

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Objek Penelitian**

Usaha *outlet* mana *banana* berdiri pada akhir tahun 2017 yang didirikan oleh tiga orang sahabat yang mempunyai satu rencana usaha. Setelah mencari sebuah usaha di youtube akhirnya menemukan yaitu pisang *nugget*. Pertama kali memasarkan produk lewat online setelah berjalanya waktu selama satu bulan dan mengumpulkan dana untuk mendirikan sebuah *outlet*. *Outlet* mana *banana* beralamat desa Kepatihan Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung.

Berdirinya *outlet* mana *banana* ini bertujuan sebagai awal karir usaha untuk mendapatkan penghasilan sendiri. Pertumbuhan ekonomi juga menjadi alasan didirikannya *outlet* mana *banana*. Seiring berkembangnya waktu dan zaman *outlet* mana *banana* mulai menunjukkan kemajuan yang signifikan, sehingga pemasaran mulai di tingkatkan di Tulungagung. Mulai mendirikan cabang-cabang *outlet*. Untuk saat ini *manabanana* mempunyai empat *outlet*.

#### **B. Profil Responden**

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pisang *nugget* mana *banana* Tulungagung. Adapun jumlah sampel yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden dengan teknik *purposive sampling*. Setiap

responden diberikan angket untuk memberikan jawaban atas pernyataan yang telah disediakan yang diukur dengan menggunakan *skala likert*.

### C. Karakteristik Responden

Pada bagian ini, akan dijelaskan mengenai identitas responden berdasarkan jenis kelamin, usia, Pendidikan terakhir, pekerjaan saat ini, dan jumlah pembelian.

#### 1. Jenis Kelamin Responden

Adapun data mengenai jenis kelamin responden adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.1**  
**JENIS KELAMIN**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PRIA	50	50.0	50.0	50.0
	WANITA	50	50.0	50.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2019

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa jenis kelamin responden adalah sebanyak 100 responden atau 50% pria dan 50% wanita.

## 2. Usia Responden

Adapun data mengenai usia responden adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.2**

### USIA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<17	5	5.0	5.0	5.0
	17 thn - 30 thn	94	94.0	94.0	99.0
	31 thn - 40 thn	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Dari tabel dapat diketahui bahwa usia responden konsumen pisang *nugget* mana *banana* Tulungagung adalah 5% responden yang berusia di bawah 17 tahun. Kemudian sebanyak 94% responden yang berusia antara 17-30 tahun. Sedangkan 1% responden berusia antara 31-40 tahun.

## 3. Pekerjaan Responden Saat Ini

Adapun data mengenai pekerjaan responden adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.3**

### PEKERJAAN SAAT INI

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS	1	1.0	1.0	1.0
	Peg. Swasta	9	9.0	9.0	10.0
	Mahasiswa	75	75.0	75.0	85.0
	Wiraswasta	7	7.0	7.0	92.0
	Lain-lain	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa bahwa pekerjaan responden dengan pekerjaan saat ini PNS adalah 1%. Sedangkan dengan pekerjaan saat ini peg, swasta sebanyak 9%. Kemudian MAHASISWA sebanyak 75%. Dan WIRASWASTA sebanyak 7%. Dan lain-lain sebanyak 8%.

#### 4. Jumlah Pembelian Responden

**Tabel 4.4**  
**JUMLAH PEMBELIAN**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	25	25.0	25.0	25.0
	3	24	24.0	24.0	49.0
	4	41	41.0	41.0	90.0
	>5	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2019

Berdasarkan table diatas dapat diketahui bahwa jumlah pembelian responden dengan jumlah pembelian 2 kali sebanyak 25%. Sedangkan dengan jumlah pembelian 3 kali sebanyak 24%. Kemudian dengan pembelian sebanyak 4 kali sebanyak 41%. Dan dengan pembelian lebih dari 5 kali sebanyak 10%.

