BAB IV

LAPORAN PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Laporan Penelitian

1. Gambaran Umum Kota Banjarmasin

Secara geografis Kota Banjarmasin terletak antara 3^{o} 16’ 46” sampai dengan 3^{o} 22’ 54” Lintang Selatan dan 114^{o} 31’ 40” sampai 114^{o} 39’ 55” Bujur Timur. Ketinggian rata-rata 0,16 m di awah permukaan laut dengan kondisi daerah relatif datar. Kota Banjarmasin terletak di dekat muara Sungai Barito dan dibelah oleh Sungai Martapura. Kemiringan tanah antara 0,13% dengan susunan geologi terutama bagian bawahnya didominasi oleh lempung dengan sisipan pasir halus dan endapan aluvium yang terdiri dari lempng lunak dan hitam keabuan. (Badan Pusat Statistik Kota Banjarmasin, 2021, hlm. 3).

Kota Banjarmasin memiliki luas sekitar 98,46 km^2 atau 0,26% dari luas Provinsi Kalimantan Selatan dan memiliki lima Kecamatan yaitu Banjarmasin Selatan, Banjarmasin Utara, Banjarmasin timur, Banjarmasin Barat, dan Banjarmasin Tengah, dengan jumlah keseluruhan kelurahan ada 52 kelurahan. Kecamatan Banjarmasin Selatan merupakan kecamatan terluas yaitu sebesar 38,30 km^2 atau 38,90%. Kota Banjarmasin disebut kota seribu sungai karena banyaknya sungai yang melintas di wilayah Kota Banjarmasin. Sungai Martapura adalah sungai terpanjang yang melintasi

Kota Banjarmasin yaitu dengan panjang 25.066 m. (Badan Pusat Statistik Kota Banjarmasin, 2021, hlm. 5).

Pada tahun 2020, di Kota Banjarmasin rasio jenis kelamin sebesar 100,36. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah penduduk laki-laki lebih banyak dibandingkan dengan jumlah penduduk wanita walaupun dengan selisih yang sedikit. Penduduk Kota Banjarmasin didominasi oleh kelompok usia muda 5-9 tahun sekitar 9,22% dari total seluruh penduduk Kota Banjarmasin. (Badan Pusat Statistik Kota Banjarmasin, 2021, hlm. 73).

Kepadatan penduduk di Kota Banjarmasin mencapai 6.679 penduduk/km^2. Dilihat dari angka tersebut, penduduk Kota Banjarmasin merupakan yang terpadat jika dibandingkan dengan seluruh Kota di Provinsi Kalimantan Selatan. Dari tahun ke tahun, kepadatan penduduk Kota Banjarmasin selalu mengalami peningkatan. Hal ini sesuai dengan pertumbuhan penduduk yang selalu meningkat setiap tahunnya. (Badan Pusat Statistik Kota Banjarmasin, 2021, hlm. 74).

Dari tahun 2016 sampai 2020, struktur ekonomi Kota Banjarmasin didominasi oleh sektor sekunder dan tersier. Lapangan usaha terbesar yang mendominasi perekonomian di Kota Banjarmasin berasal dari lapangan usaha industri jasa keuangan, asuransi, pengolahan, perdagangan besar dan eceran, serta reparasi mobil dan sepeda motor. Kontribusi terbesar adalah lapangan usaha industri pengolahan sebesar 17,19% pada tahun 2020. Sempat terjadi penurunan karena munculnya pandemi Covid-19 yang memunculkan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) yang berdampak

pada dunia industri pengolahan. (Badan Pusat Statistik Kota Banjarmasin, 2021, hlm. 81-82).

Kontribusi terbesar kedua bagi perekonomian Kota Banjarmasin adalah perdagangan besar dan eceran, reparasi mobil dan sepeda motor sebesar 12,53% sampai 12,97%. Pada tahun 2020 sebesar 12,57%. Kontribusi ketiga adalah jasa keuangan sebesar 12,29% pada tahun 2020, sedangkan pada tahun 2019 sebesar 13.04%. (Badan Pusat Statistik Kota Banjarmasin, 2021, hlm. 82).

Secara umum pertumbuhan ekonomi Kota Banjarmasin dari tahun 2016-2020 cukup baik. Pertumbuhan ekonomi tahun 2016 sebesar 6,28%. Pada tahun 2017 meningkat positif menjadi 6,40%. Pertumbuhan ekonomi Kota Banjarmasin terus mengalami perlambatan dari tahun 2018 sampai 2020. Pada tahun 2018 sebesar 6,38%, tahun 2019 sebesar 6,12%,dan tahun 2020 sebesar -1,91%. Hal ini disebabkan oleh melambatnya kondisi ekonomi global dan adanya pandemi Covid-19 yang melanda dunia. (Badan Pusat Statistik Kota Banjarmasin, 2021, hlm. 85).

2. Deskripsi Responden

Data responden pada penelitian ini diperoleh dari penyebaran angket/kuesioner yang dibagikan secara online menggunakan google form. Dalam penelitian ini responden berjumlah 96 orang dengan kriteria konsumen yang pernah membeli produk minyak goreng curah minimal 2 kali di Kota banjarmasin. total pernyataan dalam kuesioner berjumlah 19

butir pernyataan dan 7 butir pertanyaan untuk mengetahui identitas responden.

Berikut ini adalah hasil gambaran dari 96 responden yang didapat:

a. Responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	F	Persentase
1	Perempuan	79	82%
2	Laki-laki	17	18%
Total		**96**	**100%**

Sumber: Data diolah, 2021

Dari tabel data di atas diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin diperoleh responden perempuan berjumlah 79 orang dengan persentase sebesar 82% dan responden laki-laki berjumlah 17 orang dengan persentase sebesar 18%. Kesimpulannya adalah dalam penelitian ini karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh responden yang berjenis kelamin perempuan.

b. Responden berdasarkan usia

Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan usia

No	Usia	F	Persentase
1	15 – 25 tahun	31	32%
2	26 – 35 tahun	18	19%
3	> 35 Tahun	47	49%
Total		**96**	**100%**

Sumber: data diolah, 2021

Dari tabel data di atas diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan usia diperoleh responden yang berusia sekitar 15 – 25 tahun berjumlah 31 orang dengan persentase sebesar 32%, responden yang berusia sekitar 26 – 35 tahun berjumlah 18 dengan persentase sebesar 19% dan responden yang berusia sekitar > 35 tahun berjumlah 47 orang dengan persentase sebesar 49%. Kesimpulannya adalah dalam penelitian ini karakteristik responden berdasarkan usia didominasi oleh responden yang berusia sekitar > 35 tahun.

c. Responden berdasarkan pendidikan terakhir

Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir

No	Pendidikan Terakhir	F	Persentase
1	SMP/Sederajat	29	30%
2	SMA/Sederajat	43	45%
3	Diploma	2	2%
4	Strata 1 (S1)	22	23%
Total		**96**	**100%**

Sumber: data diolah, 2021

Dari tabel data di atas diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir diperoleh responden dengan pendidikan terakhir SMP/sederajat berjumlah 29 orang dengan persentase sebesar 30%, responden dengan pendidikan terakhir SMA/sederajat berjumlah 43 orang dengan persentase 45%, responden dengan pendidikan terakhir diploma berjumlah 2 orang dengan persentase 2%, dan responden dengan

pendidikan terakhir strata 1 (S1) berjumlah 22 orang dengan persentase 23%. Kesimpulannya adalah dalam penelitian ini karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir didominasi oleh responden dengan pendidikan terakhir SMA/sederajat.

d. Responden berdasarkan pekerjaan

Tabel 4.4 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

No	Pekerjaan	F	Persentase
1	Pelajar/mahasiswa	19	20%
2	Wiraswasta	12	12%
3	Guru/Dosen	5	5%
4	Lainnya	60	63%
Total		**96**	**100%**

Sumber: data diolah, 2021

Dari tabel data di atas diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan pekerjaan diperoleh responden yang berstatus pelajar/mahasiswa berjumlah 19 orang dengan persentase 20%, responden yang berstatus wiraswast berjumlah 12 orang dengan persentase sebesar 12%, responden yang berstatus guru/dosen berjumlah 5 orang dengan persentase sebesar 5% dan responden yang berstatus lainnya berjumlah 60 orang dengan persentase 63%. Kesimpulannya adalah dalam penelitian ini mayoritas responden berstatus lainnya.

e. Responden berdasarkan tingkat pendapatan

Tabel 4.5 Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendapatan

No	Tingkat Pendapatan	F	Persentase
1	< 1.000.000	67	70%
2	1.100.000 – 5.000.000	29	30%
Total		**96**	**100%**

Sumber: data diolah, 2021

Dari tabel data di atas diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan tingkat pendapatan diperoleh responden dengan tingkat pendapatan < 1.000.000 berjumlah 67 orang dengan persentase sebesar 70% dan responden dengan tingkat pendapatan sekitar 1.100.000 – 5.000.000 berjumlah 29 orang dengan persentase sebesar 30%. Kesimpulannya adalah dalam penelitian ini mayoritas responden didominasi oleh responden dengan tingkat pendapatan < 1.000.000.

f. Responden berdasarkan jumlah pembelian

Tabel 4.6 Karakteristik responden berdasarkan jumlah pembelian produk minyak goreng curah di Kota Banjarmasin

No	Jumlah Pembelian	F	Persentase
1	2 kali	32	33%
2	3 kali	19	20%
3	4 kali	9	9%
4	> 5 kali	36	38%
Total		**96**	**100%**

Sumber: data diolah, 2021

Dari tabel data di atas diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan jumlah pembelian produk minyak goreng curah di Kota Banjarmasin. Responden yang melakukan 2 kali pembelian berjumlah 32 orang dengan persentase 33%, responden yang melakukan 3 kali pembelian berjumlah 19 orang dengan persentase 20%, responden yang melakukan 4 kali pembelian berjumlah 9 orang dengan persentase 9% dan responden yang melakukan > 5 kali pembelian berjumlah 36 orang dengan persentase sebesar 38%. Kesimpulannya adalah mayoritas responden yang telah melakukan pembelian didominasi oleh responden yang lebih 5 kali membeli produk minyak goreng curah tersebut.

3. Deskripsi Variabel Penelitian

a. Variabel Harga

1) Indikator kesesuaian harga dengan *list price*

Tabel 4.7 Harga minyak goreng curah tergolong murah dan sangat terjangkau

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	31	32%
2	Setuju (S)	61	64%
3	Tidak Setuju (TS)	4	4%
Total		**96**	**100%**

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa mayoritas responden menjawab setuju pada pernyataaan ini berjumlah 61 orang dengan persentase sebesar 64%. Hal ini menunjukkan bahwa harga minyak

goreng curah sesuai dengan daya beli masyarakat yaitu harga minyak goreng curah memang tergolong murah dan sangat terjangkau bagi masyarakat dalam kehidupan sehari-hari.

2) Indikator kesesuaian harga dengan diskon

Tabel 4.8 Jika membeli lebih banyak produk minyak goreng curah akan mendapatkan potongan harga

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	15	16%
2	Setuju (S)	72	75%
3	Tidak Setuju (TS)	9	9%
Total		**96**	**100%**

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa mayoritas responden menjawab setuju pada pernyataan ini berjumlah 72 orang dan persentase sebesar 75%. Hal ini menunjukkan bahwa membeli minyak goreng curah dengan jumlah yang banyak, maka akan mendapatkan potongan harga.

Tabel 4.9 Kadang-kadang diadakan “Pasar Murah” yang menjual produk minyak goreng curah dengan harga yang lebih murah

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	15	16%
2	Setuju (S)	76	79%
3	Tidak Setuju (TS)	5	5%
Total		**96**	**100%**

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa mayoritas responden menjawab setuju berjumlah 76 orang dengan persentase sebesar 79%. Hal ini menunjukkan bahwa di “Pasar Murah” menjual berbagai macam bahan pokok makanan yang salah satunya adalah minyak goreng curah yang dijual dengan harga yang lebih murah dari biasanya.

3) Indikator keterjangkauan harga

Tabel 4.10 Harga minyak goreng curah sesuai dengan tingkat daya beli masyarakat

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	20	21%
2	Setuju (S)	72	75%
3	Tidak Setuju (TS)	4	4%
Total		**96**	**100%**

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel data di atas diketahui bahwa mayoritas responden menjawab setuju berjumlah 72 orang dengan persentase sebesar 75%. Hal ini menunjukkan bahwa minyak goreng curah memang memiliki harga yang sesuai dengan tingkat daya beli masyarakat pada umumnya.

Tabel 4.11 Harga produk minyak goreng curah sesuai dengan kualitasnya

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	20	21%
2	Setuju (S)	71	74%
3	Tidak Setuju (TS)	5	5%
Total		**96**	**100%**

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel data di atas diketahui bahwa mayoritas responden menjawab setuju berjumlah 71 orang dengan persentase sebesar 74%. Hal ini menunjukkan bahwa menurut masyarakat kualitas minyak goreng curah sesuai dengan harga yang dimilikinya.

4) Indikator daya saing harga

Tabel 4.12 Harga minyak goreng curah lebih murah daripada minyak goreng kemasan dengan merek tertentu

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	33	34%
2	Setuju (S)	60	63%
3	Tidak Setuju (TS)	3	3%
Total		**96**	**100%**

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel data diatas diketahui bahwa mayoritas responden menjawab setuju berjumlah 60 orang dengan persentase sebesar 63%. Hal ini menunjukkan bahwa minyak goreng curah memiliki harga yang lebih murah daripada minyak goreng kemasn yang bermerek.

Berdasarkan rekapitulasi hasil dari seluruh item indikator untuk variabel harga di atas, berikut ini adalah data hasil dari keseluruhan rata-rata jawaban responden untuk indikator pernyataan dari variabel harga.

