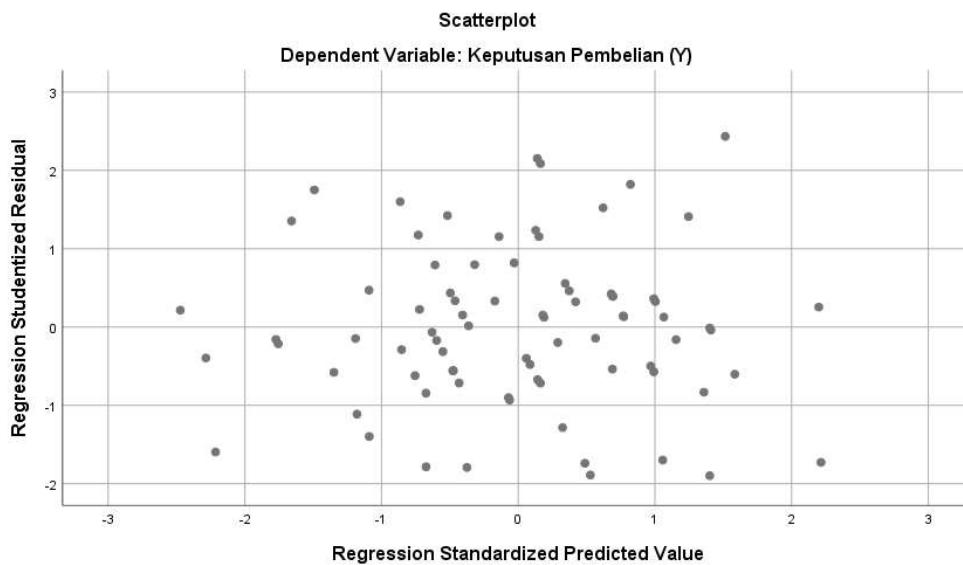
Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Pada tabel 4.42, untuk mengetahui hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada *Variance Inflation Factor* (*VIF*) yaitu promosi (X1) memiliki nilai VIP sebesar 1,269 dan Variabel duta merek (X2) memiliki nilai VIF sebesar 1,022 dan Variabel kualitas produk (X3) memiliki nilai VIF sebesar 1,292. Menurut Ghozali apabila nilai VIF < 10 maka dapat

disimpulkan bahwa tidak terjadi atau tidak terdapat multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi (Ghozali, 2017, hlm. 92).

c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dimaksudkan untuk mengetahui kesamaan masing-masing variabel promosi (X1) dan duta merek (X2) dan kualitas produk (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada produk Sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin. Pengujian homogenitas terhadap variabel penelitian digunakan uji heteroskedastisitas. Deteksi terhadap masalah heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat grafik sebaran nilai residual. Uji heteroskedastisitas menggunakan metode grafik plot *Regression Standardized Predicted Value* dengan *Regression Studentized Residual*. Hasil pengujian dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:



Gambar 4. 1
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Output Statistik 27, 2023

Berdasarkan grafik *scatterplot* di atas tampak bahwa sebaran data tidak membentuk pola yang jelas, titik-titik data menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas, dengan kata lain pada model regresi terjadi kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dengan demikian dapat disimpulkan model regresi ini telah memenuhi asumsi heteroskedastisitas, hal ini menunjukkan bahwa variasi data homogen.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Pengaruh variabel bebas yaitu promosi (X1), duta merek (X2) dan kualitas produk (X3) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) pada produk kain Sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin dapat diketahui dengan melakukan pengujian menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan SPSS versi 27. Adapun hasil uji regresi linier berganda mengenai pengaruh promosi (X1), duta merek (X2) dan kualitas produk (X3) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) pada produk kain Sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 54
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	R	R Square	F	Sig.
		B	Std. Error	Beta						
1	(Constant)	-4.363	1.884		-2.316	.023	0,954	0,910	255,402	0,000
	Promosi (X1)	.150	.052	.113	2.916	.005				
	Duta Merek (X2)	.574	.038	.520	14.922	.000				
	Kualitas Produk (X3)	.305	.018	.668	17.059	.000				

Sumber: Hasil Output SPSS, 2023.

Berdasarkan pada Tabel 4.43 di atas dapat diketahui bahwa keputusan pembelian konsumen pada produk kain Sasirangan di Kantan Sasirangan

Banjarmasin dipegaruhi oleh promosi, duta merek dan kualitas produk. Masing-masing variabel bebas yang terdiri dari promosi, duta merek dan kualitas produk tersebut memberikan pengaruh yang bervariasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kain Sasirangan di Kanton Sasirangan Banjarmasin.