#### D. Deskripsi Variabel

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi sebagai variabel bebas, kemudian Keputusan Pembelian sebagai variabel terikat. Data mengenai variabel-variabel tersebut didapat melalui angket yang telah

disebarkan kepada responden. Angket yang disebarikan kepada responden terdiri atas 5 item pernyataan untuk setiap variabelnya dan diukur menggunakan skala likert. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat dalam tabel berikut:

**Tabel 4.5**  
**Deskripsi Variabel Harga (X<sub>1</sub>)**

Item	Skor Jawaban												Jumlah	Mean
	5 (SS)		4 (S)		3 (N)		2 (TS)		1 (STS)					
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%				
X1.1	0	0%	78	78%	22	22%	0	0%	0	0%	100	100%	3,78	
X1.2	0	0%	73	73%	27	27%	0	0%	0	0%	100	100%	3,73	
X1.3	0	0%	72	72%	28	28%	0	0%	0	0%	100	100%	3,72	
X1.4	0	0%	71	71%	29	29%	0	0%	0	0%	100	100%	3,71	
X1.5	0	0%	69	69%	31	31%	0	0%	0	0%	100	100%	3,69	

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2019

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa untuk item (X1.1) yaitu harga produk pisang *nugget* mana banana terjangkau, dari 100 responden terdapat 78 responden atau 78% responden menyatakan setuju. Kemudian 22 responden atau 22% responden menyatakan netral. Dari hal tersebut dapat diartikan responden cenderung setuju bahwa harga produk pisang *nugget* Mana banana terjangkau.

Pada item(X1.2) yaitu harga bervariasi sesuai dengan jenisnya, dari 100 responden terdapat 73 responden atau 73% responden menyatakan setuju. Kemudian 27 responden atau 27% responden menyatakan netral. Dari hal tersebut dapat diartikan responden cenderung setuju bahwa harga bervariasi sesuai dengan jenisnya.

Pada item(X1.3) yaitu harga pisang *nugget* mana *banana* sesuai dengan kualitas produk, dari 100 responden terdapat 72 responden atau 72% responden menyatakan setuju. Kemudian 28 responden atau 28% responden menyatakan netral. Dari hal tersebut dapat diartikan responden cenderung setuju bahwa harga pisang *nugget* mana *banana* sesuai dengan kualitas produk.

Pada item(X1.4) yaitu harga pisang *nugget* mana *banana* lebih ekonomis di banding pisang *nugget* lain, dari 100 responden terdapat 71 responden atau 71% responden menyatakan setuju. Kemudian 29 responden atau 29% responden menyatakan netral. Dari hal tersebut dapat diartikan responden cenderung setuju bahwa harga pisang *nugget* mana *banana* lebih ekonomis di banding pisang *nugget* lain.

Pada item(X1.5) yaitu harga pisang *nugget* mana *banana* sesuai dengan manfaat yang responden rasakan, dari 100 responden terdapat 69 responden atau 69% responden menyatakan setuju. Kemudian 31 responden atau 31% responden menyatakan netral. Dari hal tersebut dapat diartikan responden cenderung setuju bahwa harga yaitu harga pisang *nugget* mana *banana* sesuai dengan manfaat yang responden rasakan.

Berdasarkan tabel dan hasil uraian di atas dapat disimpulkan bahwa nilai tertinggi untuk variabel kualitas produk adalah pada item (X1.1) yaitu harga produk pisang *nugget* mana banana terjangkau dengan nilai rata-rata 3,78. Sedangkan nilai terendah adalah pada item (X1.5) yaitu harga pisang *nugget* mana banana sesuai dengan manfaat yang responden rasakan dengan nilai rata-rata sebesar 3,69.

