BAB IV

LAPORAN PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Karakteristik Responden

   Dalam mendapatkan data, peneliti menyebarkan kuesioner online yang diisi oleh mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Antasari Banjarmasin. Penyerahan kuesioner tersebut dilakukan selama 5 hari mulai tanggal 10 Juni 2020 - 15 Juni 2021, data-data yang didapat melalui kuesioner ialah berasalah dari 95 orang responden. Hasil jawaban kuesioner dirangkum dan dianalisis dengan IBM SPSS 22.0 *for windows*.

   Karakteristik responden sebagai berikut:

   a. Jurusan Responden

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan

No	Jurusan	Jumlah	%
1	Ekonomi Syariah	68	71,1%
2	S1 Perbankan Syariah	11	11,6%
3	Asuransi Syariah	16	16,9%
	Total	95	100

Sumber: Data diolah, Penulis, 2021.

Data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner online menyatakan bahwa responden jurusan ekonomi syariah adalah sebanyak 71,1%, jurusan S1 perbankan syariah adalah sebanyak 11,6%, jurusan asuransi syariah adalah sebanyak 16,9%. Dari keterangan tersebut dapat disimpulkan bahwa konsumen terbanyak yang membeli dan mengkonsumsi produk Mie Indomie adalah mahasiswa jurusan ekonomi syariah.

b. Tahun Angkatan

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan

No	Tahun Angkatan	Jumlah	%
1	<2016	3	3,2%
2	2016	54	56,8%
3	>2016	38	40%
	Total	95	100

Sumber: Data diolah, Penulis, 2021

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa mahasiswa yang membeli dan mengkonsumsi mie Indomie pada tahun angkatan < 2016 adalah sebanyak 3 orang (3,2%), pada tahun angkatan 2016 adalah sebanyak 54 orang (56,8%), pada tahun angkatan >2016 adalah sebanyak 38 orang (40%). Jadi bisa disimpulkan bahwa dalam penelitian ini responden terbanyak adalah tahun angkatan 2016.

c. Jenis Kelamin

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	%
1	Laki-laki	14	14,7%
2	Perempuan	81	85,3%
	Total	95	100

Sumber: Data diolah, Penulis, 2021.

Berdasarkan tabel diatas, responden laki-laki adalah sebanyak 14 orang atau (14,7%) dan responden perempuan adalah 81 orang atau (85,3%) . Dari keterangan tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini mayoritas adalah perempuan.

d. Intensitas Transaksi

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Intensitas Transaksi

No	Transaksi	Jumlah	%
1	<2	20	21,1%
2	3-5 kali	68	71,6%
3	>5	7	7,4%
	Total	95	100

Sumber: Data diolah, Penulis, 2021

Berdasarkan tabel diatas, responden yang melakukan transaksi < 2 kali berjumlah 20 orang atau (21,1%), responden yang melakukan transaksi 3-5 kali berjumlah 68 orang atau (71,6%) dan responden yang melakukan transaksi sebanyak > 5 kali berjumlah 7 orang atau (7,4%) . Jadi dapat disimpulkan bahwa mahasiswa yang melakukan transaksi terbanyak dalam membeli dan mengkonsumi mi Indomie dalam sebulan adalah sebanyak 3-5 kali.

2. Deskripsi Variabel

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil pembagian kuesioner kepada para responden, maka gambaran mengenai Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Merek Indomie Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Penjelasan responden terhadap variabel Harga (X1)

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

Tabel 4.5 (X1.1) Harga mie Indomie terjangkau oleh semua kalangan

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1,1%
2	Tidak Setuju (TS)	0	0%
3	Cukup Setuju (CS)	10	10,5%
4	Setuju (S)	48	50,5%

5	Sangat Setuju (SS)	36	37,9%
	Total	95	100

Sumber; Data diolah: Penulis, 2021

Dari table di atas dengan jumlah 95 responden menunjukkan bahwa tanggapan sangat tidak setuju adalah sebanyak 1 orang atau (1,1%), menyatakan tidak setuju 0 orang atau (0%), menyatakan cukup setuju 10 orang atau (10,5%), menyatakan setuju 48 orang atau (50,5%), menyatakan sangat setuju 36 orang atau (37,9%). Berdasarkan hasil tersebut sebagian besar responden menyatakan setuju dengan pertanyaan harga mie Indomie terjangkau oleh semua kalangan.

Tabel 4.6 (X1.2) Harga yang ditawarkan oleh produk mie instan merek Indomie sesuai dengan kualitas produk

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	0	0%
3	Cukup Setuju (CS)	7	7,4%
4	Setuju (S)	58	61,1%
5	Sangat Setuju (SS)	30	31,6%
	Total	95	100

Sumber: Data diolah: Penulis, 2021

Dari table di atas dengan jumlah 95 responden menunjukkan bahwa tanggapan sangat tidak setuju adalah sebanyak 0 orang atau (0%), menyatakan tidak setuju 0 orang atau (0%), menyatakan cukup setuju 7 orang atau (7,4%), menyatakan setuju 58 orang atau (61,1%), menyatakan sangat setuju 30 orang atau (31,6%). Berdasarkan hasil tersebut sebagian besar responden menyatakan setuju dengan pertanyaan harga yang ditawarkan oleh produk mie instan merek Indomie sesuai dengan kualitas produk

Table 4.7 (X1.3) Harga produk Mie Indomie sesuai dengan manfaat yang diterima (rasa dan porsi)

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	7	7,4%
3	Cukup Setuju (CS)	21	22,1%
4	Setuju (S)	49	51,6%
5	Sangat Setuju (SS)	18	18,9%
	Total	95	100

Sumber: Data diolah: Penulis 2021

Dari table di atas dengan jumlah 95 responden menunjukkan bahwa tanggapan sangat tidak setuju adalah sebanyak 0 orang atau (0%), menyatakan tidak setuju 7 orang atau (7,4%), menyatakan cukup setuju 21 orang atau (22,1%),

menyatakan setuju 49 orang atau (51,6%), menyatakan sangat setuju 18 orang atau (18,9%). Berdasarkan hasil tersebut sebagian besar responden menyatakan setuju dengan pertanyaan harga produk Mie Indomie sesuai dengan manfaat yang diterima (rasa dan porsi)

