

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data

a. Gambaran Obyek Penelitian

1. Latar Belakang Berdirinya Adzkia Hijab Syar'i

Usaha gamis syar'i merupakan industri kecil pakaian jadi. Industri kecil ini merupakan salah satu usaha pembuatan gamis yang desainnya modern tetapi sesuai dengan syari'at Islam. Usaha ini didirikan pada tahun 2013 oleh pemuda yang bernama Arif Fatkhurrahman yang beralamat di RT 002/ RW 002, Desa Beji, Kecamatan Tulungagung, Kabupaten Tulungagung Jawa Timur 66218. Latar belakang berdirinya adalah berawal dari adik perempuan sang pemilik yang gemar menggunakan baju syar'i (gamis), kemudian pemilik berinisiatif untuk memesan baju syar'i untuk adiknya ditempat saudaranya yang seorang penjahit. Setelah bajunya jadi sang adik mengunggah fotonya yang memakai baju syar'i tersebut ke akun facebooknya dan kemudian ada salah seorang yang menanyakan atau berminat untuk membeli baju syar'i tersebut. Dari hal ini pemilik menjadi terinspirasi untuk memproduksi baju syar'i kemudian dijual. Dengan tekad yang kuat untuk berwirausaha maka beliau mencoba untuk mendirikan usaha baju syar'i (gamis) yang diberi nama Adzkia Hijab Syar'i. Pada

mula usaha ini berdiri Bapak Arif dibantu oleh keluarga sebagai sumber modalnya dan dibantu saudara lainnya untuk menjahit.

Hasil dari produksinya, beliau sendiri dan saudara-saudaranya yang mempromosikan produknya lewat situs online yaitu facebook, twitter dan Instagram. Dengan bertambahnya modal, bertambahnya pemasar (marketer) dan semakin dikenalnya gamis Adzkia Hijab Syar'i oleh konsumen, maka beliau memperluas usahanya dengan cara menambah tenaga kerja menjahit agar produksinya semakin meningkat, dan merekrut karyawan –karyawan, selain itu beliau juga menyewa sebidang ruko untuk beroperasinya usaha tersebut. Usaha baju syar'i (gamis) Adzkia Hijab Syar'i mampu bertahan dan mengalami peningkatan karena baju syar'i (gamis) yang dihasilkan memiliki kualitas produk yang bermutu, disamping itu Bapak Arif mampu memimpin dan mengembangkannya. Hal ini dapat dilihat dari semakin bertambahnya jumlah permintaan.⁷⁷

2. Lokasi Perusahaan

Lokasi usaha baju syar'i (gamis) Adzkia Hijab Syar'i di Jl. Mastrip no.33, Jepun , Kecamatan Tulungagung, Kabupaten Tulungagung Jawa Timur 66218.

⁷⁷ Wawancara dengan Arif Fatkhurrohman, tanggal 22 Juni 2019, pukul 10.00 di rumah Arif Fatkhurrohman

3. Produk

Produk yang ditawarkan oleh Usaha baju syar'i (gamis) Adzkie Hijab Syar'i ini adalah jenis pakaian yang menutup aurat sesuai dengan syariat islam. Jenis pakaian ini juga sering kita jumpai di butik-butik atau toko-toko yang menjual pakaian muslim. Disamping memiliki kualitas bahan yang bermutu dari produk Adzkie Hijab Syar'i juga menyediakan pilihan model produk yang syar'i namun tetap modern dan pilihan warna produk yang bervariasi. Hal itu dilakukan agar konsumen tertarik dan puas terhadap produk yang ditawarkan. Adapun produk Adzkie Hijab Syar'i yang dihasilkan dari tahun-tahun adalah :⁷⁸

Tabel 4.1
Nama-nama Produk Gamis Adzkie Hijab Syar'i

Tahun	Nama-Nama Produk Gamis di Adzkie Hijab Syar'i Tulungagung
2013	Gamis Sifon dan Gamis ManisQu
2014	Gamis Justmine, Gamis Blacksweet, Gamis ManisQu
2015	Gamis Twins, Gamis ManisQu, Gamis Vintage
2016	Gamis Polka, Gamis Lentera, Gamis Vintage, Gamis Ghaida
2017	Gamis Vintage Motif, Gamis ManisQu, Gamis j-daily, Gamis New Lentera, Gamis New Blacksweet, Gamis Lentera, Gamis Aina Lonceng, Gamis Aliya, Gamis Canda, Gamis Ghaida Motif

⁷⁸ Ibid., Wawancara dengan Arif Fatkhurrohman, tanggal 22 Juni 2019, pukul 10.05 di rumah Arif Fatkhurrohman

2018	Gamis Aira, Gamis Lentera, Gamis ManisQu, Gamis Ghaida, Gamis Fazia, Gamis Justmine, Gamis Sofia
2019	Gamis Abaya, Gamis Aira, Gamis Rania, Gamis ManisQu Shaline, Gamis Raya, Gamis Sofia, Gamis Aliya, Gamis Sheila

Sumber: Data Produk Gamis Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung

Tahun 2013-2019

4. Harga

Penetapan harga baju syar'i (gamis) ditentukan melalui Total biaya produksi dan biaya lain-lain. Harganya bervariasi, seperti pada tabel dibawah ini :⁷⁹

Tabel 4.2

Daftar Harga Gamis Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung

No.	Nama Gamis	Harga/set
1.	Gamis Sofia	Rp 380.000
2.	Gamis Aira Motif	Rp 400.000
3.	Gamis ManisQu	Rp 380.000
4.	Gamis Aliya	Rp 370.000
5.	Gamis Aira	Rp 400.000
6.	Gamis Sheila	Rp 460.000
7.	Gamis Raya	Rp 580.000
8.	Gamis Rania	Rp 390.000
9.	Gamis Abaya	Rp 500.000
10.	Gamis Abaya Renda	Rp 435.000
11.	Gamis Hulya	Rp 450.000
12.	Gamis Ghaida	Rp 350.000
13.	Gamis Nadia	Rp 430.000
14.	Gamis Justmine	Rp 435.000
15.	Gamis Aliya Motif	Rp 400.000
16.	Gamis Fazia	Rp 380.000