**Tabel 4.6**

**Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X<sub>2</sub>)**

Item	Skor Jawaban												Jumlah	Mean
	5 (SS)		4 (S)		3 (N)		2 (TS)		1 (STS)					
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%				
X2.1	0	0%	78	78%	22	22%	0	0%	0	0%	100	100%	3,78	
X2.2	0	0%	75	75%	25	25%	0	0%	0	0%	100	100%	3,75	
X2.3	0	0%	70	70%	30	30%	0	0%	0	0%	100	100%	3,70	
X2.4	0	0%	71	71%	29	29%	0	0%	0	0%	100	100%	3,71	
X2.5	0	0%	69	69%	31	31%	0	0%	0	0%	100	100%	3,69	

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa untuk item (X2.1) yaitu responden merasa kualitas produk pisang *nugget* mana *banana* sudah baik, dari 100 responden terdapat 78 atau 78% responden menyatakan setuju. Kemudian responden 22 atau 22%

responden menyatakan netral. Dari hal tersebut dapat diartikan responden cenderung setuju bahwa kualitas produk pisang *nugget* mana *banana* sudah baik.

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa untuk item (X2.2) yaitu produk yang dihasilkan pisang *nugget* mana *banana* memiliki keindahan tersendiri, dari 100 responden terdapat 75 responden atau 75 % responden menyatakan setuju. Kemudian 25 responden atau 25% responden menyatakan netral. Dari hal tersebut dapat diartikan responden cenderung setuju bahwa produk yang dihasilkan pisang *nugget* mana *banana* memiliki keindahan tersendiri.

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa untuk item (X2.3) yaitu aroma dan rasa pisang *nugget* mana *banana* berbeda dengan produk lain, dari 100 responden terdapat 70 responden atau 70% responden menyatakan setuju. Kemudian responden 30 atau 30% responden menyatakan netral. Dari hal tersebut dapat diartikan responden cenderung setuju bahwa aroma dan rasa pisang *nugget* mana *banana* berbeda dengan produk lain.

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa untuk item (X2.4) yaitu produk pisang *nugget* mana *banana* selalu sama dan konsisten dengan spesifikasi atau standar produk, dari 100 responden terdapat 712 responden atau 71% responden menyatakan setuju. Kemudian 29 responden atau 29% responden menyatakan netral. Dari hal tersebut dapat diartikan responden cenderung setuju bahwa produk pisang *nugget* mana *banana* selalu sama dan konsisten dengan spesifikasi atau standar produk.

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa untuk item (X2.5) yaitu responden merasa tidak ada keluhan selama mengkonsumsi produk pisang *nugget* mana *banana*, dari 100 responden terdapat 69 responden atau 69% responden menyatakan setuju. Kemudian responden 31 atau 31% responden menyatakan netral. Dari hal tersebut dapat diartikan responden cenderung setuju bahwa tidak ada keluhan selama mengkonsumsi produk pisang *nugget* mana *banana*.

Berdasarkan tabel dan hasil uraian di atas dapat disimpulkan bahwa nilai tertinggi untuk variabel kualitas produk adalah pada item (X1.1) yaitu responden merasa kualitas produk pisang *nugget* mana *banana* sudah baik dengan nilai rata-rata 3,78. Sedangkan nilai terendah adalah pada item (X1.5) yaitu tidak ada keluhan selama mengkonsumsi produk pisang *nugget* mana *banana* dengan nilai rata-rata sebesar 3,69.

**Tabel 4.7**  
**Deskripsi Variabel Lokasi (X<sub>3</sub>)**

Item	Skor Jawaban												Jumlah	Mean
	5 (SS)		4 (S)		3 (N)		2 (TS)		1 (STS)					
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%				
X3.1	0	0%	79	79%	21	21%	0	0%	0	0%	100	100%	3,79	
X3.2	0	0%	74	74%	26	26%	0	0%	0	0%	100	100%	3,74	
X3.3	0	0%	72	72%	28	28%	0	0%	0	0%	100	100%	3,72	
X3.4	0	0%	74	74%	26	26%	0	0%	0	0%	100	100%	3,74	
X3.5	0	0%	70	70%	30	30%	0	0%	0	0%	100	100%	3,70	

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa untuk item (X3.1) yaitu akses menuju lokasi *outlet* pisang *nugget* mana *banana* mudah, dari 100 responden terdapat 79 atau 79% responden menyatakan setuju. Kemudian 21 responden atau 21% responden menyatakan netral. Dari hal tersebut dapat diartikan responden cenderung setuju akses menuju lokasi *outlet* pisang *nugget* mana *banana* mudah.