Tabel 4.8 (X1.4) Mie Indomie menawarkan harga yang lebih murah dari pada harga mie instan lainnya

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	2	2,1%
2	Tidak Setuju (TS)	23	24,2%
3	Cukup Setuju (CS)	37	38,9%
4	Setuju (S)	30	31,6%
5	Sangat Setuju (SS)	2	2,1%
	Total	95	100

Sumber: Data diolah: Penulis, 2021

Dari table di atas dengan jumlah 95 responden menunjukkan bahwa tanggapan sangat tidak setuju adalah sebanyak 2 orang atau (2,1%), menyatakan tidak setuju 23 orang atau (24,2%), menyatakan cukup setuju 37 orang atau (38,9%), menyatakan setuju 30 orang atau (31,6%), menyatakan sangat setuju 2 orang atau (2,1%). Berdasarkan hasil tersebut sebagian besar responden

menyatakan cukup setuju dengan pertanyaan Mie Indomie menawarkan harga yang lebih murah dari pada harga mie instan lainnya.

Table 4.9 (X1.5) Harga mie instan merek Indomie mampu bersaing dengan merek lainnya

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	0	0%
3	Cukup Setuju (CS)	8	8,4%
4	Setuju (S)	67	70,5%
5	Sangat Setuju (SS)	20	21,1%
	Total	95	100

Sumber: Data diolah: Penulis, 2021

Dari table di atas dengan jumlah 95 responden menunjukkan bahwa tanggapan sangat tidak setuju adalah sebanyak 0 orang atau (0%), menyatakan tidak setuju 0 orang atau (0%), menyatakan cukup setuju 8 orang atau (8,4%), menyatakan setuju 67 orang atau (70,5%), menyatakan sangat setuju 20 orang atau (21,1%). Berdasarkan hasil tersebut sebagian besar responden menyatakan setuju dengan pertanyaan harga mie instan merek Indomie mampu bersaing dengan merek lainnya

Tabel 4.10 (X2.1) Tampilan mie Indomie bersih dan higenis

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	0	0%
3	Cukup Setuju (CS)	8	8,4%
4	Setuju (S)	57	60%
5	Sangat Setuju (SS)	30	31,6%
	Total	95	100

Sumber: Data diolah: Penulis, 2021

Dari table di atas dengan jumlah 95 responden menunjukkan bahwa tanggapan sangat tidak setuju adalah sebanyak 0 orang atau (0%), menyatakan tidak setuju 0 orang atau (0%), menyatakan cukup setuju 8 orang atau (8,4%), menyatakan setuju 57 orang atau (60%), menyatakan sangat setuju 30 orang atau (31,6%). Berdasarkan hasil tersebut sebagian besar responden menyatakan setuju dengan pertanyaan tampilan mie Indomie bersih dan higenis.

Table 4.11 (X2.2) Pada bungkus mie Inomie sudah memiliki label halal pada kemasannya sehingga saya tidak ragu untuk membelinya sebagai umat Islam

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	0	0%
3	Cukup Setuju (CS)	0	0%
4	Setuju (S)	50	56,6%
5	Sangat Setuju (SS)	45	47,4%
	Total	95	100

Sumber: Data diolah: Penulis, 2021

Dari table di atas dengan jumlah 95 responden menunjukkan bahwa tanggapan sangat tidak setuju adalah sebanyak 0 orang atau (0%), menyatakan tidak setuju 0 orang atau (0%), menyatakan cukup setuju 0 orang atau (0%), menyatakan setuju 50 orang atau (56,6%), menyatakan sangat setuju 45 orang atau (47,4%). Berdasarkan hasil tersebut sebagian besar responden menyatakan setuju dengan pertanyaan pada bungkus mie Inomie sudah memiliki label halal pada kemasannya sehingga saya tidak ragu untuk membelinya sebagai umat Islam

Table 4.12 (X2.3) Sebelum memutuskan membeli mie instan, saya terlebih dahulu memutuskan jenis produk mie instan yang sesuai selera saya

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	2	2,1%
3	Cukup Setuju (CS)	6	6,3%
4	Setuju (S)	58	61,1%
5	Sangat Setuju (SS)	29	30,5%
	Total	95	100

Sumber: Data diolah: Penulis, 2021

Dari table di atas dengan jumlah 95 responden menunjukkan bahwa tanggapan sangat tidak setuju adalah sebanyak 0 orang atau (0%), menyatakan tidak setuju 2 orang atau (2,1%), menyatakan cukup setuju 6 orang atau (6,3%), menyatakan setuju 58 orang atau (61,1%), menyatakan sangat setuju 29 orang atau (30,5%). Berdasarkan hasil tersebut sebagian besar responden menyatakan setuju dengan pertanyaan sebelum memutuskan membeli mie instan, saya terlebih dahulu memutuskan jenis produk mie instan yang sesuai selera saya

Table 4.13 (X2.4) Mie Indomie memiliki rasa yang sesuai dengan harapan saya

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	0	0%
3	Cukup Setuju (CS)	13	13,7%
4	Setuju (S)	66	69,5%
5	Sangat Setuju (SS)	16	16,8%
	Total	95	100

Sumber: Data diolah: Penulis, 2021

Dari table di atas dengan jumlah 95 responden menunjukkan bahwa tanggapan sangat tidak setuju adalah sebanyak 0 orang atau (0%), menyatakan tidak setuju 0 orang atau (0%), menyatakan cukup setuju 13 orang atau (13,7%), menyatakan setuju 66 orang atau (69,5%), menyatakan sangat setuju 16 orang atau (16,8%). Berdasarkan hasil tersebut sebagian besar responden menyatakan setuju dengan pertanyaan Mie Indomie memiliki rasa yang sesuai dengan harapan saya