⁷⁹ Ibid., Wawancara dengan Arif Fatkhurrohman, tanggal 22 Juni 2019, pukul 10.10 di rumah Arif Fatkhurrohman

17.	Gamis Vintage	Rp 450.000
18.	Gamis Vintage Motif	Rp 400.000
19.	Gamis Polka	Rp 450.000
20.	Gamis J-daily	Rp 360.000
21.	Gamis J-daily 2.0	Rp 400.000
22.	Gamis Lentera	Rp 420.000
23.	Gamis Blacksweet	Rp 450.000

Sumber : Wawancara dengan Bapak Arif Fatkhurrohman 2019

5. Promosi

Promosi yang dilakukan oleh Adzkia Hijab Syar'i adalah menggunakan strategi periklanan melalui internet (media sosial) seperti Facebook, Whatsapp, Instagram dan shopee.⁸⁰ Adzkia Hijab Syar'i menggunakan Iklan Facebook atau *Facebook Ads* yaitu fitur yang ditawarkan oleh Facebook untuk mempromosikan atau mengiklankan suatu halaman atau *Fanpage* yang sebelumnya sudah dibuat oleh pengguna Facebook dengan jangkauan yang berbeda dan dapat diatur oleh pemasang iklan tersebut, jangkauan iklannya ini tergantung pembayaran iklan tersebut, iklan yang dipasang akan ditampilkan di sebelah kanan halaman Facebook.

⁸¹Strategi yang lain yaitu dengan strategi promosi penjualan seperti

⁸⁰ Ibid., Wawancara dengan Arif Fatkhurrohman, tanggal 22 Juni 2019, pukul 11.10 di rumah Arif Fatkhurrohman

⁸¹ Lasmadiarta, *Extreme Facebook Marketing...*, hlm 85.

memberi subsidi ongkos kirim dan diskon-diskon. Hal itu dilakukan untuk menarik minat konsumen untuk membeli produk dari Adzkia Hijab Syar'i.

6. Distribusi

Hasil dari produksi gamis ini sebagian didistribusikan ke para distributor yang telah bekerjasama dengan Adzkia Hijab Syar'i. Distributor berperan penting dalam proses pendistribusian, semakin banyak distributor secara langsung akan meningkatkan jumlah produksi gamis ini serta penjualannya juga akan meningkat. Selain itu, usaha ini juga melayani pembeli yang langsung datang ke pusat usaha Adzkia Hjiab Syar'i store untuk memilih – memilih baju syar'i (gamis) sesuai dengan keinginan tanpa adanya batas minimum pembelian.

7. Layout

Ruko yang dimiliki di daerah Jepun ini selain untuk pusat usaha/distribusi gamis, juga digunakan sebagai kantor dan tempat gamis-gamis hasil produksi diletakkan. Dimana dalam ruko ini pengunjung/pembeli yang akan melakukan pembelian secara langsung juga dapat memilih-milih sendiri gamis yang ingin dibeli dan juga ada karyawan yang akan siap melayani pembelian.

8. Sasaran dan Tujuan Pendirian Adzkia Hijab Syar'i

1. Sasaran

- a. Seluruh wanita muslimah yang menggunakan gamis syari yang sesuai dengan syariat Islam di dalam negeri maupun luar negeri.
- b. Wanita berhijab
- c. Ibu rumah tangga, ibu-ibu pengajian, anak muda, mahasiswa, wanita karir dll.

2. Tujuan

- a. Mencari keuntungan yang halal dan barokah.
- b. Memenuhi kebutuhan wanita muslimah yang menutup aurat sesuai dengan syariat Islam.
- c. Memenuhi kebutuhan seragam ibu-ibu pengajian.
- d. Melakukan usaha perdagangan sesuai dengan yang diajarkan Rasulullah.
- e. Menciptakan lapangan pekerjaan baru bagi orang lain.

9. Visi dan Misi Adzkia Hijab Syar'i

a. Visi

Menjadikan gamis syari sebagai *trend* berpakaian yang sopan dan bernilai bagi seluruh masyarakat pada umumnya terutama bagi para wanita muslimah. Untuk kedepannya menjadi industri fashion gamis syari yang banyak dikenal oleh konsumen dunia.

b. Misi

- 1. Memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya dengan cara yang sopan dan ramah.

2. Memenuhi kebutuhan wanita muslimah tentang fashion.
3. Membantu meningkatkan ekonomi dan kualitas masyarakat sekitar melalui industri fashion.
4. Menjadi industri produsen gamis syari yang lebih dikenal didalam maupun diluar negeri.⁸²

10. Struktur Organisasi

Tabel 4.3

Struktur Organisasi Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung

Nama	Jabatan
Arif Fatkhurrohman Itsna Faridatul Husna	Pemilik 1 Pemilik 2
1. Ninda (cs marketer) 2. Ulfa Amin (fanspage, whatsapp) 3. Dini (instagram, whatsapp) 4. Nita (line) 5. Lely (reseller, whatsapp, telegram)	Admin
1. Nurul (transfer, mutasi transaksi) 2. Farin (konfirmasi pembelian, komisi) 3. Ninda (akunting)	Keuangan

⁸² Wawancara dengan Itsna Pemilik Adzkia Hijab Syar'i, tanggal 09 Mei 2019

1. Itsna (foto, video) 2. Arif (iklan, krlola marketer, reseller)	Marketing
1. Itsna (rnd, bahan baku) 2. Arif (kontrol stock, produksi) 3. Ika (bross)	Produksi
1. Faris (packing, kurir) 2. Linda (sbc) 3. Zulfatun (input resi, ekspedisi luar negeri, komplain pengiriman)	Pengiriman
1. Fiki (setoran penjahit, prin alamat, menyiapkan produk) 2. Melda (cod, kasir, input keterangan pengambilan) 3. Fajar (jaga malam, kebersihan)	Gudang

Sumber : Wawancara dengan Bapak Arif Fatkhurrohman 2019

b. Profil Responden

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri secara langsung. Sumber data primer diperoleh dengan menyebarkan kuesioner atau angket secara langsung. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* ada sebanyak 50 responden yang merupakan konsumen Adzkie Hijab Syar'i Tulungagung yang dilakukan dirumah responden.