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa untuk item (X3.2) yaitu lalu-lintas pada *outlet* pisang *nugget* mana *banana* berjalan dengan lancar, dari 100 responden terdapat 74 atau 74% responden menyatakan setuju. Kemudian 24 responden atau 24%

responden menyatakan netral. Dari hal tersebut dapat diartikan responden cenderung setuju lalu-lintas pada *outlet* pisang *nugget* mana *banana* berjalan dengan lancar.

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa untuk item (X3.3) yaitu *outlet* pisang *nugget* mana *banana* mempunyai tempat parkir yang cukup dan luas, dari 100 responden terdapat 72 atau 72% responden menyatakan setuju. Kemudian 28 responden atau 28% responden menyatakan netral. Dari hal tersebut dapat diartikan responden cenderung setuju *outlet* pisang *nugget* mana *banana* mempunyai tempat parkir yang cukup dan luas.

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa untuk item (X3.4) yaitu *outlet* pisang *nugget* mana *banana* mempunyai cabang di tempat lain, dari 100 responden terdapat 74 atau 74% responden menyatakan setuju. Kemudian 26 responden atau 26% responden menyatakan netral. Dari hal tersebut dapat diartikan responden cenderung setuju *outlet* pisang *nugget* mana *banana* mempunyai cabang di tempat lain.

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa untuk item (X3.5) yaitu kondisi lingkungan *outlet* pisang *nugget* mana *banana* bersih dan tidak berantakan, dari 100 responden terdapat 70 atau 70% responden menyatakan setuju. Kemudian 30 responden atau 30% responden menyatakan netral. Dari hal tersebut dapat diartikan responden cenderung setuju kondisi lingkungan *outlet* pisang *nugget* mana *banana* bersih dan tidak berantakan.

Berdasarkan tabel dan hasil uraian di atas dapat disimpulkan bahwa nilai tertinggi untuk variabel lokasi adalah pada item (X3.1) yaitu akses menuju lokasi *outlet* pisang *nugget* mana *banana* mudah dengan nilai rata-rata 3,79. Sedangkan nilai terendah adalah pada item (X1.5) yaitu kondisi lingkungan *outlet* pisang *nugget* mana *banana* bersih dan tidak berantakan dengan nilai rata-rata sebesar 3,70.

**Tabel 4.8**

**Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y)**

Item	Skor Jawaban												
	5 (SS)		4 (S)		3 (N)		2 (TS)		1 (STS)		Jumlah	Mean	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%			
Y1.1	0	0%	79	79%	21	21%	0	0%	0	0%	100	100%	3,79
Y1.2	0	0%	70	70%	30	30%	0	0%	0	0%	100	100%	3,70
Y1.3	0	0%	69	69%	31	31%	0	0%	0	0%	100	100%	3,69
Y1.4	0	0%	78	78%	22	22%	0	0%	0	0%	100	100%	3,78
Y1.5	0	0%	71	71%	29	29%	0	0%	0	0%	100	100%	3,72

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa untuk item (Y1.1) yaitu responden membeli pisang *nugget* mana *banana* karena membutuhkan makanan tersebut sebagai pelengkap/camilan, dari 100 responden terdapat 79 atau 79% responden menyatakan

setuju. Kemudian 21 responden atau 21% responden menyatakan netral. Dari hal tersebut dapat diartikan responden cenderung setuju membeli pisang *nugget* mana *banana* karena membutuhkan makanan tersebut sebagai pelengkap/camilan.

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa untuk item (Y1.2) yaitu sebelum responden membeli di *outlet* pisang *nugget* mana *banana* responden sudah mencari informasi tempat yang menjual pisang *nugget* di Tulungagung, dari 100 responden terdapat 70 responden atau 70% responden menyatakan setuju. Kemudian 30 responden atau 30% responden menyatakan netral. Dari hal tersebut dapat diartikan responden cenderung setuju sebelum responden membeli di *outlet* pisang *nugget* mana *banana* responden sudah mencari informasi tempat yang menjual pisang *nugget* di Tulungagung.