Table 4.14 (X2.5) Mie Indomie memiliki tekstur yang lembut

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	3	3,2%
3	Cukup Setuju (CS)	34	35,8%
4	Setuju (S)	48	50,5%
5	Sangat Setuju (SS)	10	10,5%
	Total	95	100

Sumber: Data diolah: Penulis, 2021

Dari table di atas dengan jumlah 95 responden menunjukkan bahwa tanggapan sangat tidak setuju adalah sebanyak 0 orang atau (0%), menyatakan tidak setuju 3 orang atau (3,2%), menyatakan cukup setuju 34 orang atau (35,8%), menyatakan setuju 48 orang atau (50,5%), menyatakan sangat setuju 10 orang atau (10,5%). Berdasarkan hasil tersebut sebagian besar responden menyatakan setuju dengan pertanyaan Mie Indomie memiliki tekstur yang lembut

Table 4.15 (Y.1) Keinginan dan kemantapan saya membeli Mie Indomie setelah saya membandingkannya dengan produk Mie instan merek lainnya.

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1,1%
2	Tidak Setuju (TS)	4	4,2%
3	Cukup Setuju (CS)	23	24,2%
4	Setuju (S)	48	50,5%
5	Sangat Setuju (SS)	19	20%
	Total	95	100

Sumber: Data diolah: Penulis, 2021

Dari table di atas dengan jumlah 95 responden menunjukkan bahwa tanggapan sangat tidak setuju adalah sebanyak 1 orang atau (1,1%), menyatakan tidak setuju 4 orang atau (4,2%), menyatakan cukup setuju 23 orang atau (24,2%), menyatakan setuju 48 orang atau (50,5%), menyatakan sangat setuju 19 orang atau (20%). Berdasarkan hasil tersebut sebagian besar responden menyatakan setuju dengan pertanyaan keinginan dan kemantapan saya membeli Mie Indomie setelah saya membandingkannya dengan produk Mie instan merek lainnya.

Table 4.16 (Y.2) Saya merasa puas setelah membeli dan mengkonsumsi produk mie instan merek Indomie dari pada merek yang lainnya

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1,1%
2	Tidak Setuju (TS)	4	4,2%
3	Cukup Setuju (CS)	36	37,9%
4	Setuju (S)	46	48,4
5	Sangat Setuju (SS)	8	8,4%
	Total	95	100

Sumber: Data diolah: Penulis, 2021

Dari table di atas dengan jumlah 95 responden menunjukkan bahwa tanggapan sangat tidak setuju adalah sebanyak 1 orang atau (1,1%), menyatakan tidak setuju 4 orang atau (4,2%), menyatakan cukup setuju 36 orang atau (37,9%), menyatakan setuju 46 orang atau (48,4%), menyatakan sangat setuju 8 orang atau (8,4%). Berdasarkan hasil tersebut sebagian besar responden menyatakan setuju dengan pertanyaan saya merasa puas setelah membeli dan mengkonsumsi produk mie instan merek Indomie dari pada merek yang lainnya.

Table 4.17 (Y.3) Karena kebiasaan saya membeli mie Instan , maka Indomie akan menjadi pilihan alternatif saya ketika ingin makan mie instan

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	6	6,3%
3	Cukup Setuju (CS)	30	31,6%
4	Setuju (S)	42	44,2%
5	Sangat Setuju (SS)	17	17,9%
	Total	95	100

Sumber: Data diolah: Penulis, 2021

Dari table di atas dengan jumlah 95 responden menunjukkan bahwa tanggapan sangat tidak setuju adalah sebanyak 0 orang atau (0%), menyatakan tidak setuju 6 orang atau (6,3%), menyatakan cukup setuju 30 orang atau (31,6%), menyatakan setuju 42 orang atau (44,2%), menyatakan sangat setuju 17 orang atau (17,9%). Berdasarkan hasil tersebut sebagian besar responden menyatakan setuju dengan pertanyaan karena kebiasaan saya membeli mie Instan , maka Indomie akan menjadi pilihan alternatif saya ketika ingin makan mie instan

Table 4.18 (Y.4) Saya melakukan pembelian ulang mie instan merek Indomie karena kemudahan dalam menemukan produk

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	1	1,1%
3	Cukup Setuju (CS)	15	15,8%
4	Setuju (S)	56	58,9%
5	Sangat Setuju (SS)	23	24,2%
	Total	95	100

Sumber: Data diolah: Penulis, 2021

Dari table di atas dengan jumlah 95 responden menunjukkan bahwa tanggapan sangat tidak setuju adalah sebanyak 0 orang atau (0%), menyatakan tidak setuju 1 orang atau (1,1%), menyatakan cukup setuju 15 orang atau (15,8%), menyatakan setuju 56 orang atau (58,9%), menyatakan sangat setuju 23 orang atau (24,2%). Berdasarkan hasil tersebut sebagian besar responden menyatakan setuju dengan pertanyaan saya melakukan pembelian ulang mie instan merek Indomie karena kemudahan dalam menemukan produk

Table 4.19 (Y.5) Saya akan mengajak rekomendasikan kepada orang lain untuk membeli produk mie instan merek Indomie

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	20	21,1%
3	Cukup Setuju (CS)	26	27,4%
4	Setuju (S)	41	43,2%
5	Sangat Setuju (SS)	8	8,4%
	Total	95	100

Sumber: Data diolah: Penulis, 2021

Dari table di atas dengan jumlah 95 responden menunjukkan bahwa tanggapan sangat tidak setuju adalah sebanyak 0 orang atau (0%), menyatakan tidak setuju 20 orang atau (21,1%), menyatakan cukup setuju 26 orang atau (27,4%), menyatakan setuju 41 orang atau (43,2%), menyatakan sangat setuju 8 orang atau (8,4%). Berdasarkan hasil tersebut sebagian besar responden menyatakan setuju dengan pertanyaan saya akan mengajak rekomendasikan kepada orang lain untuk membeli produk mie instan merek Indomie.