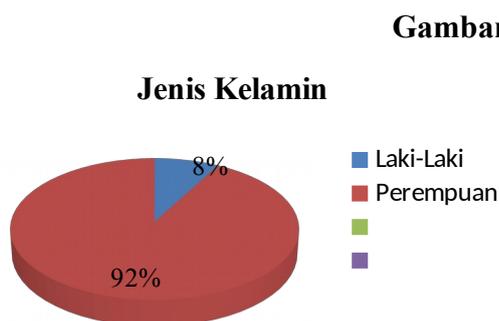
c. Karakteristik Responden

Karakteristik responden perlu disajikan dalam penelitian ini guna untuk menggambarkan keadaan atau kondisi responden yang dapat memberikan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian.

Penyajian data deskriptif penelitian ini bertujuan agar dapat dilihat profil dari data penelitian tersebut dan hubungan variabel yang digunakan dalam penelitian. Dalam hal ini peneliti membagi karakteristik responden menjadi 5 jenis, yaitu :

1. Jenis kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin responden dari konsumen gamis Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung adalah :



Jenis Kelamin
Sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Berdasarkan

Gambar 4.1 Dapat disimpulkan

bahwa responden berasal dari jenis kelamin Laki-laki dan perempuan yaitu sebanyak 50 responden. Responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 4 responden atau 4 %

sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 46 % responden atau 92%. Dalam penelitian ini responden mayoritas berjenis kelamin perempuan. Hal ini dikarenakan mayoritas konsumen gamis dari Adzkie Hijab Syar'i di Tulungagung adalah berjenis kelamin perempuan. Karena gamis / baju yang diperjualbelikan memang model gamis untuk perempuan saja. Biasanya laki-laki membeli gamis di Adzkie Hijab syar'i hanya untuk memberikan sebagai hadiah kepada istri / pasangannya saja.

2. Umur

Adapun data mengenai Umur responden dari konsumen gamis Adzkie Hijab Syar'i Tulungagung adalah :



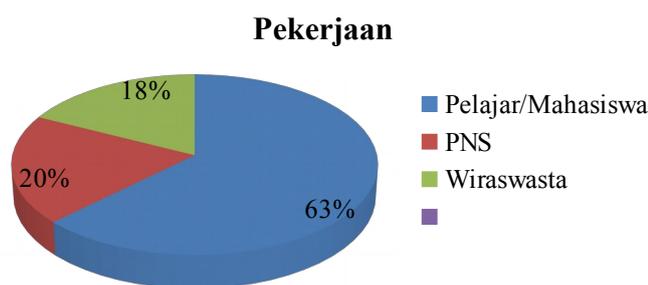
Berdasarkan Gambar 4.2 Diatas, diketahui bahwa usia responden Adzkie Hijab Syar'i Tulungagung yang diambil adalah responden yang berusia < 20 tahun sebanyak 12, responden yang berusia 20 – 30 tahun sebanyak 25, responden yang berusia > 30 tahun sebanyak 13, sebagian besar responden

Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung yang membeli produk tersebut adalah yang berumur 20 – 30 tahun, karena pada umur tersebut merupakan umur pendewasaan, dimana pola pikir seseorang sudah terarah dan terencana dengan baik.

3. Pekerjaan

Adapun data mengenai Pekerjaan responden dari konsumen gamis Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung adalah :

Gambar 4.3



Pekerjaan Responden

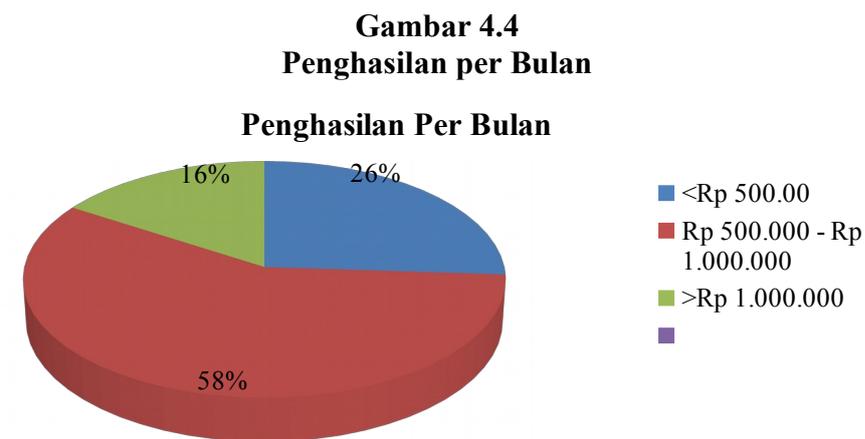
Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2019

Berdasarkan Gambar 4.3 Diatas, diketahui bahwa pekerjaan responden konsumen Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung pelajar atau mahasiswa sejumlah 32 responden, PNS sejumlah 10 responden, wiraswaswta sejumlah 9 responden. Mayoritas konsumen Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung berasal dari pelajar atau mahasiswa, karena pada masa itu merupakan fase

dimana seseorang masih terpengaruh banyak dari beberapa faktor-baik eksteren maupun intern.