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa untuk item (Y1.3) yaitu responden merasa mantab membeli pisang *nugget* mana *banana* di Tulungagung, dari 100 responden terdapat 61 atau 61% responden menyatakan setuju. Kemudian 39 responden atau 39% responden menyatakan netral. Dari hal tersebut dapat diartikan responden cenderung setuju merasa mantab membeli pisang *nugget* mana *banana* di Tulungagung.

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa untuk item (Y1.4) yaitu responden akan memberi informasi kepada teman/keluarga/saudara untuk membeli pisang *nugget* mana *banana*, dari 100 responden terdapat 78 atau 78% responden menyatakan setuju.

Kemudian 22 responden atau 22% responden menyatakan netral. Dari hal tersebut dapat diartikan responden cenderung setuju akan memberi informasi kepada teman/keluarga/saudara untuk membeli pisang *nugget* mana *banana*.

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa untuk item (Y1.5) yaitu responden akan membeli lagi pisang *nugget* mana *banana*, dari 100 responden terdapat 71 atau 71% responden menyatakan setuju. Kemudian 29 responden atau 29% responden menyatakan netral. Dari hal tersebut dapat diartikan responden cenderung setuju akan membeli lagi pisang *nugget* mana *banana*.

Berdasarkan tabel dan hasil uraian di atas dapat disimpulkan bahwa nilai tertinggi untuk variabel keputusan pembelian adalah pada item (Y1.1) yaitu responden membeli pisang *nugget* mana *banana* karena membutuhkan makanan tersebut sebagai pelengkap/camilan dengan nilai rata-rata 3,79. Sedangkan nilai terendah adalah pada item (Y1.3) yaitu responden merasa mantab membeli pisang *nugget* mana *banana* di Tulungagung dengan nilai rata-rata sebesar 3,70.

## **E. Uji Validitas dan Reliabilitas**

### **1. Uji Validitas**

Uji validitas merupakan analisis untuk mengukur valid atau tidaknya item pernyataan kuesioner menggunakan metode *Pearson's Product Moment Correlation*. Suatu data dapat dikatakan valid apabila  $r_{hitung}$  lebih besar daripada  $r_{tabel}$ . Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 100 responden.

Dari jumlah responden tersebut dapat diketahui besarnya  $r_{\text{tabel}}$  adalah 0,195 ( $df = n-2 = 100-2 = 98$ ) dengan taraf kesalahan sebesar 5%. Jadi item pernyataan kuesioner tersebut dikatakan valid apabila nilai  $r_{\text{hitung}}$  pada *Correct Item Total Pearson Correlation* lebih besar dari 0,195. Berikut ini adalah hasil dari uji validitas dari masing-masing variabel.

**Tabel 4.9**

**Hasil Uji Validitas**

<b>Variabel</b>	<b>No. Item</b>	<b><i>Pearson Correlation</i></b>	<b><math>R_{\text{TABEL}}</math> (N=100) Taraf Signifikansi 5%</b>	<b>Keterangan</b>
Harga ( $X_1$ )	X <sub>1,1</sub>	0,425	0,195	Valid
	X <sub>1,2</sub>	0,576	0,195	Valid
	X <sub>1,3</sub>	0,538	0,195	Valid
	X <sub>1,4</sub>	0,242	0,195	Valid
	X <sub>1,5</sub>	0,341	0,195	Valid
Kualitas produk ( $X_2$ )	X <sub>2,1</sub>	0,360	0,195	Valid
	X <sub>2,2</sub>	0,501	0,195	Valid
	X <sub>2,3</sub>	0,345	0,195	Valid
	X <sub>2,4</sub>	0,555	0,195	Valid
	X <sub>2,5</sub>	0,542	0,195	Valid