Table 4.20 (Y.6) Karena sesuai dengan kebutuhan selera saya, maka saya akan melakukan pembelian produk Mie Indomie kembali

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	0	0%
3	Cukup Setuju (CS)	18	18,9%
4	Setuju (S)	59	62,1%
5	Sangat Setuju (SS)	18	18,9%
	Total	95	100

Sumber: Data diolah: Penulis, 2021

Dari table di atas dengan jumlah 95 responden menunjukkan bahwa tanggapan sangat tidak setuju adalah sebanyak 0 orang atau (0%), menyatakan tidak setuju 0 orang atau (0%), menyatakan cukup setuju 18 orang atau (18,9%), menyatakan setuju 59 orang atau (62,1%), menyatakan sangat setuju 18 orang atau (18,9%). Berdasarkan hasil tersebut sebagian besar responden menyatakan setuju dengan pertanyaan karena sesuai dengan kebutuhan selera saya, maka saya akan melakukan pembelian produk Mie Indomie kembali

B. Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah untuk mengetahui tingkat kevalidan dari instrumen (kuesioner) yang digunakan dalam pengumpulan data. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah item-item yang tersaji dalam kuesioner benar-benar mampu mengungkapkan dengan pasti apa yang akan diteliti. Valid tidaknya butir pertanyaan variabel dapat dilihat dengan membandingkan nilai r hitung > r tabel. Mengetahui

derajat bebas (*degree of freedom*=df) diketahui dari jumlah sampel atau

responden (df= N-2), N= 95 maka df= 95-2= 93 dengan tingkat signifikansi 10% atau 0,01. Hasil pengamatan pada r Tabel didapatkan nilai dari sampel (N) = 95 sebesar 0,. Berdasarkan pada hasil uji validitas dihasilkan bahwa semua instrument mulai dari variabel X yang terdiri dari X1 (Harga) X2 (Produk) semuanya menghasilkan nilai (r hitung) > daripada r Tabel sebesar 0,169. Selain itu semua instrument variabel keputusan pembelian (Y) yang terdiri dari Y1, Y2, Y3, Y4, Y5, Y6 semuanya menghasilkan nilai (r hitung) > daripada r Tabel sebesar 0, Berikut adalah hasil dari uji validitas dengan bantuan SPSS 22 *for windows* pada tabel dibawah ini:

Table 4.21 Hasil Uji Validitas Variabel X1 Harga

Pertanyaan	r hitung	r table	Keterangan
1	0,607	0,169	Valid
2	0,636	0,168	Valid
3	0,692	0,168	Valid
4	0,604	0,168	Valid
5	0,544	0,168	Valid

Sumber Data: diolah: Penulis, 2021. (lihat lampiran)

Table 4.22 Hasil Uji Validitas Variabel X2 Produk

Pertanyaan	r hitung	r table	Keterangan
1	0,619	0,169	Valid
2	0,513	0,169	Valid
3	0,556	0,169	Valid
4	0,545	0,169	Valid
5	0,585	0,169	Valid

Sumber Data: diolah: Penulis, 2021. (lihat lampiran)

Table 4.23 Hasil Uji Validitas Variabel Y Keputusan Pembelian

Pertanyaan	r hitung	r table	Keterangan
1	0,573	0,169	Valid
2	0,646	0,169	Valid
3	0,740	0,169	Valid
4	0,621	0,169	Valid
5	0,755	0,169	Valid
6	0,682	0,169	Valid

Sumber Data: diolah: Penulis, 2021. (lihat lampiran)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi r hitung seluruh butir pertanyaan yang terdapat pada kuesioner lebih besar dari nilai r table (0,169). Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua instrument dalam penelitian ini dapat dikatakan valid.

2. Uji Reabilitas

   Uji reliabilitas dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus *cronbach's alpha*, butir pertanyaan yang masuk dalam uji ini hanya butir yang dinyatakan valid saja. Syarat suatu instrument bisa dikatakan reliabel jika nilai *cronbach's alpha* > 0,6. Berikut hasil uji reliabilitas penelitian ini dengan bantuan SPSS 22 *for windows* dibawah ini:

Table 4.24 Hasil Uji Reabilitas Instrumen Data

Reliability Statistics

Reliability Statistics

ronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.822	.826	16

Sumber Data: diolah: Penulis (2021)

Dari hasil uji reliabilitas didapatkan semua nilai dari hasil variabel X dan Y semuanya menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua instrument dalam penelitian ini reliabel. Maka dapat diartikan bahwa instrumen variabel yang terdapat pada kuesioner yang digunakan untuk melaksanakan penelitian ini reliable sebagai alat ukur.

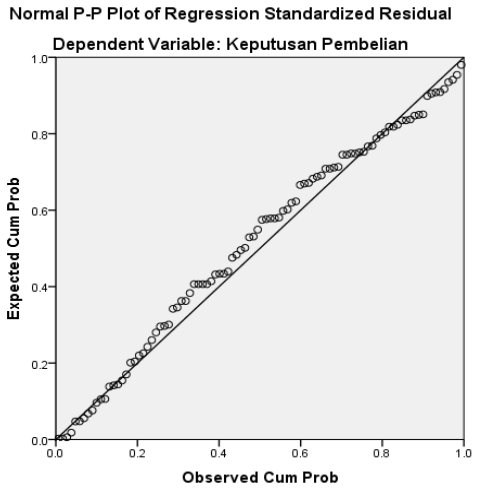
3. Uji Asumsi Klasik

a. Normalitas Data

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak karena model regresi linear yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan bantuan SPSS 22 *for* windows, grafik P-P plot dan uji *Kolmogorov-Smirnov*

(Uji K-S) sebagai alat pengujian normalitas. Berikut adalah hasil perhitungan uji normalitas:

Tabel 4.25 Hasil Uji Normalitas P.P plot



Sumber: Data diolah, Penulis, 2021

Table 4.26 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			95
Normal Parameters[a,b]		Mean	.0000000
		Std. Deviation	2.38966782
Most Extreme		Absolute	.082

Differences	Positive	.049
	Negative	-.082
Test Statistic		.082
Asymp. Sig. (2-tailed)		.118[c]

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

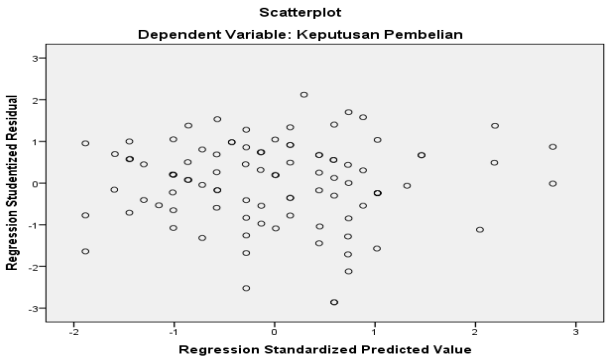
Sumber: Data diolah, Penulis, 2021

Berdasarkan hasil pengujian grafik P.P diatas terlihat pada sebaran data memusat pada nilai rata-rata dan median atau nilai PP terletak digaris diagonal, dan dari table hasil uji Kolmogorov-Smirnov bahwa nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05 , yaitu 0,200 (0,200>0,05). Dengan demikian, dapat dikatakan nilai residual berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas didefinisikan sebagai keadaan dimana terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengalaman yang lain pada model regresi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *scatterplot* untuk menguji terjadi atau tidaknya heterokedastisitas. Berikut hasil dari *scatterplot*:

Table 4.27 Hasil Uji Heteroskedastisitas scatterplot



Sumber: Data diolah, Penulis, 2021

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa titik-titik pada grafik menyebar secara acak pada bagian atas dan bawah 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu. Maka dapat disimpulkan bahwa data yang diuji pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonielitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi interkorelasi (hubungan yang kuat) antar variabel independent. Model regresi yang baik ditandai dengan tidak terjadi interkorelasi antar variabel independent (tidak terjadi gejala multikolinearitas). Salah satu cara yang paling akurat untuk mendeteksi ada atau tidaknya gejala multikolinearitas ini adalah dengan menggunakan metode Tolerance dan VIF (Varians Inflation Factor). Jika nilai Tolerance lebih besar dari 0,1 atau nilai VIF lebih besar atau sama dengan 10, maka terjadi multikolonieritas diantara variabel bebas. Sebaliknya jika nilai VIF lebih kecil 10, maka tidak terjadi multikolonieritas diantara variabel bebas. Nilai tolerance dan VIF dapat dilihat ditabel berikut:

Table 4.28 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Harga	0,624	1.602	Tidak terjadi Multikolonieritas
Produk	0,624	1.602	Tidak terjadi Multikolonieritas

Sumber: Data diolah, Penulis, 2021.

Berdasarkan hasil pengujian Multikolonieritas yang terdapat pada table 4.28 dapat dilihat bahwa variabel faktor harga ouput VIF hitung 1.602 < 10 dan untuk tolareance hitung 0,624 > 0,1 maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolonieritas. Sedangkan untuk tolerance hitung variabel produk (0,624), dari hasil variabel tersebut semuanya lebih dari 0,1. Hasil VIF hitung dari variabel produk (1.602) kurang dari 10. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolonieritas pada keseluruhan independent.

4. Analisis Linear Berganda

   Dalam melakukan pengolahan uji regresi linear berganda pada penelitian ini, peneliti menggunakan SPSS 22 *for windows.* Berdasarkan perhitungan regresi linear berganda antara faktor harga, faktor produk, dan keputusan pembelian hasil data yang diperoleh sebagai berikut (table hasil regresi linear berganda bisa dilihat di lampiran):

   Y=a+b1.X1+a+b2.X2+a.b3.X3+e

Y= -1.506 + 0,358 +0,831 +e

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Konstanta

Jika tidak terjadi pengaruh faktor harga(X_1), produk (X_2), maka keputusan pembelian (Y) -1.506

b. Faktor Produk (X_1)

Apabila faktor produk naik 1% maka keputusan pembelian (Y) akan naik 0,358%. Sebaliknya jika faktor produk turun 1% maka keputusan pembelian akan turun 0,358% .

Faktor produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y)

c. Faktor Harga

Apabila faktor harga naik 1% maka keputusan pembelian (Y) akan naik 0,831% . Sebaliknya jika faktor harga turun 1% maka keputusan pembelian akan turun 0,831%

Faktor harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y)

5. Uji Hipotesis

a. Koefisien Determinasi (R Square)

Derajat ketetpan atau koefisien determinasi yaitu untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (faktor harga, faktor produk) terhadap variabel terikat (Keputusan Pembelian). Berikut hasil uji Detreminasi(R Square)

Table 4.29 Hasil Uji Multikolonieritas

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.636[a]	.405	.392	2.416	1.698

a. Predictors: (Constant), Produk, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah, Penulis, 2021.

Berdasarkan table diatas dapat dilihat bahwa besarnya Adjusted R^2 adalah 0,392 yang berarti variasi dalam variabel faktor harga, faktor produk, sebesar 39,2%. Berdasarkan table output SPSS diatas, diketahui nilai koefisien dterminasi atau R Square adalah sebesar 0,405. Nilai R Square 0,405 ini berasal dari pengkuadratan nilai koefisien korelasi atau "R", yaitu 0,636 x 0,636 = 0,405 besarnya angka koefisien determinasi (R Square) adalah 0,405 atau sama dengan 40%. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel faktor harga (X1), faktor produk (X2) secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 37%. Sedangkan sisanya (100% - 40% = 60%) dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan ini

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk melihat bagaimana pengaruh semua variabel bebasnya, yaitu faktor harga, faktor produk secarasimultan terhadap variabel terikat, yaitu keputusan pembelian. Adapun hipotetsisnya sebagai berikut:

Ho: Tidak ada pengaruh secara simultan yang signifikansi dari faktor harga, faktor produk terhadap keputusan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin dalam membeli produk mie instan merek Indomie

Ha : Ada pengaruh secara simultan yang signifikansi dari faktor harga, faktor produk terhadap keputusan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin dalam membeli produk mie instan merek Indomie

Kriteria pengujian:

Dengan *level of significany* (α) = 0,1

Degree of freedom (df) = (k-1) (n-k-1)

Ho diterima dan Ha ditolak, Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ atau sig > α

Ho ditolak dan Ha diterima. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau sig $\leq \alpha$

Untuk mengetahui nilai F table dihitung dengan cara dft=k-1, df2=n-k-1. Dan α = 10% (n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah semua varibel). Maka dari itu, dfl1 = 2, dfl2 = 92. Hasil F table yang diperoleh adalah sebesar 2.01. Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 10% atau 0,1.

Adapun hasil uji F dari bantuan SPSS 22 *for windows* sebagai berikut:

Table 4.30 Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	365.570	2	182.785	31.327	.000[b]
	Residual	536.788	92	5.835		
	Total	902.358	94			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Produk, Harga

Sumber: Data diolah, Penulis, 2021.

Berdasarkan hasil perhitungan table 4.28 nilai F_{hitung} sebesar 31.327, dan F_{tabel} sebesar 2,01, jadi F_{hitung} 31.327 F_{tabel} 2,01 dan nilai signifikansi F adalah 0,000 < 0,1. Maka dapat disimpulkan Ho ditolak dan Ha diterima, artinya faktor harga dan produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Antasari Banjarmasin dalam membeli produk mie instan merek Indomie, dengan tingkat kesalahan 10%

c. Uji T (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengukur signifikansi pengaruh atau hubungan variabel antara variabel faktor harga, faktor produk apakah benar benar berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) secara terpisah atau parsial. Uji t digunakan dengan cara membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan signifikansi 0,1. Berikut adalah hasil dari uji t:

Table 4.31 Hasil Uji T (uji parsial)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.506	3.091		-.487	.627
	Harga	.358	.139	.253	2.569	.012
	Produk	.831	.180	.455	4.613	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah Penelitian, Penulis, 2021

Ho Tidak ada pengaruh secara parsial yang signifikansi dari faktor harga, faktor produk terhadap keputusan pembelian mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin dalam membeli produk mie instan merek Indomie.

Ha Ada pengaruh secara parsial yang signifikansi dari faktor harga, faktor produk, terhadap keputusan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Anatasari Banjarmasin dalam membeli produk mie instan merek Indomie.

Kriteria pengujian:

Dengan *level of significany* (α) = 0,10

Degree *of freedom* (df) = (n-k-1)

Ho diterima dan Ha ditolak, Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ atau sig > α

Ho ditolak dan Ha diterima. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau sig ≤ α

Variabel Faktor Harga (X1)

Hipotesis menyatakan bahwa

Ho: Tidak ada pengaruh parsial yang signifikansi dari faktor harga, faktor produk terhadap keputusan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Anatasari Banjarmasin dalam membeli produk mie instan merek Indomie.

Ha: Ada pengaruh secara parsial yang signifikansi dari faktor harga, faktor produk terhadap keputusan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Anatasari Banjarmasin dalam membeli produk mie instan merek Indomie.

Kriteria pengujian:

Dengan *level of significany* (α) = 0,10

Degree *of freedom* (df) = (n-k-1)

Ho diterima dan Ha ditolak, Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ atau sig > α

Ho ditolak dan Ha diterima. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau sig ≤ α

1. Variabel Faktor Harga (X1)

Hipotesis menyatakan bahwa:

Ho: Tidak ada pengaruh parsial yang signifikansi dari faktor harga, faktor produk terhadap keputusan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Anatasari Banjarmasin dalam membeli produk mie instan merek Indomie.

Ha: Ada pengaruh secara parsial yang signifikansi dari faktor harga, faktor produk terhadap keputusan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Anatasari Banjarmasin dalam membeli produk mie instan merek Indomie.

Berdasarkan table 4.29 dihasilkan nilai t_{hitung} variabel faktor harga 2.569 > 1,290 atau nilai sig 0,012 < alpha (α) 0,10 maka H_o ditolak dan H_a diterima, berarti variabel faktor harga mempunyai pengaruh secara parsial yang signifikan terhadap keputusan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Anatasari Banjarmasin dalam membeli produk mie instan merek Indomie.

Dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel faktor harga mempengaruhi keputusan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Anatasari Banjarmasin dalam membeli produk mie instan merek Indomie. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa faktor harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian bisa diterima.

2. Variabel Faktor Produk (X2)

Hipotesis menyatakan bahwa:

Ho: Tidak ada pengaruh parsial yang signifikansi dari faktor produk, faktor produk terhadap keputusan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Anatasari Banjarmasin dalam membeli produk mie instan merek Indomie.

Ha: Ada pengaruh secara parsial yang signifikansi dari faktor produk, faktor produk terhadap keputusan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Anatasari Banjarmasin dalam membeli produk mie instan merek Indomie.

Berdasarkan table 4.29 dihasilkan nilai t_{hitung} variabel faktor produk 4.613 > 1,290 atau nilai sig 0,000 < alpha (α) 0,10 maka H_o ditolak dan H_a diterima, berarti variabel faktor produk mempunyai pengaruh secara parsial yang signifikan terhadap keputusan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Anatasari Banjarmasin dalam membeli produk mie instan merek Indomie.

Dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel faktor produk mempengaruhi keputusan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Anatasari Banjarmasin dalam membeli produk mie instan merek Indomie. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa faktor produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian bisa diterima.

d. Uji Variabel Dominan

Pengujian variabel dominan dilakukan dengan melakukan perbandingan terhadap nilai koefisien beta pada masing-masing variabel bebas. Hasil uji variabel dominan dengan bantuan IBM SPSS 22 *for windows* dapat dilihat pada table dibawah ini:

Table 4.32 Hasil Uji Variabel Dominan

Variabel	Nilai Koefisien Beta	Keterangan
Harga (X1)	0,253	-
Produk (X2)	0,455	Dominan

Sumber : Data diolah, Penulis, 2021 (lihat lampiran)

Berdasarkan hasil table 4.32 diatas, dapat diketahui bahwa variabel yang paling dominan pengaruhnya terhadap keputusan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Anatasari Banjarmasin dalam membeli produk mie instan merek Indomie adalah variabel produk (X2) yaitu yang memiliki nilai koefisien beta sebesar 0,455. Hal ini terbantahkan dengan hasil uji t dari perbandingan kedua variabel bebas, yaitu harga dan produk.

e. Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil analisis deteminasi digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk mengetahui ada tidaknya tingkat hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat apabila:

R^2 : 1 atau mendekati 1, berarti pengaruh variabel bebas (harga, produk) semakin kuatpengaruhnya terhadap variabel terikat (keputusan pembelian).

R^2= 0, berarti variabel bebas tidak dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel terikat (keputusan pembelian)

Hasil determinasi (R Square) dengan bantuan IBM SPSS 22 for windows dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Table 4.33 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.636[a]	.405	.392	2.416

a. Predictors: (Constant), Produk, Harga

Sumber: Data diolah, Penulis 2021

Berdasarkan table 4.33 diatas, dapat diketahui besarnya Adjusted R^2 adalah 0,392 atau 39,2%. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat hubungan antara variabel bebas (Harga, Produk) terhadap variabel terikat (Keputusan Pembelian) sebesar 39,2%. Sedangkan sisanya (100% - 39,2% = 60,8%) dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Merek Indomie Pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin yang telah diuraikan diatas dengan bantuan program IBM SPSS 22 *for windows*, sehingga dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan karakteristik responden dapat diketahui bahwa keputusan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Anatasari Banjarmasin dalam membeliproduk mie instan merek Indomie:

a. Berdasarkan Jurusan menyatakan bahwa responden jurusan ekonomi syariah adalah sebanyak 71,7%, jurusan S1 perbankan syariah adalah sebanyak 11,6%, jurusan asuransi syariah adalah sebanyak 16,9%. Dari keterangan tersebut dapat disimpulkan bahwa konsumen terbanyak yang membeli dan mengkonsumsi produk Mie Indomie adalah mahasiswa jurusan ekonomi syariah.

b. Berdasarkan Tahun Angkatan mahasiswa yang membeli dan mengkonsumsi mie Indomie pada tahun angkatan < 2016 adalah sebanyak 3 orang (3,2%), pada tahun angkatan 2016 adalah sebanyak 54 orang (56,8%), pada tahun angkatan >2016 adalah sebanyak 38 orang (40%). Jadi bisa disimpulkan bahwa dalam penelitian ini responden terbanyak adalah tahun angkatan 2016.

c. Berdasarkan Jenis Kelamin responden laki-laki adalah sebanyak 14 orang atau (14,7%) dan responden perempuan adalah 81 orang atau (85,3%) . Dari keterangan tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini mayoritas adalah perempuan.

d. Berdasrakn Intensitas Transaksi responden yang melakukan transaksi < 2 kali berjumlah 21 orang atau (21,6%), responden yang melakukan transaksi 3-5 kali berjumlah 68 orang atau (71,1%) dan responden yang melakukan transaksi sebanyak > 5 kali berjumlah 7 orang atau (7,2%) . Jadi dapat disimpulkan bahwa mahasiswa yang melakukan transaksi terbanyak dalam membeli dan mengkonsumi mi Indomie dalam sebulan adalah sebanyak 3-5 kali.

2. Berdasarkan deskripsi variabel dapat diketahui bahwa:

a. Variabel Harga Variabel harga (X1) mempunyai nilai rata-rata 3,58 jawaban sebesar dari 96 responden dengan 5 butir pertanyaan. Nilai rata-rata jawaban responden tertinggi terdapat pada pertanyaan X1.4 dengan pernyataan "Mie Indomie menawarkan harga yang lebih murah dari pada harga mie instan lainnya " yakni nilai rata-ratanya sebesar 4,1

b. Variabel produk (X2) mempunyai nilai rata-rata jawaban sebesar 4,02 dari 96 responden dengan 5 butir pertanyaan. Nilai rata-rata jawaban responden tertinggi terdapat pada pertanyaan X2. dengan 96 pernyataan "Pada bungkus mie Inomie sudah memiliki label halal pada kemasannya sehingga saya tidak ragu untuk membelinya sebagai umat Islam" yakni nilai rata-ratanya sebesar 4,1

c. Variabel keputusan pembelian (Y) mempunyai nilai rata-rata jawaban sebesar 4,13 dari 96 responden dengan 6 butir pertanyaan. Nilai rata-rata jawaban responden tertinggi terdapat pada pertanyaan Y. dengan pernyataan " Karena

sesuai dengan kebutuhan selera saya, maka saya akan melakukan pembelian produk Mie Indomie kembali " yakni nilai rata-ratanya sebesar 5

3. Berdasarkan hasil pengujian uji validitas dan reabilitas instrument penelitian dapat diketahui bahwa:

a. Hasil uji validitas, besarnya koefisien korelasi dari seluruh total instrumen penelitian sebanyak 16 butir pernyataan. Terdiri dari 5 butir pernyataan untuk Harga (X1), 5 butir pernyatan untuk Produk (X2), dan 6 butir pernyataan untuk Keputusan Pembelian (Y). Dari hasil perhitungan koefisien korelasi (rxy), keseluruhan instrumen penelitian memiliki rhitung yang lebih besar dari r tabel 0,169.

   Harga (X1) = X1.1 rhitung 0,607, X1.2 rhitung 0,636, X1.3 rhitung 0,692, X1.4 rhitung 0,604, X.5 rhitung 0,544.

   Produk (X2) = X2.1 rhitung 0,619, X2.2 rhitung 0,513, X2.3 rhitung 0,556, X2.4 rhitung0,545, X2.5 rhitung 0,585.

   Keputusan Pembelian (Y) = Y.1 rhitung 0,573, Y.2 rhitung 0,646, Y. 3 rhitung 0,740, Y.4 rhitung 0,621, Y.5 rhitung 0,755, Y.6 rhitung 0,682, Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan yang diajukan dalam penelitian ini yang dapat dikatakan valid dan layak untuk dijadikan sebagai alat ukur data penelitian.

b. Hasil uji reabilitas, pada variabel harga (X1) diperoleh nilai cronbach's alpha sebesar 0,579, untuk variabel produk (X2) diperoleh nilai cronbach's alpha sebesar 0,458. Sedangkan pada variabel Keputusan Pembelian (Y) diperoleh nilai cronbach alpha sebesar 0,750. Variabel ini dapat dinyatakan reliabel

karena nilai cronbach's alpha pada hasil variabel Y, semuanya menghasilkan nilai Cronbach's Alpha > 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa butir-butir pernyataan yang digunakan pada setiap variabel (kuesioner) dalam penelitian ini yang berkaitan dengan Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Merek Indomie Pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin secara keseluruhan dapat dikatakan reliabel.

4. Berdasarkan hasil analisis data dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel bebas (harga,dan produk) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian). Secara parsial variabel produk terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan variabel harga tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian.

a. Pengaruh harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Merek Indomie Pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Pengaruh variabel harga terhadap keputusan pembelian diperoleh t_{hitung} sebesar 2,569 dengan tingkat signifikan t sebesar 0,012, sedangkan t_{tabel} sebesar 1,290 dengan tingkat signifikansi 0,10. Karena t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} (t_{hitung} 2,569 > t_{table} 1,290) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 10% (0,012 < 0,1) secara parsial variabel harga (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), sehingga dapat dinyatakan nahwa hipotesis tidak dapat diterima karena H_o diterima dan H_a ditolak.

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan berdasarkan perspektif ekonomi Islam, Allah Swt berfirman QS. An-Nisa/4:29

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا لَا تَأْكُلُوْٓا اَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ اِلَّآ اَنْ تَكُوْنَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۗ وَلَا تَقْتُلُوْٓا اَنْفُسَكُمْ ۗ اِنَّ اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janagnlah kamu membunuh dirimu sesungguhnya Allah maha penyayang kepadamu". (QS. An- Nisa/4:29)

Berdasarkan ayat diatas, telah dibuktikan bahwa harga yang telah ditetapkan oleh produk mie instan merek Indomie sesuai dengan ajaran Islam yang mengajrakna untuk menetapkan harga yang adil terhadap konsumennya. Produk mie instan merek Indomie menetapkan harga yang sesuai dengan manfaat yang dirasakan oleh konsumennya. Hal ini tentu sesuai dengan berbisnis secara Islam, karena baik penjual atau pembeli tidak ada yang dirugikan, penjual mendapatkan keuntungan dari hasil harga yang ditawarkan dan pembeli mendapatkan produk sesuai dengan harga yang mereka bayar.

b. Pengaruh Produk terhadap terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Merek Indomie Pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Pengaruh variabel harga terhadap keputusan pembelian diperoleh t_{hitung} sebesar 4,613 dengan tingkat signifikan t sebesar 0,000 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,290 dengan tingkat signifikansi 0,10. Karena t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} (t_{hitung} 4,613 > t_{table} 1,290) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 10% (0,000 < 0,1) secara parsial variabel produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), sehingga dapat dinyatakan nahwa hipotesis tidak dapat diterima karena H_o diterima dan H_a ditolak.

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan berdasarkan perspektif ekonomi Islam, Allah Swt berfirman QS. Al-Baqarah/2:168

يٰٓاَيُّهَا النَّاسُ كُلُوْا مِمَّا فِى الْاَرْضِ حَلٰلًا طَيِّبًا ۖوَّلَا تَتَّبِعُوْا خُطُوٰتِ الشَّيْطٰنِ ۗ اِنَّهٗ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِيْنٌ

> Artinya: "Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu". (Q.S.Al-Baqarah/2:168)

Berdasarkan ayat diatas, makanan dan minuman yang boleh dimakan umat Islam adalah makanan yang halal, yang artinya diperbolehkan untuk makan yang halal untuk dimakan dan tidak dilarang oleh hukum syara. Kualitas produk yang ditawarkan oleh mie instan merek Indomie telah dibuktikan oleh standar kehalalan MUI, yakni produk yang ditawarkan oleh mie instan merek Indomie adalah halal dan memiliki kualitas yang baik. Dengan dibuktikan kehalalan nya oleh MUI

membuat umat Islam untuk tidak ragu memakannya dan membelinya, sehingga terciptalah keputusan pembelian terhadap mie instan merek Indomie

c. Pengaruh Harga dan Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Merek Indomie Pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, variabel harga dan produk berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Merek Indomie Pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin, dengan tingkat kesalahan 10%.

Dalam penelitian ini pengaruh simultan dipengaruhi oleh variabel bebas yaitu harga dan produk dimana nilai F_{hitung} 31.327 > F_{tabel} 2,01 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,1. Sedangkan pengaruh secara parsial dipengaruhi oleh variabel produk, sedangkan variabel harga tidak berpengaruh secara parsial dimana variabel harga T_{hitung} 2,569 > T_{tabel} 1,290 dan nilai siginifikansi 0,012 < 0,1. Variabel produk berpengaruh secara parsial karena T_{hitung} 4,613 < T_{table} 1,290 dan nilai signifikansi 0,000 > 0,1. Artinya variabel produk H_o ditolak dan H_a diterima, sedangkan variabel harga H_o diterima dan H_a ditolak.

d. Variabel yang paling dominan untuk menentukan Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Merek Indomie Pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin

Berdasarkan hasil pengujian variabel dominan nilai koefisien beta pada harga (X1) sebesar 0,253, produk (X2) sebesar 0,445. Sehingga dapat diketahui bahwa variabel yang paling dominan pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian

Produk Mie Instan Merek Indomie Pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin adalah variabel produk (X2) yaitu memiliki nilai koefisien beta lebih dari yang lainnya yaitu sebesar 0,44.