4. Penghasilan per bulan

Adapun data mengenai penghasilan per bulan responden dari konsumen gamis Adzkie Hijab Syar'i Tulungagung adalah :

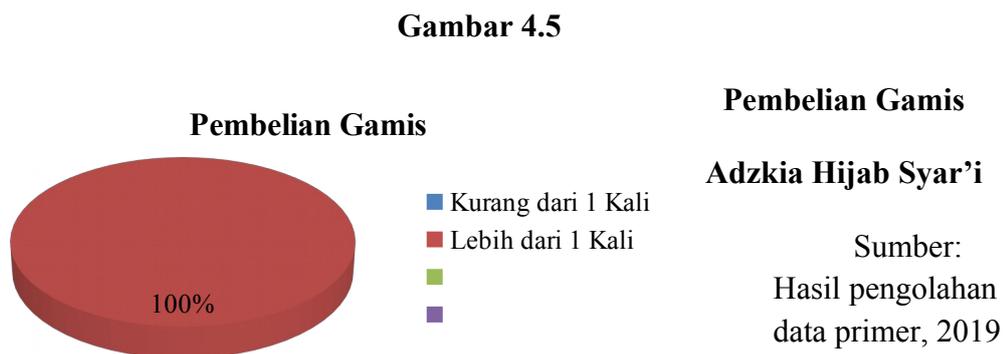


Sumber: Hasil pengolahan data primer, 2019

Berdasarkan hasil penelitian pada Gambar di atas dapat diketahui bahwa penghasilan per bulan responden adalah berkisar antara Rp 500.000 – Rp 1.000.000 dengan jumlah 29 responden atau 58%. Dan paling sedikit adalah penghasilan per bulan sebesar lebih dari Rp 1.000.000 dengan jumlah 8 responden atau 16%. Untuk lebih jelasnya.

5. Pembelian Gamis Adzkia Hijab Syar'i

Adapun data mengenai pembelian Gamis responden dari konsumen gamis Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung adalah :



Berdasarkan Gambar 4.5 sebanyak 100 responden telah melakukan pembelian kosmetik Wardah sebanyak lebih dari 1 kali yang mana telah memenuhi persyaratan sebagai responden penelitian.

d. Data penyajian hasil penelitian

Penelitian ini menggunakan 3 (tiga) variabel bebas, yaitu Kualitas Produk (X1), kualitas pelayanan (X2), dan harga (X3). 1 (satu)

variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y) pada konsumen Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung yang membeli Gamis. Berdasarkan hasil penelitian 3 variabel yang ada, dapat diketahui gambaran dari 50 Responden Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung yang membeli produk Gamis terhadap keputusan pembelian produk Gamis di Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung.

1. Variabel Kualitas Produk (X1)

Tabel 4.4

Kualitas Produk (X1)

Item	Skor Jawaban					Total Skor	Rata-rata Skor
	5 (SS)	4 (S)	3 (N)	2 (TS)	1 (STS)		
X1.1	27	20	3	0	0	224	21,8
X1.2	23	23	4	0	0	219	21,8
X1.3	35	12	3	0	0	232	21,8
X1.4	26	12	2	0	0	184	21,8
X1.5	36	9	5	0	0	231	21,8
Jumlah Nilai Skor						1090	109

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2019

Berdasarkan tabel 4.4, dapat diketahui bahwa untuk item (X1.1) untuk Produk Adzkia Hijab Syar'i adalah Gamis yang awet lebih dari 1 tahun, dari 50 responden terdapat 27 responden menyatakan sangat setuju 20 responden menyatakan setuju dan 3 responden menyatakan Netral. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa responden cenderung sangat setuju bahwa Adzkia Hijab Syar'i adalah Gamis yang awet lebih dari 1 tahun.

Pada item (X1.2) yaitu Produk yang tidak mudah Luntur , dari 50 responden terdapat 23 responden menyatakan sangat setuju. Kemudian 23 responden menyatakan setuju dan 4 responden menyatakan netral. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa responden cenderung sangat setuju bahwa Produk Gamis Adzkie Hijab Syar'i Tidak Mudah Luntur.

Pada item (X1.3) yaitu produk Gamis yang selalu mengikuti trend dan sesuai dengan kualitasnya, dari 50 responden terdapat 35 responden menyatakan sangat setuju, 12 responden menyatakan setuju dan 3 responden menyatakan netral. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa responden cenderung sangat setuju bahwa produk Gamis yang selalu mengikuti trend dan sesuai dengan kualitasnya .

Pada item (X1.4) yaitu Produk Gamis sesuai dengan Harapan, dari 50 responden terdapat 26 responden menyatakan sangat setuju, 12 responden menyatakan dan 2 responden menyatakan netral. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa responden cenderung sangat setuju bahwa Produk Gamis sesuai dengan Harapan.

Pada item (X1.5) yaitu Gamis Sempurna dan Bebas cacat dari 50 responden terdapat 36 responden menyatakan sangat setuju, 9 responden menyatakan setuju dan 5 responden menyatakan netral. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa responden cenderung sangat setuju bahwa Gamis Sempurna dan Bebas cacat

Berdasarkan tabel 4.4 mengenai tanggapan responden tentang Kualitas Produk diketahui bahwa total skor tertinggi pada pernyataan

Produk Gamis Adzkia Selalu Mengikuti Trend dan Sesuai dengan Kualitas Produk yang di Berikan (X1.3) dengan total skor 232 atau dengan rata-rata skor 21,8. Sedangkan total skor terendah pada pernyataan Kualitas Produk Gamis di Adzkia sesuai yang saya harapkan (X1.4) total skor sebesar 184 atau dengan rata-rata skor 21,8.

2. Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Tabel 4.5

Kualitas Pelayanan (X2)

Item	Skor Jawaban					Total Skor	Rata-rata Skor
	5 (SS)	4 (S)	3 (N)	2 (TS)	1 (STS)		
X1.1	24	25	1	0	0	223	21,5
X1.2	22	26	2	0	0	220	21,5
X1.3	23	22	5	0	0	218	21,5
X1.4	16	28	6	0	0	210	21,5
X1.5	13	30	7	0	0	206	21,5
Jumlah Nilai Skor						1077	107.5

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2019

Berdasarkan tabel 4.5, dapat diketahui bahwa untuk item (X2.1) untuk Produk Adzkia Hijab Syar'i adalah Kualitas Pelayanan yang di Berikan sangat Membantu Pembeli dalam Menentukan Pilihan, dari 50 responden terdapat 24 responden menyatakan sangat setuju 25 responden menyatakan setuju dan 1 responden menyatakan Netral. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju bahwa Adzkia Hijab Syar'i

adalah Kualitas Pelayanan yang di Berikan sangat Membantu Pembeli dalam Menentukan Pilihan.