Lokasi (X <sub>3</sub> )	X <sub>3,1</sub>	0,485	0,195	Valid
	X <sub>3,2</sub>	0,536	0,195	Valid
	X <sub>3,3</sub>	0,568	0,195	Valid
	X <sub>3,4</sub>	0,555	0,195	Valid
	X <sub>3,5</sub>	0,563	0,195	Valid
Keputusan Pembelian (Y <sub>1</sub> )	Y <sub>1,1</sub>	0,486	0,195	Valid
	Y <sub>1,2</sub>	0,562	0,195	Valid
	Y <sub>1,3</sub>	0,580	0,195	Valid
	Y <sub>1,4</sub>	0,291	0,195	Valid
	Y <sub>1,5</sub>	0,577	0,195	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2019

Berdasarkan tabel dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan mulai dari variabel harga (X<sub>1</sub>), kualitas produk (X<sub>2</sub>), lokasi (X<sub>3</sub>), dan keputusan pembelian (Y) adalah valid. Hal ini diketahui dari jumlah  $r_{hitung}$  lebih besar daripada  $r_{tabel}$ .

## 2. Uji Reliabilitas

Uji Reabilitas digunakan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reabilitas dengan menggunakan skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai dengan 1. Menurut

Triton variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpa* ( $\alpha$ ) > 0,195. Hasil dari pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Harga ( $X_1$ )	0,349	Reliabel
Kualitas Produk ( $X_2$ )	0,309	Reliabel
lokasi ( $X_3$ )	0,399	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,308	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2018

Berdasarkan table dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel dalam penelitian ini memiliki nilai *Alpha Cronbach's* yang lebih besar dari 0,195. Menurut Triton, hal tersebut menunjukkan bahwa instrumen dinyatakan Reliable.

## F. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalistik

Uji Normalitas adalah uji yang dilakukan untuk mengecek apakah penelitian kita berasal dari populasi yang sebenarnya normal. Uji ini diperlukan karena semua perhitungan *statistic parametric* memiliki asumsi normalitas sebaran. Disini untuk mendeteksi normalitas data digunakan dengan

pendekatan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov test*. Data dikatakan normal jika variabel memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05. Hasil dari uji normalitas tersebut adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.11**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		RES2
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.2091
	Std. Deviation	.29067
Most Extreme Differences	Absolute	.399
	Positive	.399
	Negative	-.262
Test Statistic		.399
Asymp. Sig. (2-tailed)		.399 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa nilai Sig. (2-tailed) variabel sebesar 0,399 yang artinya nilai Sig. (2-tailed) lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh data dalam penelitian ini terdistribusi normal.

## 2. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas timbul sebagai akibat adanya hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih atau adanya kenyataan bahwa dua variabel atau lebih bersama-sama dipengaruhi oleh variabel ketiga yang berada diluar model.

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi multikolinieritas. Hasil dari uji multikolinieritas untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Harga	.711	1.407
	Kualitas_Produk	.477	2.097
	Lokasi	.364	2.744

a. Dependent Variable: Keputusan\_Pembelian

Untuk mendeteksi terjadinya multikolinieritas dilakukan dengan melihat apakah nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih besar dari 10, maka model terbebas dari multikolinieritas.<sup>73</sup> Berdasarkan hasil uji multikolinieritas sebagaimana pada tabel, dapat dilihat bahwa nilai untuk (Harga) sebesar 1,407, (Kualitas Produk) sebesar 2,097, dan (Lokasi) sebesar 2.744. Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel terbebas dari multikolinieritas, karena nilai VIF untuk setiap variabel kurang dari atau tidak lebih besar dari 10.

<sup>73</sup>Agus Eko Sujianto, Aplikasi Statistik ..., hal. 79

### 3. Uji Heteroskedastisitas

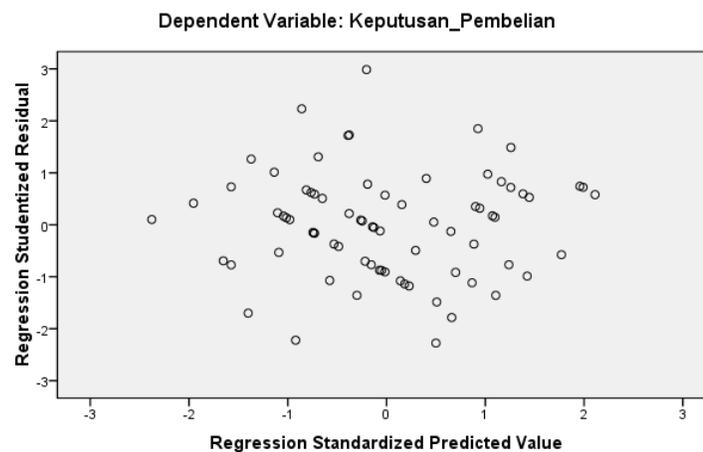
Dalam penelitian ini pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat *Scatterplot* dengan dasar analisis sebagai berikut ini:

- a. Jika ada pola tertentu seperti titik yang akan membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:

**Gambar 4.13**

Scatterplot



Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada gambar, dapat dilihat bahwa tidak ada suatu pola tertentu dan titik-titik menyebar di atas dan juga di bawah angka 0. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

### G. Uji Regresi Linier Berganda

Hasil uji pengaruh antara variabel independen (harga, kualitas produk, dan lokasi) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) dengan menggunakan uji regresi linier berganda disajikan sebagai berikut:

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	6.159	2.589	
Harga	.505	.093	.530
Kualitas Produk	.243	.107	.270
Lokasi	.332	.092	.398

a. Dependent Variable: Keputusan\_Pembelian

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda sebagaimana pada tabel, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 6,159 + 0,505 (X_1) + 0,243 (X_2) - 0,332 (X_3)$$

Berdasarkan persamaan regresi di atas, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Konstan sebesar 6,159 menyatakan bahwa jika variabel harga, kualitas produk, dan lokasi dalam keadaan konstan (tetap) maka keputusan pembelian sebesar 6,159.

- b. Koefisien regresi  $X_1$  (harga) sebesar 0,505 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan pada variabel  $X_1$  (kualitas produk) maka meningkatkan nilai keputusan pembelian sebesar 0,505.
- c. Koefisien regresi  $X_2$  (kualitas produk) sebesar 0,243 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan pada variabel  $X_2$  (kualitas produk) maka meningkatkan nilai keputusan pembelian sebesar 0,243.
- d. Koefisien regresi  $X_3$  (lokasi) sebesar  $-0,332$  menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan pada variabel  $X_3$  (lokasi) maka menurunkan nilai keputusan pembelian sebesar 0,332.

Tanda (+) menandakan arah hubungan yang searah, sedangkan tanda (-) menunjukkan arah hubungan yang berbanding terbalik antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y)

## H. Uji Hipotesis

### 1. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial masing-masing variabel independen (harga, kualitas produk, dan lokasi) apakah berpengaruh terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Adapun prosedurnya sebagai berikut:

$H_0$  : Artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

$H_1$  : Artinya ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Berikut adalah hasil dari uji t yang dilakukan dengan *software* pengolahan data SPSS 25.0.

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji t**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Standardized Coefficients	T	Sig.
		Beta		
1	(Constant)		2.379	.020
	Harga	.530	5.449	.000
	Kualitas Produk	.270	2.275	.026
	Lokasi	.398	3.591	.001

a. Dependent Variable: Keputusan\_Pembelian

a. Pengaruh Harga ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

$H_0$  : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian Pisang *Nugget* Mana *Banana* Tulungagung.

$H_1$  : Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian Pisang *Nugget* Mana *Banana* pada konsumen Pisang *Nugget* Mana *Banana* Tulungagung.

Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial diperoleh nilai t hitung  $> t_{\text{tabel}}$  yaitu  $5,449 > 1,992$  dan nilai Sig.  $< 0,050$  yaitu  $0,000 < 0,050$ .

Dari hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$

diterima, yang artinya ada pengaruh yang signifikan antara Harga terhadap keputusan pembelian Pisang *Nugget Mana Banana* pada konsumen Pisang *Nugget Mana Banana* Tulungagung.

b. Pengaruh Kualitas Produk ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

$H_0$  : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian Pisang *Nugget Mana Banana* pada konsumen Pisang *Nugget Mana Banana* Tulungagung.