Berdasarkan tabel di atas, dapat diperoleh persamaan analisis regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 4,363 + 0,150 X_1 + 0,574 X_2 + 0,305 X_3$$

Angka 4,363 pada persamaan regresi berganda di atas berarti bahwa tanpa adanya promosi, duta merek dan kualitas produk, maka keputusan pembelian konsumen pada produk kain Sasirangan di Kanton Sasirangan Banjarmasin adalah hanya sebesar 4,363.

Koefisien regresi variabel promosi positif, berarti ada hubungan searah antara promosi dengan keputusan pembelian konsumen pada produk kain Sasirangan di Kanton Sasirangan Banjarmasin. Artinya apabila promosi meningkat, maka keputusan pembelian konsumen pada produk kain Sasirangan di Kanton Sasirangan Banjarmasin juga akan mengalami peningkatan.

Koefisien regresi variabel duta merek bernilai positif, berarti ada hubungan searah antara kepercayaan dengan keputusan pembelian konsumen pada produk kain Sasirangan di Kanton Sasirangan Banjarmasin. Artinya apabila duta merek meningkat, maka keputusan pembelian konsumen pada produk kain Sasirangan di Kanton Sasirangan Banjarmasin juga akan mengalami peningkatan.

Koefisien regresi variabel kualitas peoduk bernilai positif, berarti ada hubungan searah antara kualitas produk dengan keputusan pembelian konsumen pada produk kain Sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin. Artinya apabila kualitas peroduk meningkat, maka keputusan pembelian konsumen pada produk kain Sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin juga akan mengalami peningkatan.

Sedangkan untuk pengaruh variabel promosi, duta merek dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kain Sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin dapat dilihat pada tabel 4.54 di atas. Berdasarkan pada tabel 4.54 di atas khususnya pada kolom *R Square* dapat diketahui bahwa variabel bebas yang terdiri dari promosi, duta merek dan kualitas produk secara bersama-sama memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kain Sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin yaitu sebesar 91% dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa promosi, duta merek dan kualitas produk memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kain Sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin.

5. Uji Hipotesis

a. Uji Hipotesis Pertama (Uji t)

Uji Hipotesis Pertama dilakukan dengan Uji t. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh promosi, duta merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kain Sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin yaitu dengan

membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan signifikansi 95% ($\alpha=0,05$), jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan sebaliknya jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 55
Hasil Uji t

No.	Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig
1.	Promosi (X1)	2,916	1,664	0,005
2.	Duta Merek (X2)	14,922	1,664	0,000
3.	Kualitas Produk (X3)	17,059	1,664	0,000

Sumber: Hasil Output SPSS, 2023.

Pada tabel 4.55 menunjukkan nilai signifikansi t untuk masing-masing variabel independen yang dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Variabel Promosi (X1), nilai t_{hitung} sebesar 2,916 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,664 dengan signifikansi sebesar 0,005. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,916 > 1,664$) atau $\text{sig } t < 5\%$ ($0,001 < 0,05$), artinya terdapat pengaruh variabel Promosi (X1) terhadap keputusan pembelian konsumen (Y) pada produk kain sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin. Dengan demikian, maka hipotesis penelitian yaitu H_1 yang berbunyi:

H_1 : Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada produk Sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin. **(Diterima)**

- 2) Variabel Duta Merek (X2), nilai t_{hitung} sebesar 14,922 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,664 dengan signifikansi sebesar 0,000. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($14,922 > 1,664$) atau $\text{sig } t < 5\%$ ($0,000 < 0,05$), artinya terdapat pengaruh variabel duta merek (X2) terhadap Keputusan pembelian konsumen (Y) pada produk kain sasirangan

di Kantan Sasirangan Banjarmasin. Dengan demikian, maka hipotesis penelitian yaitu H2 yang berbunyi:

H2 : Duta Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada produk Sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin. **(Diterima)**

- 3) Variabel Kualitas Produk (X3), nilai t_{hitung} sebesar 17,059 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,664 dengan signifikansi sebesar 0,000. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($17,059 > 1,664$) atau $sig\ t < 5\%$ ($0,000 < 0,05$), artinya terdapat pengaruh variabel Kualitas Produk (X3) terhadap Keputusan pembelian konsumen (Y) pada produk kain sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin. Dengan demikian, maka hipotesis penelitian yaitu H3 yang berbunyi:

H3 : Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada produk Sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin. **(Diterima)**

b. Uji Hipotesis Kedua (Uji F)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel bebas yaitu promosi, duta merek dan kualitas produk secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat yaitu Keputusan pembelian konsumen pada produk kain Sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin. Pengujian ini dilakukan dengan uji F, dengan tingkat signifikansi sebesar 95% ($\alpha = 0,05$). Hasil uji F dapat dilihat pada Tabel 4.56.

Tabel 4. 56
Hasil Uji F

<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>F_{hitung}</i>	<i>F_{tabel}</i>	<i>Sig</i>
0,954	0,910	0,906	255,402	2,27	0,000

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2023

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai signifikansi F (0,000) < Signifikansi α (0,05), yaitu (0,000 < 0,05) atau dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} . Dimana dari hasil perhitungan diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ (255,402 > 2,27). Berdasarkan perhitungan tersebut maka keputusannya adalah secara statistik dapat dibuktikan bahwa semua variabel independen yang terdiri dari promosi, duta merek dan kualitas produk secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap Keputusan pembelian konsumen pada produk kain Sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin. Dari hasil pengujian tersebut disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara variabel promosi, duta merek dan kualitas produk terhadap Keputusan pembelian konsumen pada produk kain Sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin.

Dengan demikian, maka hipotesis penelitian yang berbunyi:

H 4 : Promosi, Duta Merek dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada produk Sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin, dinyatakan (**Diterima**)

Berdasarkan pada hasil uji t dan uji F di atas, maka dapat disimpulkan bahwa Keputusan pembelian konsumen pada produk kain Sasirangan di

Kantan Sasirangan Banjarmasin dipengaruhi oleh promosi, daya merek dan kualitas produk, baik secara parsial maupun secara simultan.

C. Pembahasan

1. Pengaruh Promosi, daya merek dan kualitas produk secara parsial terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada produk Sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin

Keputusan pembelian konsumen adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk (Kotler et al., 2019). Keputusan Pembelian dalam penelitian ini diukur menggunakan indikator pengenalan masalah di mana masalah akan kebutuhan yang harus dipenuhi, pencarian informasi terhadap produk, evaluasi berbagai pilihan produk, mengambil keputusan dan yang terakhir perilaku setelah melakukan pengambilan keputusan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kain Sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,150 dengan nilai signifikansi 0,005. Promosi memberikan pengaruh signifikan pada keputusan konsumen dalam melakukan pembelian sebab promosi ini merupakan cara atau metode pelaku usaha dalam memperkenalkan produknya kepada konsumen. Semakin gencar pihak Kantan Sasirangan Banjarmasin dalam mempromosikan produknya maka akan semakin besar pula kemungkinan konsumen akan membeli produk kain Sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Rasyadi (2017) yang menyatakan bahwa promosi

berpengaruh positif dan signifikan pada minat seseorang yang pada akhirnya akan memunculkan keputusan seseorang dalam membeli sebuah produk. Demikian pula penelitian Rozi (2020) dan Probosini & Hidayat (2021) yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa duta merek memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kain Sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,574 dengan nilai signifikansi 0,000. Duta merek memberikan pengaruh signifikan pada keputusan konsumen dalam melakukan pembelian sebab Duta Merek adalah pendukung iklan atau juga yang dikenal sebagai bintang iklan yang mendukung produk yang diiklankan. Semakin tepat pemilihan duta merek oleh pihak Kantan Sasirangan maka akan semakin besar pula kemungkinan konsumen akan membeli produk kain Sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin. Duta merek juga merupakan faktor atau variabel yang dominan berpengaruh pada keputusan konsumen melakukan pembelian pada produk kain Sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Probosini & Hidayat (2017) yang menyatakan bahwa duta merek berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian konsumen pada sebuah produk.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kain Sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,305 dengan nilai signifikansi 0,000. Kualitas produk

memberikan pengaruh signifikan pada keputusan konsumen dalam melakukan pembelian sebab kualitas produk adalah kemampuan untuk menjalankan tugasnya yang mencakup daya tahan, kehandalan, kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan dan reparasi produk dan ciri-cirinya. Kualitas produk dalam penelitian ini diukur melalui indikator: kinerja, fitur produk, keandalan, penampilan, daya tahan, estetika, dan persepsi. Semakin bagus kualitas produk Sasirangan yang di jual dan diproduksi oleh Kantan Sasirangan maka akan semakin besar pula kemungkinan konsumen akan membeli produk kain Sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Iskandar (2015) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian konsumen pada sebuah produk.

2. Pengaruh Promosi, duta merek dan kualitas produk secara simultan terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank BTN Syariah Banjarmasin.

Temuan penelitian mengungkapkan bahwa secara simultan promosi, duta merek dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kain Sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin dapat dilihat pada tabel 4.54 khususnya pada kolom *R Square* dapat diketahui bahwa variabel bebas yang terdiri dari promosi, duta merek dan kualitas produk secara bersama-sama memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk kain Sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin yaitu sebesar 91% dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa promosi, duta merek dan kualitas produk memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap

keputusan pembelian konsumen pada produk kain Sasirangan di Kantan Sasirangan Banjarmasin.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Satria (2017) yang menyatakan bahwa promosi dan kualitas berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada sebuah produk. Demikian pula Iskandar (2015) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Demikian pula penelitian Bakti (2020) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.