Pada item (X2.2) yaitu Pelayanan yang di berikan Sopan dan Memberikan Informasi yang detail tentang produk, dari 50 responden terdapat 22 responden menyatakan sangat setuju. Kemudian 26 responden menyatakan setuju dan 2 responden menyatakan netral. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju bahwa Pelayanan yang di berikan Sopan dan Memberikan Informasi yang detail tentang produk

Pada item (X2.3) yaitu Pesanan Selalu di Kirim Sesuai dengan Janji yang Telah di Sepakati , dari 50 responden terdapat 23 responden menyatakan sangat setuju, 22 responden menyatakan setuju dan 2 responden menyatakan netral. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa responden cenderung sangat setuju bahwa Pesanan Selalu di Kirim Sesuai dengan Janji yang Telah di Sepakati..

Pada item (X2.4) yaitu Pelayanan karyawan ramah kepada para pelanggan , dari 50 responden terdapat 16 responden menyatakan sangat setuju, 28 responden menyatakan dan 6 responden menyatakan netral. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju bahwa Pelayanan karyawan ramah kepada para pelanggan .

Pada item (X2.5) yaitu Karyawan mampu menumbuhkan rasa percaya pada konsumen dari 50 responden terdapat 13 responden menyatakan sangat setuju, 30 responden menyatakan setuju dan 7 responden menyatakan netral. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa

responden cenderung setuju bahwa Karyawan mampu menumbuhkan rasa percaya pada konsumen.

Berdasarkan tabel 4.5 mengenai tanggapan responden tentang Kualitas Pelayanan diketahui bahwa total skor tertinggi pada pernyataan Kualitas Pelayanan yang di Berikan sangat Membantu Pembeli dalam Menentukan Pilihan (X2.1) dengan total skor 223 atau dengan rata-rata skor 21,5. Sedangkan total skor terendah pada pernyataan Karyawan mampu menumbuhkan rasa percaya pada konsumen (X2.5) total skor sebesar 206 atau dengan rata-rata skor 21,5.

3. Variabel Harga (X3)

Tabel 4.6

Harga (X3)

Item	Skor Jawaban					Total Skor	Rata-rata Skor
	5 (SS)	4 (S)	3 (N)	2 (TS)	1 (STS)		
X1.1	11	34	5	0	0	206	20,9
X1.2	14	33	3	0	0	211	20,9
X1.3	12	34	4	0	0	208	20,9
X1.4	14	35	1	0	0	213	20,9
X1.5	12	33	5	0	0	207	20,9
Jumlah Nilai Skor						1045	104,5

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2019

Berdasarkan tabel 4.6, dapat diketahui bahwa untuk item (X3.1) untuk Produk Adzkie Hijab Syar'i adalah Harga Gamis Terjangkau oleh Semua Kalangan, dari 50 responden terdapat 11 responden menyatakan sangat setuju 34 responden menyatakan setuju dan 5 responden menyatakan Netral. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa responden

cenderung setuju bahwa Adzkia Hijab Syar'i Harga Gamis Terjangkau oleh Semua Kalangan.

Pada item (X3.2) yaitu Harga yang di Berikan Sesuai dengan Kualitas , dari 50 responden terdapat 14 responden menyatakan sangat setuju. Kemudian 33 responden menyatakan setuju dan 3 responden menyatakan netral. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju bahwa Harga yang di Berikan Sesuai dengan Kualitas.

Pada item (X3.3) yaitu Harga Gamis Bersaing dengan Produk Sejenis di Tempat Lain ,dari 50 responden terdapat 12 responden menyatakan sangat setuju, 34 responden menyatakan setuju dan 4 responden menyatakan netral. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju bahwa Harga Gamis Bersaing dengan Produk Sejenis di Tempat Lain

Pada item (X3.4) yaitu Harga Gamis Relatif Lebih Murah di bandingkan dengan toko-toko Lain, dari 50 responden terdapat 14 responden menyatakan sangat setuju,35 responden menyatakan setuju dan 1 responden menyatakan netral. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju Harga Gamis Relatif Lebih Murah di bandingkan dengan toko-toko Lain

Pada item (X3.5) yaitu Harga Gamis di Adzkia sesuai dengan manfaat yang saya rasakan dari 50 responden terdapat 12 responden menyatakan sangat setuju, 33 responden menyatakan setuju dan 5 responden menyatakan netral. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa responden

cenderung setuju bahwa Harga Gamis di Adzkia sesuai dengan manfaat yang saya rasakan

Berdasarkan tabel 4.6 mengenai tanggapan responden tentang Harga diketahui bahwa total skor tertinggi pada pernyataan Harga Gamis Relatif Lebih Murah di bandingkan dengan toko-toko Lain (X3.4) dengan total skor 213 atau dengan rata-rata skor 104,5. Sedangkan total skor terendah pada pernyataan Harga Gamis Terjangkau oleh Semua Kalangan (X3.1) total skor sebesar 206 atau dengan rata-rata skor 104,5.

4. Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 4.7

Keputusan Pembelian (Y)

Item	Skor Jawaban					Total Skor	Rata-rata Skor
	5 (SS)	4 (S)	3 (N)	2 (TS)	1 (STS)		
X1.1	20	26	4	0	0	216	19,5
X1.2	24	16	10	0	0	214	19,5
X1.3	8	34	8	0	0	160	19,5
X1.4	19	29	2	0	0	167	19,5
X1.5	21	27	2	0	0	219	19,5
Jumlah Nilai Skor						976	97.5

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2019

Berdasarkan tabel 4.7, dapat diketahui bahwa untuk item (X4.1) untuk Produk Adzkia Hijab Syar'i adalah Saya Membeli Gamis di Adzkia Karena Adanya Kebutuhan, dari 50 responden terdapat 20 responden

menyatakan sangat setuju 26 responden menyatakan setuju dan 4 responden menyatakan Netral. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju bahwa Saya Membeli Gamis di Adzkia Karena Adanya Kebutuhan.