$H_1$  : Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian Pisang *Nugget Mana Banana* pada konsumen Pisang *Nugget Mana Banana* Tulungagung.

Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,275 > 1,992$  dan nilai  $Sig. < 0,050$  yaitu  $0,026 < 0,050$ .

Dari hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang artinya ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian Pisang *Nugget Mana Banana* pada konsumen Pisang *Nugget Mana Banana* Tulungagung.

c. Pengaruh lokasi ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

$H_0$  : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara lokasi terhadap keputusan pembelian Pisang *Nugget Mana Banana* pada konsumen Pisang *Nugget Mana Banana* Tulungagung.

$H_1$  : Ada pengaruh yang signifikan antara lokasi terhadap keputusan pembelian Pisang *Nugget Mana Banana* pada konsumen Pisang *Nugget Mana Banana* Tulungagung.

Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $3,591 > 1,992$  dan nilai  $Sig. < 0,050$  yaitu  $0,001 < 0,050$ . Dari hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang artinya ada pengaruh yang signifikan antara lokasi terhadap keputusan pembelian Pisang *Nugget Mana Banana* pada konsumen Pisang *Nugget Mana Banana* Tulungagung.

Dari hasil uji t di atas, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen (harga, kualitas produk, dan lokasi) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (keputusan pembelian).

## 2. Uji F

Uji F dilakukan untuk menguji pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara simultan (bersama-sama). Adapun prosedurnya sebagai berikut:

$H_0$  : Artinya secara simultan tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

$H_1$  : Artinya secara simultan ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Hasil uji F adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji F**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	117.372	3	39.124	29.866	.000 <sup>b</sup>
	Residual	12.738	96	.133		
	Total	130.110	99			

a. Dependent Variable: JUMLAH KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), JUMLAH LOKASI, JUMLAH KUALITAS PRODUK, JUMLAH HARGA

$H_0$  : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian Pisang *Nugget Mana Banana* pada konsumen Pisang *Nugget Mana Banana* Tulungagung.

$H_1$  : Ada pengaruh yang signifikan harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian Pisang *Nugget Mana Banana* pada konsumen Pisang *Nugget Mana Banana* Tulungagung.

Berdasarkan tabel diperoleh nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $29,866 > 2,70$  dan nilai  $Sig. < 0,050$  yaitu  $0,000 < 0,050$ . Dari hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang artinya secara bersama-sama (simultan) ada pengaruh yang signifikan antara harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada konsumen pisang *nugget mana banana* Tulungagung.

### 3. Koefisien Determinan ( $R^2$ )

Analisis ini untuk mengetahui “seberapa besar sumbangan atau kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen”.<sup>74</sup> Dari uji analisis koefisien determinasi didapatkan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji Koefisien Determinan**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.950 <sup>a</sup>	.902	.899	.364

a. Predictors: (Constant), JUMLAH LOKASI, JUMLAH KUALITAS PRODUK, JUMLAH HARGA

b. Dependent Variable: JUMLAH KEPUTUSAN PEMBELIAN

Berdasarkan hasil uji koefisien determinan pada tabel, diketahui nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,902. Nilai *R Square* 0,902 ini berasal dari pengkuadratan nilai koefisien korelasi atau “R”, yaitu  $0,950 \times 0,950 = 0,902$ . Besarnya angka koefisien determinasi (*R Square*) adalah 0,902 atau sama dengan 90,2 %. Variabel dependen (keputusan pembelian) dijelaskan oleh variabel independen yang terdiri oleh harga, kualitas produk dan lokasi. Sedangkan sisanya sebesar  $(100\% - 90,2 = 9,8 \%)$  dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian.

---

<sup>74</sup> Dergibson Sugian Sugiarto, *Metode Statistika Untuk Bisnis Dan Ekonomi*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006), hal. 259