Tabel 4.13 Rekapitulasi hasil rata-rata pernyataan indikator dari variabel harga

Item	SS		S		TS		STS		Rata rata	Total	%
	F	%	F	%	F	%	F	%		F	
$X_{1.1}$	31	32%	61	64%	4	4%	0	0%	3,28	96	100%
$X_{1.2}$	15	16%	72	75%	9	9%	0	0%	3,06	96	100%
$X_{1.3}$	15	16%	76	79%	5	5%	0	0%	3,11	96	100%
$X_{1.4}$	20	21%	72	75%	4	4%	0	0%	3,17	96	100%
$X_{1.5}$	20	21%	71	74%	5	5%	0	0%	3,16	96	100%
$X_{1.6}$	33	34%	60	63%	3	3%	0	0%	3,32	96	100%
RATA – RATA Mean									**19,10**		
GRAND TOTAL Mean									**3,18**		

Sumber: Data diolah, 2021

Dari hasil tabel rekapitulasi rata – rata jawaban responden atas semua item pernyataan indikator harga didapatkan hasil rata – rata 3,18. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini setuju dengan pernyataan harga yang diberikan. Pernyataan dengan jawaban rata – rata tertinggi terdapat pada item ke 6 dengan jumlah rata – rata 3,32. Item ini menyatakan bahwa harga minyak goreng curah memang benar lebih murah daripada minyak goreng kemasan yang bermerek tertentu.

b. Variabel Kualitas Produk

1) Indikator *performance*

Tabel 4.14 Minyak goreng curah membuat makanan menjadi lebih renyah

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	25	26%
2	Setuju (S)	66	69%
3	Tidak Setuju (TS)	5	5%
Total		**96**	**100%**

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel data di atas diketahui bahwa mayoritas responden menjawab setuju berjumlah 66 orang dengan persentase sebesar 69%. Hal ini menunjukkan bahwa salah satu alasan masyarakat membeli mnyak goreng curah adalah karena dapat membuat makanan menjadi lebih renyah.

Tabel 4.15 Minyak goreng curah dapat digunakan 2-3 kali untuk penggunaan ulang

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	34	36%
2	Setuju (S)	56	58%
3	Tidak Setuju (TS)	6	6%
Total		**96**	**100%**

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel data di atas diketahui bahwa mayoritas responden menjawab setuju berjumlah 56 orang dengan persentase sebesar 58%. Hal ini menunjukkan bahwa minyak goreng curah tidak jauh berbeda dengan minyak goreng kemasan bermerek lainnya yang juga dapat digunakan 2 – 3 kali penggunaan ulang.

2) Indikator *durability*

Tabel 4.16 Minyak goreng curah diproduksi dari bahan pilihan sehingga aman untuk dikonsumsi

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	34	36%
2	Setuju (S)	59	61%
3	Tidak Setuju (TS)	3	3%
Total		**96**	**100%**

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel data di atas diketahui bahwa mayoritas responden menjawab setuju berjumlah 59 orang dengan persentase sebesar 61%. Hal ini menunjukkan bahwa minyaak goreng curah terbuat dari bahan alami sehingga aman untuk dikonsumsi oleh masyarakat.

Tabel 4.17 Jika disimpan dalam waktu lama, minyak goreng curah tidak akan berubah warna dan tidak berbau

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	26	27%
2	Setuju (S)	63	66%
3	Tidak Setuju (TS)	7	7%
Total		**96**	**100%**

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel data di atas diketahui bahwa mayoritas responden menjawab setuju berjumlah 63 orang dengan persentase sebesar 66%. Hal ini menunjukkan bahwa minyak goreng curah dapat disimpan dalam waktu yang lama dan tidak berubah warna dan baunya, sehingga aman untuk digunakan kembali.

3) Indikator *conformance*

Tabel 4.18 Kualitas minyak goreng curah tidak jauh berbeda dengan minyak goreng kemasan dengan merek tertentu

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	23	24%
2	Setuju (S)	69	72%
3	Tidak Setuju (TS)	4	4%
Total		**96**	**100%**

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel data di atas diketahui bahwa mayoritas responden menjawab setuju berjumlah 69 orang dengan persentase

sebesar 72%. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas minyak goreng curah dengan kualitas minyak goreng kemasan yang bermerek tidak jauh berbeda, karena sama sama terbuat dari bahan alami sehingga aman untuk digunakan.

Tabel 4.19 Walaupun harganya murah, minyak goreng curah aman untuk dikonsumsi dan tidak berbahaya bagi kesehatan

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	20	21%
2	Setuju (S)	73	76%
3	Tidak Setuju (TS)	3	3%
Total		**96**	**100%**

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel data di atas diketahui bahwa mayoritas responden menjawab setuju berjumlah 73 orang dengan persentase sebesar 76%. Hal ini menunjukkan bahwa minyak goreng curah aman untuk digunakan/dikonsumsi dan tidak berbahaya bagi kesehatan, walaupun harganya murah.

Berdasarkan rekapitulasi hasil dari seluruh item indikator untuk variabel harga di atas, berikut ini adalah data hasil dari keseluruhan rata-rata jawaban responden untuk indikator pernyataan dari variabel kualitas produk.

Tabel 4.20 Rekapitulasi hasil rata-rata pernyataan indikator dari kualitas produk

Item	SS		S		TS		STS		Rata rata	Total	%
	F	%	F	%	F	%	F	%		F	
$X_{1.1}$	25	26%	66	69%	5	5%	0	0%	3,21	96	100%
$X_{1.2}$	34	35%	56	58%	6	6%	0	0%	3,31	96	100%
$X_{1.3}$	34	36%	59	61%	7	7%	0	0%	3,32	96	100%
$X_{1.4}$	26	27%	63	66%	7	7%	0	0%	3,21	96	100%
$X_{1.5}$	23	24%	69	72%	4	4%	0	0%	3,20	96	100%
$X_{1.6}$	20	21%	73	76%	3	3%	0	0%	3,18	96	100%
RATA – RATA Mean									**19,42**		
GRAND TOTAL Mean									**3,237**		

Sumber: Data diolah, 2021

Dari hasil tabel rekapitulasi rata – rata jawaban responden atas semua item pernyataan indikator kualitas produk didapatkan hasil rata–rata 3,237. Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini setuju dengan pernyataan kualitas produk yang diberikan. Pernyataan dengan jawaban rata – rata tertinggi terdapat pada item ke 3 dengan jumlah rata – rata 3,32. Item ini menyatakan bahwa menurut masyarakat minyak goreng curah diproduksi dari bahan pilihan sehingga aman untuk dikonsumsi.

c. Variabel Keputusan Konsumen

1) Indikator kebutuhan yang dirasakan

Tabel 4.21 Responden membeli produk minyak goreng curah karena sesuai dengan kebutuhan sehari-hari

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	8	8%
2	Setuju (S)	85	89%
3	Tidak Setuju (TS)	3	3%
Total		**96**	**100%**

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel data di atas diketahui bahwa mayoritas responden menjawab setuju berjumlah 85 orang dengan persentase sebesar 89%. Hal ini menunjukkan bahwa kebanyakan dari masyarakat membeli minyak goreng curah karena sesuai dengan kebutuhan sehari-hari/pendapatan mereka.

Tabel 4.22 Responden membeli produk minyak goreng curah karena mudah didapatkan di toko atau warung terdekat

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	20	21%
2	Setuju (S)	73	76%
3	Tidak Setuju (TS)	3	3%
Total		**96**	**100%**

Sumber: data diolah,2021

Berdasarkan tabel data di atas diketahui bahwa mayoritas responden menjawab setuju berjumlah 73 orang dengan persentase sebesar 76%. Hal ini menunjukkan bahwa minyak goreng curah sangat mudah didapatkan, karena banyak yang menjual di warung/toko terdekat.

2) Indikator kegiatan sebelum memakai

Tabel 4.23 Sebelum memutuskan untuk membeli minyak goreng curah, responden sudah membandingkan dengan produk lain yang sejenis

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	14	15%
2	Setuju (S)	78	81%
3	Tidak Setuju (TS)	4	4%
Total		**96**	**100%**

Sumber: data diolah, 2021

Berdasarkan tabel data di atas diketahui bahwa mayoritas responden menjawab setuju berjumlah 78 orang dengan persentase sebesar 81%. Hal ini menunjukkan bahwa sebelum menggunakan minyak goreng curah, masyarakat sudah pernah membeli berbagai macam jenis minyak goreng dan sudah membandingkannya dan tetap memilih minyak goreng curah untuk kebutuhan sehari-hari.

Tabel 4.24 Responden membeli produk minyak goreng curah karena sebelumnya telah mencari informasi mengenai kehalalan dari produk minyak goreng tersebut

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	16	17%
2	Setuju (S)	74	77%
3	Tidak Setuju (TS)	6	6%
Total		**96**	**100%**

Sumber: data diolah, 2021

Berdasarkan tabel data di atas diketahui bahwa mayoritas responden menjawab setuju berjumlah 74 orang dengan persentase sebesar 77%. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat yang menggunakan minyak goreng curah, sebelumnya sudah mencari tahu tentang kehalalan dari produk tersebut, baik dari internet ataupun dari orang sekitar.

3) Indikator perilaku waktu memakai

Tabel 4.25 Responden memutuskan untuk membeli minyak goreng curah karena harganya murah dan sesuai dengan pendapatan

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	12	13%
2	Setuju (S)	83	86%
3	Tidak Setuju (TS)	1	1%
Total		**96**	**100%**

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel data di atas diketahui bahwa mayoritas responden menjawab setuju berjumlah 83 orang dengan persentase sebesar 86%. Hal ini menunjukkan bahwa kebanyakan dari mereka menggunakan minyak goreng curah karena memiliki pendapatan yang pas-pasan untuk kebutuhan sehari-hari.

Tabel 4.26 Responden memutuskan untuk membeli minyak goreng curah karena percaya bahwa minyak goreng curah tersebut aman untuk dikonsumsi dan tidak berbahaya bagi kesehatan

No	**Pilihan Jawaban**	**F**	**Persentase**
1	Sangat Setuju (SS)	7	7%
2	Setuju (S)	86	90%
3	Tidak Setuju (TS)	3	3%
Total		**96**	**100%**

Sumber: data diolah, 2021

Berdasarkan tabel data di atas diketahui bahwa mayoritas responden menjawab setuju berjumlah 86 orang dengan persentase sebesar 90%. Hal ini menunjukkan bahwa merekan percaya bahwa minyak goreng curah aman digunakan untuk kesehatan dan tidak berbahaya.

4) Indikator perilaku setelah memakai

Tabel 4.27 Setelah menggunakan minyak goreng curah, responden memiliki keinginan untuk membeli kembali produk tersebut

No	Pilihan Jawaban	F	Persentase
1	Sangat Setuju (SS)	11	12%
2	Setuju (S)	79	82%
3	Tidak Setuju (TS)	6	6%
Total		**96**	**100%**

Sumber: data diolah, 2021

Berdasarkan tabel data di atas diketahui bahwa mayoritas responden menjawab setuju berjumlah 79 orang dengan persentase sebesar 82%. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat senang menggunakan minyak goreng curah dan memiliki keinginan untuk membeli kembali minyak goreng curah tersebut.

Berdasarkan rekapitulasi hasil dari seluruh item indikator untuk variabel harga di atas, berikut ini adalah data hasil dari keseluruhan rata-rata jawaban responden untuk indikator pernyataan dari variabel keputusan konsumen.

Tabel 4.28 Rekapitulasi hasil rata-rata pernyataan indikator dari keputusan konsumen

Item	SS		S		TS		STS		Rata rata	Total	%
	F	%	F	%	F	%	F	%		F	
$X_{1.1}$	8	8%	85	86%	3	3%	0	0%	3,05	96	100%
$X_{1.2}$	20	21%	73	76%	4	4%	0	0%	3,17	96	100%
$X_{1.3}$	14	15%	78	81%	4	4%	0	0%	3,09	96	100%
$X_{1.4}$	16	17%	74	77%	6	6%	0	0%	3,10	96	100%
$X_{1.5}$	12	13%	83	86%	1	1%	0	0%	3,11	96	100%
$X_{1.6}$	7	7%	86	90%	3	3%	0	0%	3,04	96	100%
$X_{1.7}$	11	12%	79	82%	6	6%	0	0%	3,05	96	100%
RATA – RATA Mean									**21,63**		
GRAND TOTAL Mean									**3,09**		

Sumber: Data diolah, 2021

Dari hasil tabel rekapitulasi rata – rata jawaban responden atas semua item pernyataan indikator keputusan konsumen didapatkan hasil rata – rata 3,09 sehingga dapat menarik keputusan konsumen agar membeli terus – menerus minyak goreng curah dalam kehidupan sehari-hari.

4. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui tingkat kevalidan dari instrumen kuesioner yang ada dalam pengumpulan data yang didapat dengan cara mengkorelasi setiap skor variabel jawaban responden dengan total skor masing-masing variabel. (Ricky Yuliardi, 2017, hlm.93).

Instrumen penelitian yang akan diuji validitasnya dalam penelitian ini berupa angket/kuesioner. Adapun yang menjadi objek pengukuran kevalidaannya adalah variabel harga dan kualitas produk terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk minyak goreng curah di Kota Banjarmasin menggunakan alat ukur SPSS 25.

Uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} menggunakan alat ukur uji statistik SPSS 25. Kriteria pengambilan keputusannya dengan cara membandingkan nilai R tabel dengan nilai R hitung dan membandingkan nilai Sig.(2-tailed) dengan probabilitas 0,05 sebagai berikut:

1) Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan level 0,05 atau 5%, dan nilai Sig.(2-tailed) < 0,05 serta Pearson Correlation bernilai positif, maka dinyatakan "Valid".
2) Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan level 0,05 atau 5%, dan nilai Sig.(2-tailed) > 0,05 serta Pearson Correlation bernilai negatif, maka dinyatakan " Tidak Valid".

Berikut ini adalah hasil dari uji validitas item kuesioner untuk variabel independen (harga dan kualitas produk) dan variabel dependen (keputusan konsumen).

Tabel 4.29 Hasil Uji Validitas

Variabel	Kode Item	Nilai R Hitung	Nilai R Tabel	Nilai Sig	Ket
Harga (X_1)	LP_1	0,670	0,2006	0,000	Valid
	HD_1	0,461	0,2006	0,000	Valid
	HD_2	0,597	0,2006	0,000	Valid
	KH_1	0,665	0,2006	0,000	Valid
	KH_2	0,704	0,2006	0,000	Valid
	DSH_1	0,641	0,2006	0,000	Valid
Kualitas Produk (X_2)	P_1	0,534	0,2006	0,000	Valid
	P_2	0,633	0,2006	0,000	Valid
	D_1	0,647	0,2006	0,000	Valid
	D_2	0,645	0,2006	0,000	Valid
	C_1	0,580	0,2006	0,000	Valid
	C_2	0,406	0,2006	0,002	Valid
Keputusan Konsumen (Y)	KD_1	0,468	0,2006	0,000	Valid
	KD_2	0,581	0,2006	0,000	Valid
	SM_1	0,640	0,2006	0,000	Valid
	SM_2	0,699	0,2006	0,000	Valid
	WM_1	0452	0,2006	0,000	Valid
	WM_2	0,460	0,2006	0,001	Valid
	PM_1	0,473	0,2006	0,000	Valid

Sumber: data diolah, 2021

Nilai R tabel dapat dihitung menggunakan rumus berikut ini:

df = N – 2

df = 96 – 2 = 94

Tingkat Signifikasi 0,05 atau 5%, jadi didapat R tabel 0,2006 (dilihat pada tabel R).

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa seluruh item indikator pernyataan variabel independen (Harga (X_1) dan Kualitas Produk (X_2)) dan variabel dependen (Keputusan Konsumen (Y)) dinyatakan valid, karena nilai dari seluruh item memenuhi kriteria pengambilan keputusan nilai r_{hitung} dari seluruh item lebih besar dari r_{tabel} dan nilai Sig.(2-tailed) seluruh item kurang dari 0,05.

b. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas berkenaan dengan tingkat ketetapan hasil pengukuran. Intrumen dikatakan memiliki tingkat reliabilitas yang memadai, bila intrumen tersebut digunakan untuk mengukur aspek yang diukur beberapa kali hasilnya sama atau relatif sama. (Ricky Yuliardi, 2017, hlm.102). Kuesioner dikatakan reliabilitas jika jawaban dari responden itu konsisten dan kriteria pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas ini adalah sebagai berikut:

1) Jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 (6%) maka dinyatakan reliabilitas atau konsisten.
2) Jika nilai *Cronbach's Alpha* < 0,60 (6%) maka dinyatakan tidak reliabilitas atau tidak konsisten.

Berikut ini adalah hasil uji reliabilitas dari variabel independen (Harga (X_1) dan Kualitas Produk (X_2)) dan variabel dependen (Keputusan Konsumen (Y)).

Tabel 4.30 Hasil Uji Reliabilitas

No	Nama Variabel	*Croanbach's Alpha*	Nilai Standar	Ket
1	Harga ($X_{1)}$	0,684	0,60	Reliabel
	Kualitas Produk (X_2)	0,601	0,60	Reliabel
	Keputusan Konsumen (Y)	0,603	0,60	Reliabel

Sumber: data diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel independen (Harga (X_1) dan Kualitas Produk (X_2)) dan variabel dependen (Keputusan Konsumen (Y)) dinyatakan reliabel, karena nilai dari seluruh *Croanbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 dan memenuhi kriteria pengambilan keputusan.

5. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan oleh peneliti sebagai prasyarat untuk melakukan uji statistika parametrik. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. (Ricky Yuliardi, 2017, hlm.113). Penelitian ini dilakukan dengan uji Kolmogrev-Smirnov dengan alat statistik SPSS 25 dan dengan melihat pola P-P plot. Kriteria

pengambilan keputusan normal atau tidaknya data yang diolah sebagai berikut:

1) Jika nilai signifikan ≥ 0,05 maka data berdistribusi normal
2) Jika nila signifikan ≤ 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.

Berikut ini adalah hasil dari pengujian normalitas data pada penelitian:

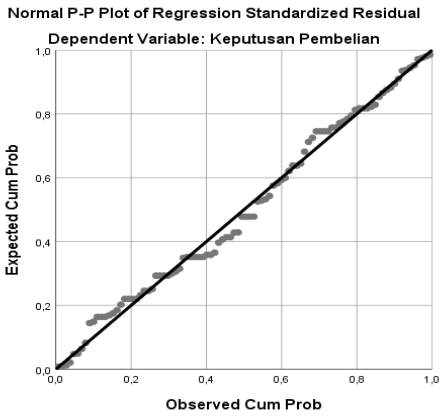
Tabel 4.31 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,38273390
Most Extreme Differences	Absolute	,063
	Positive	,063
	Negative	-,060
Test Statistic		,063
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200[c,d]

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber, SPSS 25



Sumber, SPSS 25

Berdasarkan tabel One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test di atas dapat diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,169 lebih besar daripada 0,05 (0,200 > 0,05) dan terlihat bahwa pola P-P plot menunjukkan titik-titik berada disekitar garis regresi atau mengikuti garis regresi. Hal ini menunjukkan bahwa residual data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji ini digunakan untuk mendeteksi dengan menghitung koefisien korelasi ganda dan membandingkan dengan koefisien korelasi antar variabel bebas. Uji ini juga digunakan untuk mengetahui kesalahan standar estimasi model dalam penelitian. (Imam Gunawan, 2016, hlm.102).

Kriteria pengambilan keputusan dalam pengujian ini berdasarkan pada nilai:

1) Jika nilai toleransi > 0,10 dan nilai VIF < 10,00 maka tidak terjadi gejala multikolinearitas.
2) Jika nilai toleransi < 0,10 dan nilai VIF > 10,00 maka terjadi gejala multikolinearitas.

Berikut ini adalah hasil pengujian miltikolinearitas pada penelitian:

Tabel 4.32 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	13,341	1,817		7,343	,000		
Harga	,202	,085	,244	2,383	,019	,836	1,197
Kualitas Produk	,228	,087	,267	2,603	,011	,836	1,197

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber, SPSS 25

Berdasarkan tabel hasil uji di atas dapat diketahui bahwa variabel Harga (X_1) memiliki nilai *tolerance* 0,836 > 0,10 dengan nilai VIF sebesar 1,197 < 10,00 dan variabel Kualitas Produk (X_2) memiliki nilai *tolerance* 0,836 > 0,10 dengan nilai VIF sebesar 1,197 < 10,00. Hal ini menunjukkan bahwa pada variabel harga dan kualitas produk tidak terjadi gejala multikolinearitas karena hasil pengujian memenuhi kriteria pengambilan keputusan.

c. Uji Heteroskedastiditas

Uji yang variabel-variabel dalam model tidak sama. (Imam Gunawan, 2016, hlm.102). Uji ini menggunakan uji Spearman Rank dengan alat statistika SPSS 25 dan dengan melihat pola scatterplot. Kriteria keputusan yang diambil jika melihat pada pola gambar scatterplot adalah jika titik menyebar diatas, bawah, sekitar angka 0 dan titik-titik tidak mengumpul hanya diatas dan dibawah saja serta titik titik tidak membentuk pola tertentu, maka tidak terjadi gejala

heteroskedastisitas. Adapun untuk dasar pengambilan keputusan dalam uji Spearmen Rank ini sebagai berikut:

1) Jika nilai Sig. (2-tailed) > 0,05 maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.
2) Jika nilai Sig. (2-tailed) < 0,05 maka terjadi gejala heteroskedastisitas.

Berikut adalah hasil pengujian heteroskedastisitas dengan melihat uji Spearman Rank dan pola scatterplot:

Tabel 4.33 Hasil Uji Heteroskedastisitas Spearman Rank

Correlations

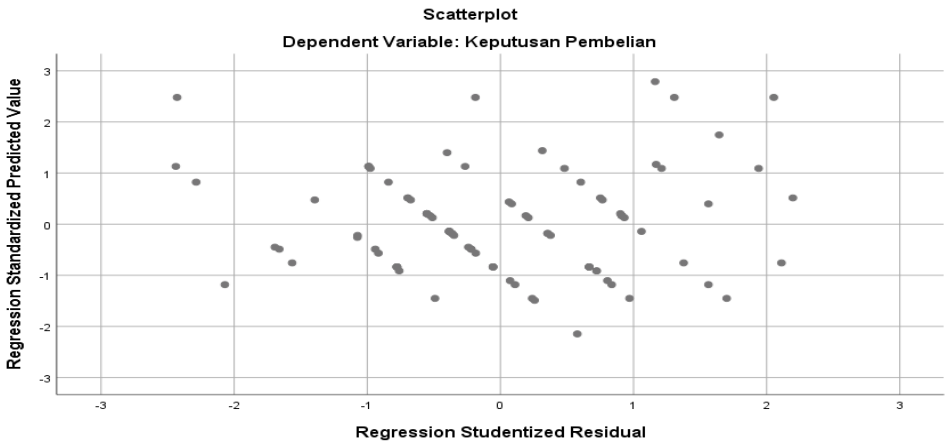
			Harga	Kualitas Produk	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Harga	Correlation Coefficient	1,000	,356**	-,007
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,945
		N	96	96	96
	Kualitas Produk	Correlation Coefficient	,356**	1,000	-,037
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,718
		N	96	96	96
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-,007	-,037	1,000
		Sig. (2-tailed)	,945	,718	.
		N	96	96	96

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber, SPSS 25

Berdasarkan hasil diatas dapat diketahui bahwa diperoleh nilai Sig. (2-tailed) variabel Harga (X_1) sebesar 0,945 > 0,05 dan nilai Sig. (2-tailed) variabel kualitas produk sebesar 0,718 > 0,05. Hal ini

menunjukkan bahwa pada variabel harga dan kualitas produk tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada penelitian ini.



Sumber, SPSS 25

Dari gambar pola scatterplot di atas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 serta menyebar acak tidak membentuk pola tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

6. Analisis Regresi Linier Berganda

Dilakukan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen yaitu harga dan kemasan produk terhadap variabel dependen yaitu keputusan konsumen. Berikut ini adalah hasil persamaan regresi linier berganda yaitu:

Tabel 4.34 Hasil Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	13,341	1,817		7,343	,000
	Harga	,202	,085	,244	2,383	,019
	Kualitas Produk	,228	,087	,267	2,603	,011

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber, SPSS 25

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

Y = 13,872 + 0,217 X_1 + 0,173 X_2 + e

Keterangan:

α = Konstanta

Y = Keputusan Konsumen

X_1 = Harga

X_2 = Kualitas Produk

e = Variabel *error* (diluar penelitian)

Persamaan regresi linier berganda di atas dijelaskan sebagai berikut:

a. Nilai konstanta sebesar 13,341 menunjukkan bahwa jika variabel Harga (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) bernilai 0 (nol), maka keputusan konsumen dalam membeli minyak goreng curah sebesar 13,341.
b. Nilai koefisien regresi Harga (X_1) sebesar 0,202 yang berarti memiliki pengaruh positif terhadap variabel Keputusan Konsumen (Y). Jika variabel Harga (X_1) naik 1% maka Keputusan Konsumen (Y) untuk membeli produk minyak goreng curah naik sebesar 0,202. Sebaliknya,

jika variabel Harga (X_1) berkurang 1% maka keputusan Konsumen (Y) untuk membeli produk minyak goreng curah berkurang sebesar 0,202.

c. Nilai koefisien regresi Kualitas Produk (X_2) sebesar 0,228 yang berarti memiliki pengaruh positif terhadap variabel Keputusan Konsumen (Y). Jika variabel Kualitas Produk (X_2) naik 1% maka Keputusan Konsumen (Y) untuk membeli produk minyak goreng curah naik sebesar 0,228. Sebaliknya, jika variabel Kualitas Produk (X_2) berkurang 1% maka keputusan Konsumen (Y) untuk membeli produk minyak goreng curah berkurang sebesar 0,228.

7. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji yang dilakukan untuk mengukur proporsi variasi dalam variabel tidak bebas yang dijelaskan oleh regresi. Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 sampai 1. Jika nilai $R^2 = 0$ maka tidak ada hubungan yang sempurna sedangkan jika nilai $R_2 = 1$ maka ada hubungan antara variasi X dan Y atau variasi Y bisa diterangkan oleh X secara keseluruhan.

Berikut ini adalah hasil koefisien determinasi, yaitu:

Tabel 4.35 Hasil Pengujian R Square

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,429[a]	,184	,166	1,39752

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber, SPSS 25

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,184 yang didapat dari pengkuadratan nilai koefisien korelasi "R" yakni 0,429 x 0,429 = 0,184. Besarnya angka koefisien determinasi (R Square) adalah 0,184 atau 18,4%, sedangkan sisanya (100% - 18,4% = 81,6%) yang dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini.

8. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui apakah ada pengaruh variabel independen dengan variabel dependen dalam penelitian ini.

a. Uji T digunakan untuk membuktikan signifikansi atau tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. (Nur Asnawi & Masyhuri, 2011, hlm.182). kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

   1) Jika nilai signifikan < 0,05 dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka dinyatakan berpengaruh secara signifikan.

   2) Jika nilai signifikan > 0,05 dan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka dinyatakan tidak berpengaruh secara signifikan.

Tabel 4.36 Hasil Regresi Linier Berganda Uji T

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	13,341	1,817		7,343	,000
	Harga	,202	,085	,244	2,383	,019
	Kualitas Produk	,228	,087	,267	2,603	,011

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber, SPSS 25

Berdasarkan hasil uji T di atas diketahui bahwa nilat t hitung variabel harga dan kualitas produk sebesar 1,985 diperoleh dari perhitungan berikut ini:

T tabel = (a/2 ; n – k – 1)

T tabel = (0,05/2 ; 96 – 2 - 1)

T tabel = (0,025 ; 93)

T tabel = 1,985 (dilihat pada t tabel)

Keterangan:

a = Alpha dari 0,05

n = banyaknya jumlah observasidalam kurun waktu data

k = Banyaknya variabel

1) Pengujian hipotesis variabel harga (X_1)

H_0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel harga terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk minyak goreng curah di Kota Banjarmasin.

Ha = Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel harga terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk minyak goreng curah di Kota Banjarmasin.

Berdasarkan hasil tabel di atas diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 2,383 > 1,985 dan nilai Sig. (2-tailed) sebesar 0,019 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan Ha diterima yang berarti bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel harga

terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk minyak goreng curah di Kota Banjarmasin.

2) Pengujian hipotesis variabel kualitas produk (X_2)

H_0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel kualitas produk terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk minyak goreng curah di Kota Banjarmasin.

Ha = Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel kualitas produk terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk minyak goreng curah di Kota Banjarmasin.

Berdasarkan hasil tabel di atas diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 2,603 > 1,985 dan nilai Sig. (2-tailed) sebesar 0,011 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan Ha diterima yang berarti bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas produk terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk minyak goreng curah di Kota Banjarmasin.

b. Uji F (Uji Simultan) digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. (Nur Asnawi & Masyhuri, 2011, hlm.182). kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1) Jika nilai signifikan < 0,05 dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka dinyatakan berpengaruh secara signifikan.
2) Jika nilai signifikan > 0,05 dan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka dinyatakan tidak berpengaruh secara signifikan.

Berikut ini adalah hipotesis yang ingin dibuktikan pada penelitian:

H_0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel harga dan variabel kualitas produk terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk minyak goreng curah di Kota Banjarmasin.

Ha = Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel harga dan variabel kualitas produk terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk minyak goreng curah di Kota Banjarmasin.

Tabel 4.37 Hasil Regresi Linier Berganda Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	40,864	2	20,432	10,462	,000[b]
	Residual	181,636	93	1,953		
	Total	222,500	95			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga

Sumber, SPSS 25

Berdasarkan hasil Uji F di atas diketahui bahwa nilai F hitung variabel harga dan kualitas produk sebesar 3,09 diperoleh dari perhitungan berikut ini:

F tabel = (k ; n – k)

F tabel = (2 ; 96 – 3)

F tabel = (2 ; 93)

F tabel = 3,09 (dilihat pada F tabel)

Keterangan:

k = jumlah variabel X

n = jumlah responden

Berdasarkan hasil uji di atas diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 10,462 > F_{tabel} 3,09 dan nilai Sig 0,000 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan Ha diterima yang berarti bahwa secara simultan berpengaruh secara signifikan antara variabel harga dan kualitas produk terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk minyak goreng curah di Kota Banjarmasin.

B. Analisis Data

1. Pengaruh secara parsial variabel harga (X_1) terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk minyak goreng curah di Kota Banjarmasin.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis variabel harga (X_1) terhadap keputusan konsumen dalam memilih minyak goreng curah yang telah dilakukan didapat nilai t_{hitung} sebesar 2,383 > 1,985 dan nilai Sig. (2-tailed) sebesar 0,019 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan Ha diterima yang berarti bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel harga terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk minyak goreng curah di Kota Banjarmasin. Mayoritas responden berpendapat bahwa harga pada minyak goreng curah telah sesuai dengan manfaat dan kualitas dari produk tersebut, serta harga yang

ditawarkan juga tergolong murah dan terjangkau. Persepsi konsumen terhadap harga minyak goreng curah ini bernilai rata-rata 3,32.

Harga memiliki pengaruh yang besar dalam suatu keputusan pembelian seseorang. Indikator harga menjadi penentu sejauh mana harga tersebut berpengaruh terhadap cara berpikir konsumen dalam membeli suatu produk. (Noorohmah, 2019, hlm.62-64). Artinya salah satu keputusan konsumen dalam memilih suatu produk dilihat dari harganya dan harga tersebut ditentukan oleh suatu perusahaan atau lembaga tertentu yang sesuai dengan apa yang diinginkan atau diharapkan konsumen. Harga merupakan instrumen penting dalam jual beli, jika harga yang ditawarkan wajar dan sesuai dengan mekanisme pasar dan aturan yang berlaku maka akan terjadi keadilan harga. Sebaliknya, jika harga itu ditetapkan dengan cara bathil yang dimasuki unsur-unsur politik dan mencari keuntungan sebanyak-banyaknya maka akan terjadi ketidakadilan harga.

Dalam pasar seorang konsumen melakukan permintaan/keputusan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Salah satu yang mempengaruhi keputusan pembelian terhadap barang atau jasa adalah harga. Semakin mahal harga barang atau jasa, maka konsumen akan mengurangi untuk mengkonsumsi barang atau jasa tersebut dan beralih mencari barang atau jasa yang sama. Sebaliknya, semakin murah harga barang atau jasa, maka konsumen akan loyal dalam mengkonsumsi barang atau jasa tersebut dan tidak akan mencari barang atau jasa yang lainnya. (Yopi Nisa Febianti, 2014, hlm. 16).

Keputusan pembelian merupakan suatu kegiatan untuk membeli sejumlah barang atau jasa yang dipilih berdasarkan informasi yang didapat tentang suatu produk. Bagi pemasar tahap keputusan pembelian ini sangat penting karena berhubungan dengan keberhasilan suatu program pemasaran. Oleh karena itu semakin tinggi persepsi konsumen terhadap harga, maka akan semakin kuat mendorong konsumen untuk melakukan keputusan pembelian suatu produk. (Muhammad Gigih Made P, 2015, hlm. 7).

Memilih harga jual yang sesuai kadang-kadang merupakan tindak penyeimbangan, harga harus mendukung beragam biaya yakni biaya operasi, administrasi, riset organisasi, biaya iklan, biaya pemasaran dan biaya penjual. Tetapi harga tidak boleh terlalu tinggi karena konsumen dapat berpindah ke produk pesaing. (Nurul Huda, 2017, hlm.17). Menurut peneliti harga minyak goreng curah sudah tergolong murah dan sangat terjangkau, sehingga banyak dibeli oleh berbagai kalangan masyarakat di Kota Banjarmasin. Konsumen juga setuju bahwa harga berdasarkan kesesuaian harga dengan *List Price*, kesesuaian harga dengan *discounts*, keterjangkauan harga dan daya saing harga yang ditawarkan dapat mempengaruhi mereka dalam membeli dan memilih produk minyak goreng curah.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa produk minyak goreng curah mampu memberikan harga yang baik untuk konsumennya sehingga membuat konsumen yakin untuk memilih minyak goreng tersebut. Hasil penelitian ini juga relevan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Riau Rahmat Hidayat yang berjudul “Pengaruh Harga dan Kualitas

Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pembeli Gula Aren Sawit di Desa Simpang Empat Kecamatan Sei Rampah Kabupaten Sergai Provinsi Sumut)" yang menunjukkan hasil variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian gula aren sawit di Desa Simpang Empat Kecamatan Sei Rempah Kabupaten Sergai Provinsi Sumut dibuktikan dengan t_{hitung} 2,445 > t_{tabel} 1,690.

2. Pengaruh secara parsial variabel kualitas produk (X_2) terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk minyak goreng curah di Kota Banjarmasin.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis variabel Kualitas Produk (X_2) terhadap keputusan konsumen dalam memilih minyak goreng curah yang telah dilakukan didapat nilai t_{hitung} sebesar 2,603 > 1,985 dan nilai Sig. (2-tailed) sebesar 0,011 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan Ha diterima yang berarti bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas produk terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk minyak goreng curah di Kota Banjarmasin.

Kualitas produk merupakan kemampuan dari suatu produk untuk menjalankan fingsinya yang mencakup daya tahan, kemajuan, kehandalan, kemudahan dan ciri-ciri lainnya. Persepsi konsumen terhadap kualitas produk akan mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli atau tidak. Jika suatu produk memiliki kualitas yang bagus dan sesuai dengan kebutuhan konsumen, maka konsumen akan memutuskan untuk membeli produk tersebut. (Riau Rahmat Hidayat, 2018, hlm. 31). Menurut peneliti

kualitas dari minyak goreng curah sesuai dengan kebutuhan masyarakat di Kota Banjarmasin, dan menurut mereka kualitas produk dari minyak goreng curah tidak jauh berbeda dengan kualitas produk dari minyak goreng kemasan yang bermerek.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa minyak goreng curah mampu memberikan kualitas yang baik untuk konsumennya yang terbuat dari bahan alami, sehingga membuat konsumen yakin untuk membeli minyak goreng tersebut. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan perintah Allah SWT dalam QS An Naml ayat 88. Artinya dalam memproduksi barang harus diselesaikan dengan kualitas yang sempurna dan baik karena Allah sudah menciptakan semua yang ada di langit dan di bumi dengan kualitas yang sempurna.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Riau Rahmat Hidayat yang berjudul "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pembeli Gula Aren Sawit di Desa Simpang Empat Kecamatan Sei Rampah Kabupaten Sergai Provinsi Sumut)" yang menunjukkan hasil variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian gula aren sawit di Desa Simpang Empat Kecamatan Sei Rempah Kabupaten Sergai Provinsi Sumut dibuktikan dengan t_{hitung} 4,037 > t_{tabel} 1,690.

3. Pengaruh secara simultan antara variabel harga (X_1) dan kualitas produk (X_2) terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk minyak goreng curah di Kota Banjarmasin.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 10,462 > F_{tabel} 3,09 dan nilai Sig. (2-tailed) sebesar 0,000 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan Ha diterima yang berarti secara simultan variabel Harga (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk minyak goreng curah di Kota Banjarmasin.

Pengambilan keputusan sangat penting dan merupakan tugas utama dari seseorang dalam mengambil keputusan. Pengambilan keputusan adalah proses menetapkan suatu keputusan yang baik, rasional, logis dan ideal berdasarkan data, fakta dan informasi dari sejumlah alternatif untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan. (Ibnul Jauzi Abdul Ceasar, 2017, hlm.42-43).

Jadi keputusan konsumen adalah tindakan dari konsumen untuk membeli atau tidak terhadap suatu produk.berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian dengan mempertimbangkan harga, kualitas dan produk yang sudah dikenali masyarakat. Konsumen memiliki anggapan adanya hubungan yang positif antara harga dan kualitas produk. Oleh karena itu mereka akan membandingkan antara produk yang satu dengan yang lainnya, dan barulah

mereka mengambil keputusan untuk membeli suatu produk. (Riau Rahmat Hidayat, 2018, hlm. 32).

Berdasarkan hasil analisis rata-rata jawaban persepsi reponden terhadap keputusan pembelian (Y) memilih minyak goreng curah memperoleh nilai 10,462 yang artinya konsumen tersebut memutuskan untuk membeli minyak goreng curah secara bersama-sama dapat dipengaruhi oleh bauran pemasaran yang diberikan yakni harga yang dapat dijangkau oleh konsumen dan kualitas produk yang dipercaya konsumen tidak jauh berbeda dengan minyak goreng kemasan bermerek. Variabel harga dan kualitas produk mampu menarik keputusan konsumen untuk membeli minyak goreng curah di Kota Banjarmasin.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Riau Rahmat Hidayat yang berjudul "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pembeli Gula Aren Sawit di Desa Simpang Empat Kecamatan Sei Rampah Kabupaten Sergai Provinsi Sumut)" yang menunjukkan hasil uji F berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian gula aren sawit di Desa Simpang Empat Kecamatan Sei Rempah Kabupaten Sergai Provinsi Sumut dibuktikan dengan F_{hitung} 13,127 > F_{tabel} 3,30.

C. Bauran pemasaran Harga dan Kualitas Produk Minyak Goreng Curah dalam Perspektif Ekonomi Islam

Dalam perspektif ekonomi Islam bauran pemasaran harga dan kualitas produk pada minyak goreng curah di Kota Banjarmasin telah sesuai dengan prinsip dan etika pemasaran syariah.

Harga salah satu bagian dari jual beli. Jual beli adalah suatu proses pemindahan hak milik barang atau harga kepada pihak lain dengan menggunakan uang sebagai alat ukurnya. Apabila harga tidak sesuai dengan kualitas produk untuk mencari keuntungan bagi pihak produsen, maka hal tersebut akan bertentangan dengan ajaran Islam yang dijelaskan pada QS An-Nisa ayat 29 yang berbunyi:

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

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harga sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu, dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu". (QS An-Nisa:29).

Ayat di atas menjelaskan bahwa penetapan harga dalam jual beli haruslah saling ridho meridhoi dan suka sama suka, serta dilakukan dengan senang hati maka barulah kamu boleh memakannya. Jika penentuan harga dilakukan dengan memaksa penjual menerima harga yang tidak mereka ridhoi, maka tindakan ini tidak benar menurut agama. Sebaliknya, jika penentuan harga menimbulkan keadilan bagi seluruh masyarakat, maka tindakan ini benar menurut agama dan wajib diterapkan. (Riau Rahmat Hidayat, 2018, hlm. 13).

Penetapan harga yang dilarang dalam Islam ada beberapa bentuk diantaranya diskriminasi harga yang berakibat pada ketidakadilan, penipuan dalam penentuan harga dan menentukan harga yang berlebihan. (Nur Asnawi & M. Asnan Fanani, 2017, hlm. 165). Apabila dkaitkan dengan penelitian ini, penetapan harga telah sesuai dengan perspektif ekonomi Islam karena tidak ada diskriminasi harga dan harga yang ditetapkan oleh perusahaan atau lembaga menurut mayoritas responden dalam penelitian ini terjangkau dan sesuai dengan kebutuhan mereka.

Produk yang dipasarkan adalah sesuatu yang baik dalam memenangkan persaingan apabila memiliki kualitas yang baik pula. Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS Al-Baqarah ayat 168 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya*:"Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan, karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh nyata bagimu".* (QS Al-Baqarah:168).

Ayat di atas menjelaskan bahwa untuk memproduksi barang kita harus memperhatikan kualitas produk tersebut sehingga nantinya dapat dimanfaatkan dan digunakan dengan baik dan berkah. (Riau Rahmat Hidayat, 2018, hlm. 26-27). Apabila dikaitkan dengan penelitian ini, kualitas dari minyak goreng curah telah sesuai dengan perspektif ekonomi Islam karena minyak goreng curah berasal dari kelapa sawit dan bahan alami lainnya.