Pada item (X4.2) yaitu Saya Membeli Gamis di Adzkia Karena ada teman atau saudara yang merekomendasikan, dari 50 responden terdapat 24 responden menyatakan sangat setuju. Kemudian 16 responden menyatakan setuju dan 10 responden menyatakan netral. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju bahwa Saya Membeli Gamis di Adzkia Karena ada teman atau saudara yang merekomendasikan

Pada item (X4.3) yaitu Karena Sesuai Kebutuhan dan Keinginan saya akan Melakukan Pembalian Kembali ,dari 50 responden terdapat 8 responden menyatakan sangat setuju, 34 responden menyatakan setuju dan 8 responden menyatakan netral. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju bahwa Karena Sesuai Kebutuhan dan Keinginan saya akan Melakukan Pembalian Kembali

Pada item (X4.4) yaitu Saya Puas Membeli Gamis di Adzkia , dari 50 responden terdapat 19 responden menyatakan sangat setuju, 29 responden menyatakan setuju dan 2 responden menyatakan netral. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju Saya Puas Membeli Gamis di Adzkia

Pada item (X4.5) yaitu Saya membeli produk Gamis di Adzkia karena sangat bermanfaat dari 50 responden terdapat 21 responden menyatakan sangat setuju, 27 responden menyatakan setuju dan 2 responden

menyatakan netral. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa responden cenderung setuju bahwa Saya membeli produk Gamis di Adzkie karena sangat bermanfaat.

Berdasarkan tabel 4.7 mengenai tanggapan responden tentang Keputusan Pembelian diketahui bahwa total skor tertinggi pada pernyataan Saya membeli produk Gamis di Adzkie karena sangat bermanfaat (X4.5) dengan total skor 219 atau dengan rata-rata skor 19,5. Sedangkan total skor terendah pada pernyataan Karena Sesuai Kebutuhan dan Keinginan saya akan Melakukan Pembelian Kembali (X4.3) total skor sebesar 16 atau dengan rata-rata skor 19,5.

1. Hasil analisis data

1. Hasil uji instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas akan menunjukkan seberapa cermat suatu alat dalam melakukan fungsi ukurnya. Tujuan dari validitas adalah untuk menguji apakah tiap item atau instrumen benar-benar mampu mengungkap faktor yang akan diukur atau konsistensi internal tiap item alat ukur dalam mengukur suatu faktor.

Pada penelitian ini uji validitas akan dibantu dengan program *SPSS 16.0 For Windows (Statistical Package For Social Sciences)*. Suatu

data dapat dikatakan valid apabila r_{hitung} lebih besar dari pada r_{tabel} . Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 50 responden. Dari jumlah responden tersebut dapat diketahui besarnya r_{tabel} adalah 0,278 ($df = n - 2 = 50 - 2 = 50$) dengan taraf kesalahan sebesar 5%. Jadi, item pertanyaan kuesioner tersebut dikatakan valid apabila nilai r_{hitung} pada *Correct Item Total Pearson Correlation* lebih besar dari 0,278. Berikut ini adalah hasil dari uji validitas dari masing-masing variabel.

Tabel 4.8

Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Kualitas Produk (X1)

Variabel	No. Item	<i>Pearson Correlation</i>	R_{tabel} (N=50) Taraf Signifikan 5%	Keterangan
<i>Kualitas Produk (X1)</i>	1	0,894	0,278	Valid
	2	0,709	0,278	Valid
	3	0,701	0,278	Valid
	4	0,890	0,278	Valid
	5	0,809	0,278	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2019

Berdasarkan tabel 4.8 Dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan untuk variabel *Kualitas Produk (X1)* adalah valid. Hal ini diketahui dari jumlah r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} .

Tabel 4.9

Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel *Kualitas Pelayanan (X2)*

Variabel	No. Item	Pearson Correlation	R_{tabel} (N=50) Taraf Signifikan 5%	Keterangan
<i>Kualitas Pelayanan</i> (X2)	1	0,621	0,278	Valid
	2	0,604	0,278	Valid
	3	0,604	0,278	Valid
	4	0,603	0,278	Valid
	5	0,631	0,278	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2019

Berdasarkan tabel 4.9 Dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan untuk variabel Kualitas Pelayanan (X2) adalah valid. Hal ini diketahui dari jumlah r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} .

Tabel 4.10

Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel *Harga* (X3)

Variabel	No. Item	Pearson Correlation	R_{tabel} (N=50) Taraf Signifikan 5%	Keterangan
<i>Harga</i> (X3)	1	0,858	0,278	Valid
	2	0,612	0,278	Valid
	3	0,911	0,278	Valid
	4	0,822	0,278	Valid
	5	0,904	0,278	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2019

Berdasarkan tabel 4.10 Dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan untuk variabel Harga (X3) adalah valid. Hal ini diketahui dari jumlah r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} .

Tabel 4.11

Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel *Keputusan Pembelian* (Y)

Variabel	No. Item	Pearson Correlation	$R_{\text{tabel}} (N=50)$ Taraf Signifikan 5%	Keterangan
Keputusan Pembelian (Y)	1	0,903	0,278	Valid
	2	0,625	0,278	Valid
	3	0,695	0,278	Valid
	4	0,938	0,278	Valid
	5	0,925	0,278	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer, 2019

Berdasarkan tabel 4.11 Dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan untuk variabel *Keputusan Pembelian (Y)* adalah valid. Hal ini diketahui dari jumlah r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} .

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas instrumen merupakan syarat untuk pengujian validitas instrumen. Instrumen yang valid umumnya reliabel, meski begitu pengujian reliabilitas instrumen tetap perlu dilakukan. Triton menyatakan jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai *alpha Cronbach* 0,00 s.d 0,20 berarti kurang reliabel.
- 2) Nilai *alpha Cronbach* 0,21 s.d 0,40 berarti agak reliabel.
- 3) Nilai *alpha Cronbach* 0,41 s.d 0,60 berarti cukup reliabel.
- 4) Nilai *alpha Cronbach* 0,61 s.d 0,80 berarti reliabel.
- 5) Nilai *alpha Cronbach* 0,81 s.d 1,00 berarti sangat reliabel.

Berdasarkan dari hasil uji reliabilitas dengan menggunakan program SPSS 16, hasilnya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.12
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,858	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0,657	Reliabel
Harga (X3)	0,892	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,869	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2019

Berdasarkan tabel 4.12 dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel dalam penelitian ini memiliki nilai *Alpha Cronbach's* lebih besar dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen dinyatakan reliabel.

2. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Normalitas Data

Disini untuk mendeteksi normalitas data digunakan dengan pendekatan *One-Sample Kolmogorof-Smirnov test*. Data dikatakan normal ketika variabel memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05. Hasil dari uji normalitas adalah sebagai berikut.

Tabel 4.13
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.07431551
Most Extreme Differences	Absolute	.101
	Positive	.101
	Negative	-.094
Kolmogorov-Smirnov Z		.713
Asymp. Sig. (2-tailed)		.689
a. Test distribution is Normal.		

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2019

Berdasarkan tabel 4.13 dapat diketahui bahwa nilai Sig. (2-tailed) variabel sebesar 0,689 yang artinya nilai Sig. (2-tailed) lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh data dalam penelitian ini terdistribusi normal.

b. Hasil Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji atau membuktikan ada atau tidaknya hubungan yang kuat antara variabel satu dengan variabel lainnya. Uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor*. Ketika VIF tidak lebih dari 10 maka tidak terdapat gejala multikolinearitas. Hasil dari uji multikolinearitas tersebut sebagai berikut:

Tabel 4.14

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	5.659	4.770		1.186	.242		
Kualitas Produk	.214	.226	.215	2.612	.003	.961	1.040
Kualitas Pelayanan	.382	.302	.402	2.881	.002	.861	1.162
Harga	.277	.248	.264	2.792	.003	.886	1.128

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

SSumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2019

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas sebagaimana pada tabel 4.14 dapat dilihat bahwa nilai untuk Kualitas Produk (X1) sebesar 1,040, kualitas Pelayanan (X2) sebesar 1,162, dan Harga (X3) sebesar 1,228. Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel terbebas dari multikolinieritas, karena nilai VIF untuk setiap variabel kurang dari 10.

c. Hasil Uji Heteroskedastisitas

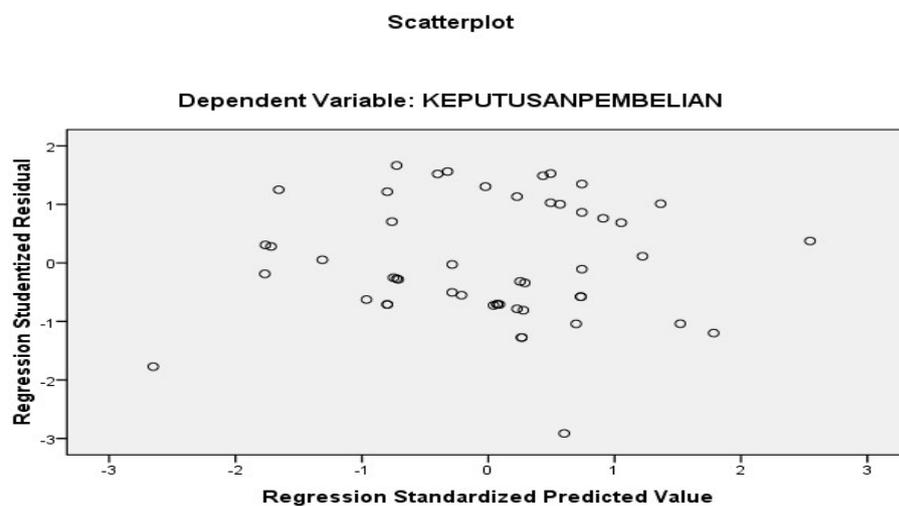
Dalam penelitian ini, pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat *Scatterplot* dengan dasar analisis sebagai berikut:

- 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 4.6
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2019

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada gambar 4.6 dapat dilihat bahwa tidak ada suatu pola tertentu dan titik-tik menyebar di atas dan juga di bawah angka 0. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan keputusan pembelian (Y) sebagai variabel terikat dan Kualitas Produk (X1), kualitas Pelayanan (X2), Harga (X3)

sebagai variabel bebas. Adapun hasil dari pengolahan data dengan menggunakan program SPSS 16 dapat dilihat dalam tabel di bawah ini:

Tabel 4.15
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a			
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	5.659	4.770	
Kualitas Produk	.214	.226	.215
Kualitas Pelayanan	.382	.302	.402
Harga	.277	.248	.264

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

SSumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2019

Berdasarkan tabel di atas dapat dibuat model persamaan regresi linier, sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 Y &= a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 \\
 \text{Keputusan pembelian} &= 5.659 + 0.214 (\text{Kualitas Produk}) + 0,382 \\
 &\quad (\text{kualitas pelayanan}) + 0,277 (\text{harga})
 \end{aligned}$$

Keterangan:

a. Konstanta $\alpha = 5,659$

Nilai konstanta sebesar 5,659 menyatakan bahwa jika variabel *brand image*, kualitas produk, label halal dalam keadaan tetap (konstanta) maka nilai keputusan pembelian sebesar 5,659 satuan.

b. Koefisien regresi Kualitas Produk (X_1) = 0,214

Setiap penambahan (karena tanda positif) 1 pada Kualitas Produk (X1), maka akan meningkatkan keputusan pembelian (Y) produk Adzkie Hijab Syar'i sebesar 0,214. Dan sebaliknya, jika kualitas Produk (X1) turun sebesar 1, maka keputusan pembelian pada produk kosmetik Wardah juga diprediksi akan mengalami penurunan sebesar 0,214 dengan asumsi variabel lain tetap.

c. Koefisien regresi kualitas pelayanan (X2) = 0,382

Setiap penambahan (karena tanda positif) 1 pada kualitas pelayanan (X2), maka akan meningkatkan keputusan pembelian (Y) produk Adzkie Hijab Syar'i sebesar 0,382. Dan sebaliknya, jika kualitas pelayanan (X2) turun sebesar 1, maka keputusan pembelian pada produk Adzkie Hijab Syar'i juga diprediksi akan mengalami penurunan sebesar 0,382 dengan asumsi variabel lain tetap.

d. Koefisien regresi Harga (X3) = 0,277

Setiap penambahan (karena tanda positif) 1 pada label halal (X3), maka akan meningkatkan keputusan pembelian (Y) produk Adzkie Hijab Syar'i sebesar 0,277. Dan sebaliknya, jika label harga (X3) turun sebesar 1, maka keputusan pembelian pada produk Adzkie Hijab Syar'i juga diprediksi akan mengalami penurunan sebesar 0,277 dengan asumsi variabel lain tetap.

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

4. Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji T)

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

H_0 : Tidak ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat

H_1 : Ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat
Adapun dasar keputusannya sebagai berikut:

- 1) H_0 diterima H_1 ditolak jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan $\alpha = 5\%$
- 2) H_0 ditolak H_1 diterima jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan $\alpha = 5\%$

Dengan probabilitas sebagai berikut:

- 1) Jika sig. > 0,05 maka H_0 diterima
- 2) Jika sig. < 0,05 maka H_0 ditolak

Dimana nilai t_{tabel} diperoleh dari perhitungan tingkat kepercayaan dibagi 2 : jumlah responden dikurangi jumlah variabel bebas.

$$(\alpha : 2) : (n - k) = (0,05 : 2) : (50 - 3) = 0,025 : 46$$

Maka dalam penelitian ini diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 2,013.

Tabel 4.16 **Hasil Uji T**

Coefficients^a

Model	Standardized Coefficients		T	Sig.
	Beta			
1 (Constant)			1.186	.242
Kualitas Produk	.215		2.612	.003
Kualitas Pelayanan	.402		2.881	.002
Harga	.264		2.792	.003

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

SSumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2019

1) Pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

H_0 : Tidak ada pengaruh antara Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian produk Adzkia Hijab Syar'i pada konsumen Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung

H_1 : Ada pengaruh antara Kualitas Produk keputusan pembelian produk Adzkia Hijab Syar'i pada konsumen

Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung

Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial diperoleh

nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2.612 > 2,013$ dan $sig. < 0,05$ yaitu $0,002 <$

$0,05$. 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 produk Adzkia

Hijab Syar'i pada konsumen Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung.

2) Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

H_0 : Tidak ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk Adzkia Hijab Syar'i pada konsumen Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung

H_1 : Ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk Adzkia Hijab Syar'i pada konsumen Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung

Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial diperoleh

nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2.881 > 2.013$ dan nilai $Sig. < 0,05$ yaitu $0,000 < 0,05$. Dari hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan Adzkia Hijab Syar'i pada konsumen Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung

3) Pengaruh Harga (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

H_0 : Tidak ada pengaruh antara Harga terhadap keputusan pembelian produk Adzkia Hijab Syar'i pada konsumen Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung

H_1 : Ada pengaruh antara Harga terhadap keputusan pembelian produk Adzkia Hijab Syar'i pada konsumen Adzkia Hijab Syar'i Tulungagung

Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial diperoleh

nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,792 > 2,013$ dan nilai $Sig. < 0,05$ yaitu

$0,001 < 0,05$. Dari hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang artinya ada pengaruh yang signifikan antara Harga terhadap keputusan pembelian produk Adzkie Hijab Syar'i pada konsumen Adzkie Hijab Syar'i Tulungagung

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

b. Hasil Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (Uji F)

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

Adapun prosedurnya adalah sebagai berikut:

H_0 : Tidak ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat

H_1 : Ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat
Adapun dasar keputusannya sebagai berikut:

- 1) H_0 diterima H_1 ditolak apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ dengan $\alpha = 5\%$
- 2) H_0 ditolak H_1 diterima apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan $\alpha = 5\%$

Dengan probabilitas sebagai berikut:

- 3) Jika $sig. > 0,05$ maka H_0 diterima
- 4) Jika $sig. < 0,05$ maka H_0 ditolak

Hasil uji F adalah sebagai berikut:

Tabel 4.17
Hasil Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	62.944	3	20.981	4.578	.007 ^a
	Residual	210.836	46	4.583		
	Total	273.780	49			

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

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2019

H_0 : Tidak ada pengaruh antara kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian produk Adzkie Hijab Syar'i Tulungagung

H_1 : Ada pengaruh antara kualitas produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap keputusan pembelian produk Adzkie Hijab Syar'i Tulungagung

Nilai F_{tabel} didapat dari perhitungan:

$df_1 = k$ (k adalah jumlah variabel bebas) = 3 (berarti kolom ke 3)

$df_2 = n - k = 50 - 3 = 47$ (berarti baris ke 47)

Berdasarkan tabel 4.17 diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu 4,578 > 2,81 dan nilai Sig. < 0,05 yaitu 0,000 < 0,05. 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 kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian produk Adzkie Hijab Syar'i Tulungagung

5. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis ini untuk mengetahui seberapa besar sumbangan atau kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Dari uji analisis koefisien determinasi didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.18
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.764 ^a	.583	.180	2.14089

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

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2019

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel 4.18. diketahui nilai *R Square* sebesar 0,583 artinya 58% variabel dependen (keputusan pembelian) dijelaskan oleh variabel independen yang terdiri dari kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga. Sedangkan sisanya sebesar 42% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian.