BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Bakpao Citra merupakan sebuah usaha bisnis rumahan yang bergerak di bidang makanan khususnya bakpao. Usaha Bakpao Citra terletak di Dusun Ngreco, RT. 02/RW. 02, Desa Sobontoro, Kecamatan Boyolangu, Kabupaten Tulungagung. Usaha ini didirikan oleh Ibu Sri Ernawati sejak tahun 2003.

Pada awalnya, usaha Bakpao Citra ini hanya digunakan sebagai batu loncatan saja. Sebelum berkecimpung di usaha bakpao, Beliau dulunya mempunyai usaha konveksi. Akan tetapi, dikarenakan suatu hal dan juga banyaknya persaingan, usaha konveksi tersebut mengalami kebangkrutan. Namun demikian, hal tersebut tidak mematahkan semangat Ibu Ernawati dalam berusaha. Berawal dari hobi memasak, akhirnya usaha Bakpao Citra ini berkembang dan bertahan hingga sekarang ini.

Adapun total karyawan yang dimiliki oleh Ibu Ernawati hingga saat ini adalah 11 orang karyawan. Karyawan tersebut hanya bertugas untuk memasarkan Bakpao Citra sedangkan untuk proses produksi bakpaonya, dilakukan oleh Ibu Ernawati sendiri dan dibantu oleh suaminya. Dalam satu hari, rata-rata Ibu Ernawati memproduksi

bakpao sebanyak 700-800 buah dengan proses produksi 2 kali, yaitu pagi dan sore.

Adapun varian rasa yang dimiliki oleh Bakpao Citra diantaranya adalah kacang hijau, kacang tanah, pisang raja, strawberry, cokelat, dan bluberry. Selain itu juga ada inovasi produk yang dilakukan Ibu Ernawati yaitu bakpao bakar dan juga bakpao isian daging ayam. Inovasi tersebut dilakukan agar usaha Bakpao Citra tetap bertahan ditengah persaingan bisnis yang ketat ini.

Dalam proses pemasarannya, Bakpao Citra dijual secara keliling di Kecamatan Boyolangu dan di Kecamatan Tulungagung. Akan tetapi untuk bakpao bakar dijual di pujasera kali Ngrowo (pinka). Selain dipasarkan secara keliling, Ibu Ernawati juga menerima pesanan bakpao maupun kue-kue yang biasanya digunakan untuk hajatan.

2. Bahan Baku yang digunakan dalam Pembuatan Bakpao Citra

Dalam proses pembuatan Bakpao Citra, Ibu Ernawati sangat menjaga kualitas dan kehalalan dari bahan baku yang digunakannya dalam memproduksi bakpao. Hal tersebut dilakukan agar bakpao yang dihasilkan sesuai dengan yang diharapkan dan memiliki kualitas yang baik.

Adapun bahan baku yang digunakan dalam pembuatan Bakpao Citra adalah tepung terigu, tepung maizena, gula halus, air, garam, mentega/margarin, dan bahan pengembang. Sedangkan untuk isian

Bakpao Citra menggunakan kacang tanah, kacang hijau, cokelat, selai strawberry, selai bluberry, pisang raja dan juga daging ayam.

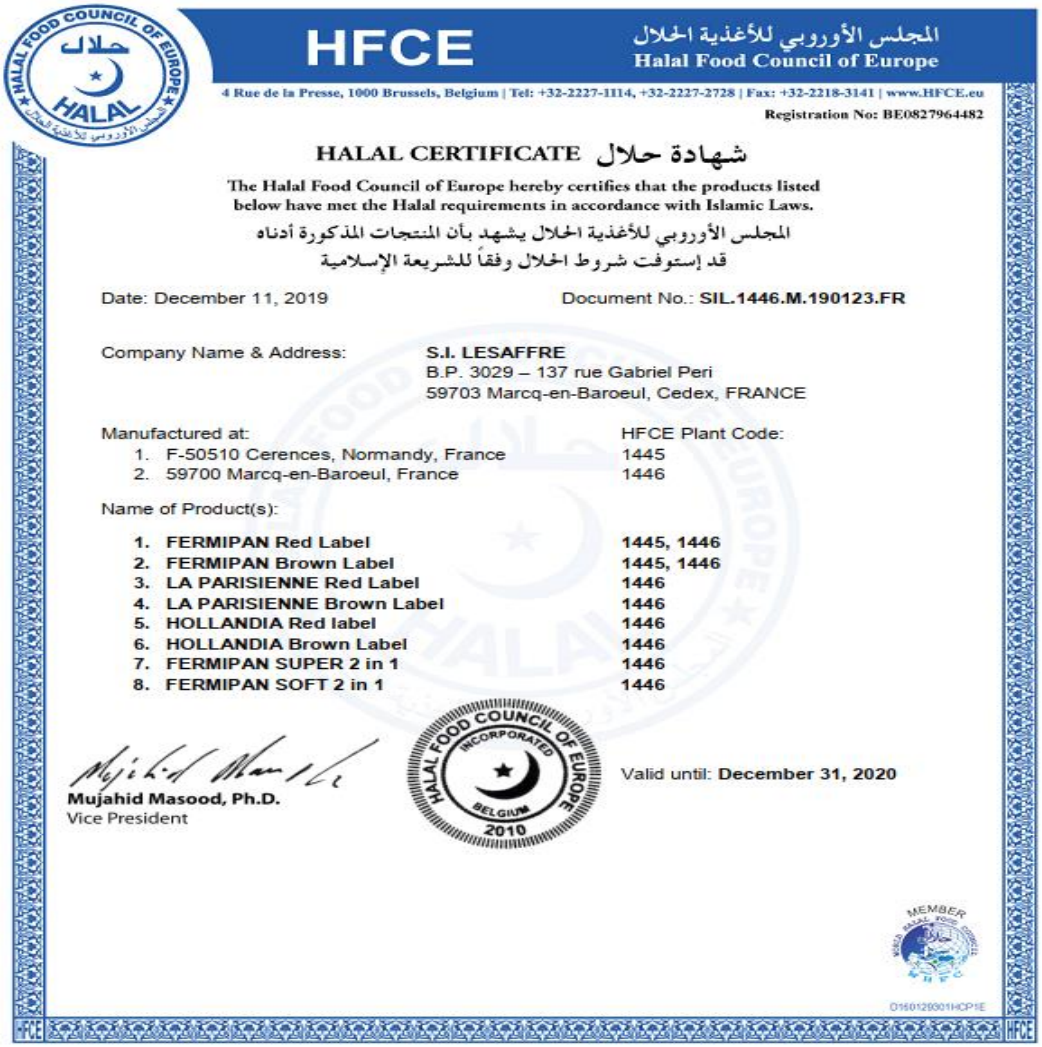
Untuk bahan pengembang bakpaonya, Ibu Ernawati menggunakan ragi instan fermipan. Fermipan termasuk *instant dry yeast* atau ragi kering instan yang berbentuk butiran halus berwarna cokelat muda dan beraroma khas ragi roti. Pemakaian Fermipan dalam bakpao akan mempercepat pengembangan adonan. Hal tersebut dikarenakan Fermipan dibuat dari mikroorganisme berupa bakteri bersel satu *Saccharomyces Cerevisiae*. Dalam prosesnya, mikroorganisme ini akan melakukan proses fermentasi pada adonan bakpao dengan mengubah karbohidrat dalam tepung terigu menjadi karbondioksida (CO_2), yang kemudian ditangkap oleh gluten sehingga adonan bakpao bisa cepat mengembang.

Fermipan merupakan salah satu *brand yeast* atau ragi yang diproduksi Lesaffre di Perancis dan sudah terkenal luas oleh para baker di berbagai belahan dunia. Di Indonesia sendiri Fermipan didistribusikan oleh PT. Sangra Ratu Boga selaku agen tunggal yang ditunjuk oleh Lesaffre sejak tahun 1989.

Produk Fermipan adalah produk yang telah mendapatkan Sertifikat Halal dari HFCE (*Halal Food Council of Europe*) yang mana HFCE merupakan salah satu lembaga sertifikasi halal terbesar di Eropa yang telah diakui akreditasnya oleh MUI (Majelis Ulama Indonesia).

Berikut ini adalah sertifikat halal Fermipan dari *Halal Food Council of Europe*:

Sertifikat Halal Fermipan



HFCE

المجلس الأوروبي للأغذية الحلال
Halal Food Council of Europe

4 Rue de la Presse, 1000 Brussels, Belgium | Tel: +32-2227-1114, +32-2227-2728 | Fax: +32-2218-3141 | www.HFCE.eu
Registration No: BE0827964482

HALAL CERTIFICATE شهادة حلال

The Halal Food Council of Europe hereby certifies that the products listed below have met the Halal requirements in accordance with Islamic Laws.

المجلس الأوروبي للأغذية الحلال يشهد بأن المنتجات المذكورة أدناه
قد إستوفت شروط الحلال وفقاً للشريعة الإسلامية

Date: December 11, 2019 Document No.: **SIL.1446.M.190123.FR**

Company Name & Address: **S.I. LESAFFRE**
B.P. 3029 – 137 rue Gabriel Peri
59703 Marcq-en-Baroeul, Cedex, FRANCE

Manufactured at:	HFCE Plant Code:
1. F-50510 Cerences, Normandy, France	1445
2. 59700 Marcq-en-Baroeul, France	1446

Name of Product(s):

1. **FERMIPAN Red Label**	**1445, 1446**
2. **FERMIPAN Brown Label**	**1445, 1446**
3. **LA PARISIENNE Red Label**	**1446**
4. **LA PARISIENNE Brown Label**	**1446**
5. **HOLLANDIA Red label**	**1446**
6. **HOLLANDIA Brown Label**	**1446**
7. **FERMIPAN SUPER 2 in 1**	**1446**
8. **FERMIPAN SOFT 2 in 1**	**1446**

Mujahid Masood, Ph.D.
Vice President

HALAL FOOD COUNCIL OF EUROPE INCORPORATED BELGIUM 2010

Valid until: **December 31, 2020**

MEMBER

Sumber: PT. Sangra Ratu Boga

Yang menjadi pertanyaan banyak orang adalah mengapa jika Fermipan itu halal, tetapi tidak terdapat label halal pada kemasannya. Hal tersebut dikarenakan halal yang dimiliki oleh Fermipan adalah halal dari HFCE (*Halal Food Council of Europe*) dan sudah menjadi

keputusan dari BPOM bahwa label tersebut tidak dapat dicantumkan di kemasannya karena yang diperbolehkan untuk dicantumkan dikemasan adalah label halal yang dikeluarkan oleh MUI (Majelis Ulama Indonesia).

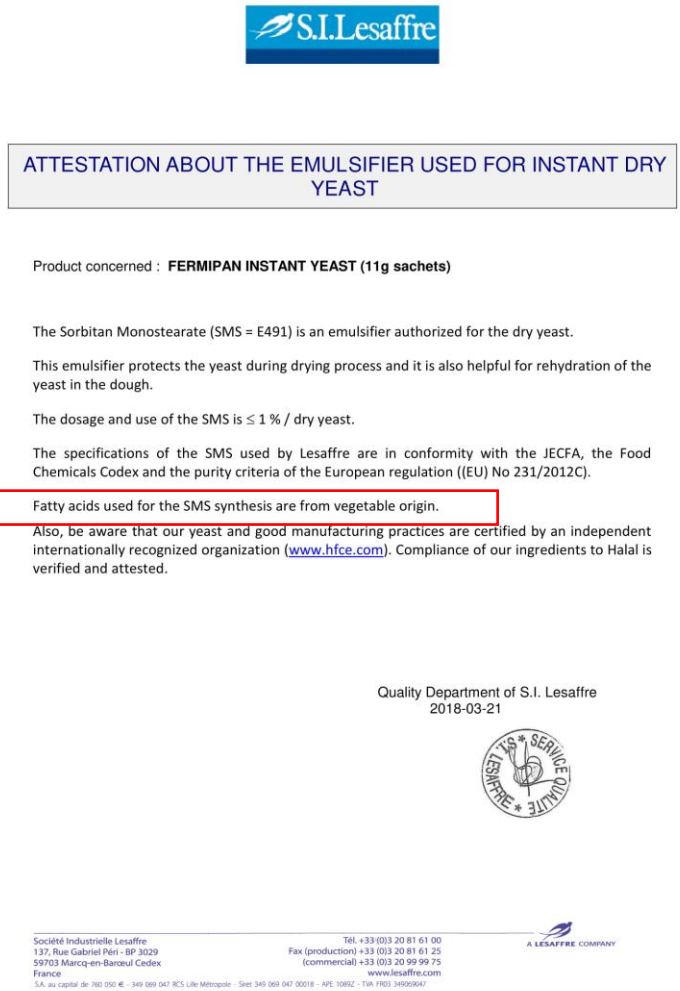
Dalam kemasan Fermipan juga terdapat kode E 491, dimana kebanyakan masyarakat Indonesia mengasumsikan kode E sebagai penanda bahwa makanan tersebut mengandung lemak babi dan turunannya. Pada dasarnya, E 491 Sorbitan Monostearate pengemulsi dan penstabil garam atau ester dari asam lemak adalah Syubhat, tergantung dari kehalalan asam stearat yang digunakan dalam pembuatannya. Halal jika asam stearat berasal dari minyak nabati dan haram jika asam stearat berasal dari lemak babi atau lemak hewan yang tidak disembelih secara Islami dan juga tergantung pada kehalalan sorbitol yang digunakan dalam pembuatannya.[138]

Syubhat disini berarti, makanan atau produk tersebut sifatnya meragukan, tidak jelas dasar hukumnya serta masih menjadi perbedaan di kalangan ulama. Di dalam Islam sendiri, syubhat merupakan istilah yang menyatakan tentang suatu keadaan yang samar tentang kehalalan atau keharaman dari sesuatu. Syubhat juga dapat merujuk kepada sebuah keadaan kerancuan berfikir kepada sesuatu hal yang

[138] www.halalmuibali.or.id, diakses pada tanggal 16 Desember 2020, pukul 13.22

mengakibatkan sesuatu yang salah menjadi terlihat benar dan juga sebaliknya.[139]

Jika E 491 yang ada di Fermipan adalah salah satu dari lemak babi dan turunannya, maka BPOM akan mewajibkan tulisan "Mengandung Babi" untuk setiap label Fermipan. Berikut adalah data tentang E 491 yang ada di Fermipan:



S.I.Lesaffre

ATTESTATION ABOUT THE EMULSIFIER USED FOR INSTANT DRY YEAST

Product concerned : **FERMIPAN INSTANT YEAST (11g sachets)**

The Sorbitan Monostearate (SMS = E491) is an emulsifier authorized for the dry yeast.

This emulsifier protects the yeast during drying process and it is also helpful for rehydration of the yeast in the dough.

The dosage and use of the SMS is ≤ 1 % / dry yeast.

The specifications of the SMS used by Lesaffre are in conformity with the JECFA, the Food Chemicals Codex and the purity criteria of the European regulation ((EU) No 231/2012C).

Fatty acids used for the SMS synthesis are from vegetable origin.

Also, be aware that our yeast and good manufacturing practices are certified by an independent internationally recognized organization (www.hfce.com). Compliance of our ingredients to Halal is verified and attested.

Quality Department of S.I. Lesaffre
2018-03-21

Société Industrielle Lesaffre
137, Rue Gabriel Péri - BP 3029
59703 Marcq-en-Barœul Cedex
France

Tél. +33 (0)3 20 81 61 00
Fax (production) +33 (0)3 20 81 61 25
(commercial) +33 (0)3 20 99 99 75
www.lesaffre.com

A LESAFFRE COMPANY

S.A. au capital de 760 050 € - 349 069 047 RCS Lille Métropole - Siret 349 069 047 00018 - APE 1089Z - TVA FR03 349069047

Sumber: PT. Sangra Ratu Boga

[139] Abdul Manan, *Hukum Ekonomi Syariah: Dalam Perspektif Kewenangan Peradilan Agama*, (Jakarta: Kencana, 2012), hal.182

Berdasarkan data diatas, dapat diketahui bahwa Sorbitan Monostearate yang ada didalam Fermipan adalah berasal dari asam lemak/minyak nabati, yang berarti bahan yang terkandung dalam Fermipan itu adalah halal, karena berasal dari lemak/minyak nabati.

Selain itu, peneliti juga melakukan pengecekan terhadap Fermipan pada website resmi MUI (Majelis Ulama Indonesia). Berikut ini adalah hasil dari pengecekan yang dilakukan oleh peneliti tentang produk Fermipan:[140]

Sumber: www.halalmui.org

[140] www.halalmui.org, diakses pada tanggal 15 Desember 2020, pukul 18.35

Berdasarkan data diatas, dapat diketahui bahwa Fermipan adalah produk halal. Memang sebagai seorang konsumen muslim kita harus selektif dalam menentukan kehalalan suatu produk yang akan kita konsumsi. Hal tersebut dikarenakan kehalalan merupakan suatu pertimbangan utama bagi seorang konsumen muslim dalam mengkonsumsi suatu produk. Jika terdapat keraguan dalam mengkonsumsi suatu produk yang masih belum jelas halal dan haramnya, lebih baik ditinggalkan dan memilih produk lainnya yang sudah jelas akan kehalalannya.

B. Karateristik Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Bakpao Citra yang ada di Kecamatan Boyolangu. Adapun jumlah sampel yang di tentukan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden. Setiap responden diberikan kuesioner untuk memberikan jawaban atas pertanyaan yang telah disediakan. Untuk mempermudah dalam mengidentifikasi responden dalam penelitian, maka diperlukan gambaran mengenai karateristik responden. Adapun gambaran karateristik responden dalam penelitian ini dibagi menjadi 4 karateristik, yaitu sebagai berikut:

1. Karateristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin responden Bakpao Citra adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Karateristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-Laki	31	31%
2	Perempuan	69	69%
Total		100	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.1 diatas, dapat diketahui bahwa dari jumlah responden sebanyak 100 orang, responden yang berjenis kelamin laki-laki adalah 31 orang dengan persentase 31% sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan adalah 69 orang dengan persentase 69%. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa mayoritas konsumen Bakpao Citra didominasi oleh responden yang berjenis kelamin perempuan.

2. Karateristik Responden Berdasarkan Usia

Adapun data mengenai usia responden Bakpao Citra adalah sebagai berikut

Tabel 4.2
Karateristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1	15-24 tahun	53	53%
2	25-34 tahun	16	16%
3	35-44 tahun	8	8%
4	45-54 tahun	7	7%
5	55-64 tahun	16	16%
Total		100	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, dapat diketahui bahwa dari jumlah responden sebanyak 100 orang, diperoleh rata-rata usia responden yaitu usia 15-24 tahun sebanyak 53 orang dengan persentase sebesar 53%, usia 25-34 tahun sebanyak 16 orang dengan persentase sebesar 16%, usia 35-44 tahun sebanyak 8 orang dengan persentase sebesar 8%, usia 45-54 tahun sebanyak 7 orang dengan persentase sebesar 7% dan usia 55-64 tahun sebanyak 16 orang dengan persentase sebesar 16%. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa mayoritas konsumen Bakpao Citra didominasi oleh responden dengan kategori usia 15-24 tahun.

3. Karateristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Adapun data mengenai pekerjaan responden Bakpao Citra adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Karateristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1	Pelajar	18	18%
2	Mahasiswa	13	13%
3	Ibu Rumah Tangga	9	9%
4	Buruh	23	23%
5	Pedagang	8	8%
6	Karyawan Swasta	27	27%
7	Pegawai Negeri	2	2%
Total		100	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.3 diatas, dapat diketahui bahwa dari jumlah responden sebanyak 100 orang, responden dengan status

pekerjaan sebagai pelajar adalah sebanyak 18 orang atau 18%, mahasiswa sebanyak 13 orang atau 13%, ibu rumah tangga sebanyak 9 orang atau 9%, buruh sebanyak 23 orang atau 23%, pedagang sebanyak 8 orang atau 8%, karyawan swasta sebanyak 27 orang atau 27% dan pegawai negeri sebanyak 2 orang atau 2%. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa mayoritas konsumen Bakpao Citra didominasi oleh responden dengan status pekerjaan sebagai karyawan swasta.

4. Karateristik Responden Berdasarkan Pembelian

Adapun data mengenai banyaknya pembelian yang dilakukan oleh responden Bakpao Citra adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4
Karateristik Responden Berdasarkan Pembelian

No	Pembelian	Jumlah	Persentase (%)
1	1 kali	30	30%
2	Lebih dari 1 kali	70	70%
Total		100	100%

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.4 diatas, dapat diketahui bahwa dari jumlah responden sebanyak 100 orang, responden yang melakukan pembelian sebanyak 1 kali adalah 30 orang dengan persentase sebesar 30% sedangkan responden yang melakukan pembelian lebih dari 1 kali adalah 70 orang dengan persentase 70%. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa mayoritas konsumen Bakpao Citra melakukan pembelian lebih dari 1 kali.

C. Deskripsi Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdiri dari tiga variabel independen (bebas) yaitu inovasi produk (X_1), kualitas produk (X_2), jaminan produk halal (X_3) dan satu variabel dependen (terikat) yaitu keputusan pembelian. Berdasarkan hasil penelitian dari keempat variabel tersebut, dapat diketahui gambaran tanggapan dari 100 konsumen Bakpao Citra yang menjadi responden sebagai berikut:

1. Inovasi Produk (X_1)

Variabel inovasi produk dalam penelitian ini diuji melalui 6 indikator yaitu produk baru bagi dunia, lini produk baru, tambahan pada lini produk yang telah ada, perbaikan produk yang telah ada, penentuan kembali dan pengurangan biaya. Dalam variabel inovasi produk terdapat 12 pertanyaan yang terdiri dari 2 item pertanyaan tentang produk baru bagi dunia, 2 item pertanyaan tentang lini produk baru, 2 item pertanyaan tentang tambahan pada lini produk yang telah ada, 2 item pertanyaan tentang perbaikan produk yang telah ada, 2 item pertanyaan tentang penentuan kembali dan 2 item pertanyaan tentang pengurangan biaya. Berikut ini adalah hasil dari tiap-tiap item pertanyaan pada variabel inovasi produk (X_1):

Tabel 4.5
Distribusi Frekuensi Variabel Inovasi Produk (X_1)

Item	SS		S		RG		TS		STS	
	F	%	F	%	f	%	F	%	F	%
$X_1$1	29	29%	64	64%	5	5%	2	2%	0	0%
$X_1$2	21	21%	60	60%	11	11%	7	7%	1	1%

$X_1$3	22	22%	65	65%	11	11%	2	2%	0	0%
$X_1$4	36	36%	62	62%	2	2%	0	0%	0	0%
$X_1$5	40	40%	57	57%	3	3%	0	0%	0	0%
$X_1$6	46	46%	51	51%	3	3%	0	0%	0	0%
$X_1$7	29	29%	59	59%	12	12%	0	0%	0	0%
$X_1$8	30	30%	60	60%	9	9%	1	1%	0	0%
$X_1$9	23	23%	68	68%	7	7%	2	2%	0	0%
$X_1$10	29	29%	64	64%	6	6%	1	1%	1	1%
$X_1$11	23	23%	58	58%	17	17%	1	1%	1	1%
$X_1$12	17	17%	58	58%	21	21%	4	4%	1	1%

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.5 diatas, dapat diketahui bahwa pada variabel inovasi produk (X_1), dengan indikator pertama (produk baru bagi dunia) item pertanyaan pertama ($X_1$1) mendapat respon sebanyak 29% responden menjawab sangat setuju, 64% responden menjawab setuju, 5% responden menjawab ragu-ragu dan 2% responden menjawab tidak setuju. Sehingga dapat disimpulkan sebagian besar responden setuju bahwa bakpao bakar merupakan bakpao yang belum pernah dibuat oleh usaha bakpao lainnya.

Pada item pertanyaan kedua ($X_1$2) mendapat respon sebanyak 21% responden menjawab sangat setuju, 60% responden menjawab setuju,11% responden menjawab ragu-ragu , 7% responden menjawab tidak setuju dan 1% responden menjawab sangat tidak setuju. Sehingga dapat disimpulkan sebagian besar responden setuju bahwa bakpao isian daging ayam merupakan bakpao yang belum pernah dibuat oleh usaha bakpao lainnya.

Pada variabel inovasi produk (X_1) dengan indikator kedua (lini produk baru) item pertanyaan ketiga ($X_1$3) mendapat respon sebanyak

22% responden menjawab sangat setuju, 65% responden menjawab setuju, 11% responden menjawab ragu-ragu dan 2% responden menjawab tidak setuju. Sehingga dapat disimpulkan sebagian besar responden setuju bahwa Bakpao Citra merupakan bakpao yang menawarkan produk baru di pasar tempat anda membeli.

Pada item pertanyaan keempat ($X_1$4) mendapat respon sebanyak 36% responden menjawab sangat setuju, 62% responden menjawab setuju dan 2% responden menjawab ragu-ragu. Sehingga dapat disimpulkan sebagian besar responden setuju bahwa Bakpao Citra memberikan pilihan kepada konsumen untuk menentukan pilihan bakpao mana yang akan dibeli.

Pada variabel inovasi produk (X_1) dengan indikator ketiga (tambahan pada lini produk yang telah ada) item pertanyaan kelima ($X_1$5) mendapat respon sebanyak 40% responden menjawab sangat setuju, 57% responden menjawab setuju dan 3% responden menjawab ragu-ragu. Sehingga dapat disimpulkan sebagian besar responden setuju bahwa Bakpao Citra semakin melengkapi bakpao-bakpao lain yang ada di Tulungagung.

Pada item pertanyaan keenam ($X_1$6) mendapat respon sebanyak 46% responden menjawab sangat setuju, 51% responden menjawab setuju dan 3% responden menjawab ragu-ragu. Sehingga dapat disimpulkan sebagian besar responden setuju bahwa Bakpao Citra memiliki varian yang beragam sehingga memunculkan banyak pilihan.

Pada variabel inovasi produk (X_1) dengan indikator keempat (perbaikan dan revisi produk yang telah ada) item pertanyaan ketujuh (X_17) mendapat respon sebanyak 29% responden menjawab sangat setuju, 59% responden menjawab setuju dan 12% responden menjawab ragu-ragu. Sehingga dapat disimpulkan sebagian besar responden setuju bahwa Bakpao Citra selalu melakukan perbaikan produk untuk meningkatkan kualitasnya.

Pada item pertanyaan kedelapan (X_18) mendapat respon sebanyak 30% responden menjawab sangat setuju, 60% responden menjawab setuju, 9% responden menjawab ragu-ragu dan 1% responden menjawab tidak setuju. Sehingga dapat disimpulkan sebagian besar responden setuju bahwa varian baru yang diciptakan Bakpao Citra memberikan nilai lebih dibandingkan varian-varian sebelumnya.

Pada variabel inovasi produk (X_1) dengan indikator kelima (penentuan kembali) item pertanyaan kesembilan (X_19) mendapat respon sebanyak 23% responden menjawab sangat setuju, 68% responden menjawab setuju, 7% responden menjawab ragu-ragu dan 2% responden menjawab tidak setuju. Sehingga dapat disimpulkan sebagian besar responden setuju bahwa Bakpao Citra berupaya untuk mengembangkan pasar baru dalam dunia kuliner.

Pada item pertanyaan kesepuluh (X_110) mendapat respon sebanyak 29% responden menjawab sangat setuju, 64% responden

menjawab setuju, 6% responden menjawab ragu-ragu dan 1% responden menjawab tidak setuju. Sehingga dapat disimpulkan sebagian besar responden setuju bahwa pengembalian yang dilakukan oleh Bakpao Citra dapat meningkatkan volume penjualan.

Pada variabel inovasi produk (X_1) dengan indikator keenam (pengurangan biaya) item pertanyaan kesebelas ($X_1$11) mendapat respon sebanyak 23% responden menjawab sangat setuju, 58% responden menjawab setuju, 17% responden menjawab ragu-ragu, 1% responden menjawab tidak setuju dan 1% responden menjawab sangat tidak setuju. Sehingga dapat disimpulkan sebagian besar responden setuju bahwa Bakpao Citra berupaya menekan biaya untuk menghasilkan produk yang mempunyai daya saing harga.

Pada item pertanyaan kedua belas ($X_1$12) mendapat respon sebanyak 17% responden menjawab sangat setuju, 58% responden menjawab setuju, 21% responden menjawab ragu-ragu, 4% responden menjawab tidak setuju dan 1% responden menjawab sangat tidak setuju. Sehingga dapat disimpulkan sebagian besar responden setuju bahwa Bakpao Citra memberikan harga yang murah dengan kualitas yang baik.

2. Kualitas Produk (X_2)

Variabel kualitas produk dalam penelitian ini diuji melalui 6 indikator yaitu kinerja, keunikan, kehandalan, kualitas kesesuaian, daya tahan, dan keindahan. Dalam variabel kualitas produk terdapat 12

item pertanyaan yang terdiri dari 2 item pertanyaan tentang kinerja, 2 item pertanyaan tentang keunikan, 2 item pertanyaan tentang kehandalan, 2 item pertanyaan tentang kualitas kesesuaian, 2 item pertanyaan tentang daya tahan dan 2 item pertanyaan tentang keindahan. Berikut ini adalah hasil dari tiap-tiap item pertanyaan pada variabel kualitas produk (X_2):

Tabel 4.6
Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk (X_2)

Item	SS		S		RG		TS		STS	
	F	%	F	%	f	%	F	%	F	%
$X_2$1	37	37%	56	56%	7	7%	0	0%	0	0%
$X_2$2	34	34%	58	58%	6	6%	2	2%	0	0%
$X_2$3	32	32%	59	59%	7	7%	2	2%	0	0%
$X_2$4	40	40%	51	51%	9	9%	0	0%	0	0%
$X_2$5	26	26%	69	69%	5	5%	0	0%	0	0%
$X_2$6	28	28%	61	61%	11	11%	0	0%	0	0%
$X_2$7	33	33%	63	63%	4	4%	0	0%	0	0%
$X_2$8	41	41%	57	57%	2	2%	0	0%	0	0%
$X_2$9	22	22%	66	66%	10	10%	2	2%	0	0%
$X_2$10	29	29%	48	48%	21	21%	2	2%	0	0%
$X_2$11	29	29%	67	67%	4	4%	0	0%	0	0%
$X_2$12	43	43%	54	54%	3	3%	0	0%	0	0%

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.6 diatas, dapat diketahui bahwa pada variabel kualitas produk (X_2), dengan indikator pertama (kinerja) item pertanyaan pertama ($X_2$1) mendapat respon sebanyak 37% responden menjawab sangat setuju, 56% responden menjawab setuju dan 7% responden menjawab ragu-ragu. Sehingga dapat disimpulkan sebagian besar responden setuju bahwa Bakpao Citra memiliki rasa yang lebih enak dibandingkan bakpao lain yang sejenis.

Pada item pertanyaan kedua ($X_2$2) mendapat respon sebanyak 34% responden menjawab sangat setuju, 58% responden menjawab setuju, 6% responden menjawab ragu-ragu dan 2% responden menjawab tidak setuju. Sehingga dapat disimpulkan sebagian besar responden setuju bahwa porsi (ukuran) Bakpao Citra sesuai dengan keinginan/kebutuhan konsumen.

Pada variabel kualitas produk (X_2) dengan indikator kedua (keunikan) item pertanyaan ketiga ($X_2$3) mendapat respon sebanyak 32% responden menjawab sangat setuju, 59% responden menjawab setuju, 7% responden menjawab ragu-ragu dan 2% responden menjawab tidak setuju. Sehingga dapat disimpulkan sebagian besar responden setuju bahwa bentuk dan varian Bakpao Citra memiliki ciri khas dan berbeda dari yang lain.

Pada item pertanyaan keempat ($X_2$4) mendapat respon sebanyak 40% responden menjawab sangat setuju, 51% responden menjawab setuju dan 9% responden menjawab ragu-ragu. Sehingga dapat disimpulkan sebagian besar responden setuju bahwa Bakpao Citra memiliki aroma yang khas.

Pada variabel kualitas produk (X_2) dengan indikator ketiga (kehandalan) item pertanyaan kelima ($X_2$5) mendapat respon sebanyak 26% responden menjawab sangat setuju, 69% responden menjawab setuju dan 5% responden menjawab ragu-ragu. Sehingga dapat

disimpulkan sebagian besar responden setuju bahwa varian yang dimiliki Bakpao Citra sesuai dengan selera konsumen.

Pada item pertanyaan keenam ($X_2$6) mendapat respon sebanyak 28% responden menjawab sangat setuju, 61% responden menjawab setuju dan 11% responden menjawab ragu-ragu. Sehingga dapat disimpulkan sebagian besar responden setuju bahwa varian yang dimiliki Bakpao Citra menggugah selera konsumen.

Pada variabel kualitas produk (X_2) dengan indikator keempat (kualitas kesesuaian) item pertanyaan ketujuh ($X_2$7) mendapat respon sebanyak 33% responden menjawab sangat setuju, 63% responden menjawab setuju dan 4% responden menjawab ragu-ragu. Sehingga dapat disimpulkan sebagian besar responden setuju bahwa Bakpao Citra memiliki rasa yang sesuai dengan tampilan visualnya.

Pada item pertanyaan kedelapan ($X_2$8) mendapat respon sebanyak 41% responden menjawab sangat setuju, 57% responden menjawab setuju, dan 2% responden menjawab ragu-ragu. Sehingga dapat disimpulkan sebagian besar responden setuju bahwa bakpao yang disajikan sesuai dengan menu/varian yang ditawarkan.

Pada variabel kualitas produk (X_2) dengan indikator kelima (daya tahan) item pertanyaan kesembilan ($X_2$9) mendapat respon sebanyak 22% responden menjawab sangat setuju, 66% responden menjawab setuju, 10% responden menjawab ragu-ragu dan 2% responden menjawab tidak setuju. Sehingga dapat disimpulkan

sebagian besar responden setuju bahwa Bakpao Citra bisa tahan 1-2 hari jika dimasukkan ke dalam kulkas.

Pada item pertanyaan kesepuluh ($X_2$10) mendapat respon sebanyak 29% responden menjawab sangat setuju, 48% responden menjawab setuju, 21% responden menjawab ragu-ragu dan 2% responden menjawab tidak setuju. Sehingga dapat disimpulkan sebagian besar responden setuju bahwa citarasa Bakpao Citra tidak akan berubah jika dilakukan pengukusan ulang.

Pada variabel kualitas produk (X_2) dengan indikator keenam (keindahan) item pertanyaan kesebelas ($X_2$11) mendapat respon sebanyak 29% responden menjawab sangat setuju, 67% responden menjawab setuju, dan 4% responden menjawab ragu-ragu. Sehingga dapat disimpulkan sebagian besar responden setuju bahwa tampilan Bakpao Citra menarik.

Pada item pertanyaan kedua belas ($X_2$12) mendapat respon sebanyak 43% responden menjawab sangat setuju, 54% responden menjawab setuju, dan 3% responden menjawab ragu-raguSehingga dapat disimpulkan sebagian besar responden setuju bahwa Bakpao Citra disajikan dengan rapi.

3. Jaminan Produk Halal (X_3)

Variabel jaminan produk halal dalam penelitian ini diuji melalui 4 indikator yaitu tidak mengandung bahan yang haram, penyembelihan hewan berdasarkan tata cara syariat Islam, proses

produksi tidak tercampur dengan barang yang tidak halal dan makanan dan minuman tidak mengandung khamar. Dalam variabel jaminan produk halal terdapat 8 item pertanyaan yang terdiri dari 2 item pertanyaan tentang tidak mengandung bahan yang haram, 2 item pertanyaan tentang penyembelihan hewan berdasarkan syariat Islam, 2 item pertanyaan tentang proses produksi tidak tercampur dengan barang yang tidak halal, dan 2 item pertanyaan tentang makanan dan minuman tidak mengandung khamar. Berikut ini adalah hasil dari tiap-tiap item pertanyaan pada variabel jaminan produk halal (X_3):

Tabel 4.7
Distribusi Frekuensi Variabel Jaminan Produk Halal (X_3)

Item	SS		S		RG		TS		STS	
	F	%	F	%	f	%	F	%	f	%
X_31	47	47%	48	48%	5	5%	0	0%	0	0%
X_32	50	50%	44	44%	6	6%	0	0%	0	0%
X_33	21	21%	48	48%	30	30%	1	1%	0	0%
X_34	17	17%	45	45%	38	38%	0	0%	0	0%
X_35	31	31%	57	57%	12	12%	0	0%	0	0%
X_36	37	37%	56	56%	7	7%	0	0%	0	0%
X_37	3	3%	56	56%	41	41%	0	0%	0	0%
X_38	36	36%	60	60%	4	4%	0	0%	0	0%

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, dapat diketahui bahwa pada variabel jaminan produk halal (X_3), dengan indikator pertama (tidak mengandung bahan yang haram) item pertanyaan pertama (X_31) mendapat respon sebanyak 47% responden menjawab sangat setuju, 48% responden menjawab setuju dan 5% responden menjawab ragu-ragu. Sehingga dapat disimpulkan sebagian besar responden setuju

bahwa bahan baku yang digunakan Bakpao Citra terbuat dari bahan yang alami, tidak membahayakan dan tidak mengandung bahan yang diharamkan.

Pada item pertanyaan kedua ($X_3$2) mendapat respon sebanyak 50% responden menjawab sangat setuju, 44% responden menjawab setuju, dan 6% responden menjawab ragu-ragu. Sehingga dapat disimpulkan sebagian besar responden setuju bahwa bahan penolong Bakpao Citra tidak tercampur dengan bahan yang haram.

Pada variabel kualitas produk (X_3) dengan indikator kedua (penyembelihan hewan berdasarkan tata cara syariat Islam) item pertanyaan ketiga ($X_3$3) mendapat respon sebanyak 21% responden menjawab sangat setuju, 48% responden menjawab setuju, 30% responden menjawab ragu-ragu dan 1% responden menjawab tidak setuju. Sehingga dapat disimpulkan sebagian besar responden setuju bahwa proses penyembelihan ayam untuk bakpao isian daging ayam dilakukan dengan mengucapkan bacaan basmallah.

Pada item pertanyaan keempat ($X_3$4) mendapat respon sebanyak 17% responden menjawab sangat setuju, 45% responden menjawab setuju dan 38% responden menjawab ragu-ragu. Sehingga dapat disimpulkan sebagian besar responden setuju bahwa proses penyembelian ayam dilakukan dengan menghadap kearah kiblat.

Pada variabel jaminan produk halal (X_3) dengan indikator ketiga (proses produksi tidak tercampur dengan barang yang tidak

halal) item pertanyaan kelima ($X_3$5) mendapat respon sebanyak 31% responden menjawab sangat setuju, 57% responden menjawab setuju dan 12% responden menjawab ragu-ragu. Sehingga dapat disimpulkan sebagian besar responden setuju bahwa proses pengolahan Bakpao Citra tidak tercampur dengan hal-hal yang diharamkan.

Pada item pertanyaan keenam ($X_3$6) mendapat respon sebanyak 37% responden menjawab sangat setuju, 56% responden menjawab setuju dan 7% responden menjawab ragu-ragu. Sehingga dapat disimpulkan sebagian besar responden setuju bahwa proses produksi Bakpao Citra terjamin kebersihannya.

Pada variabel jaminan produk halal (X_3) dengan indikator keempat (makanan dan minuman tidak mengandung khamar) item pertanyaan ketujuh ($X_3$7) mendapat respon sebanyak 3% responden menjawab sangat setuju, 63% responden menjawab setuju dan 41% responden menjawab ragu-ragu. Sehingga dapat disimpulkan sebagian besar responden setuju bahwa Bakpao Citra tidak mengandung bahan yang memabukkan seperti Rum.

Pada item pertanyaan kedelapan ($X_3$8) mendapat respon sebanyak 36% responden menjawab sangat setuju, 60% responden menjawab setuju, dan 4% responden menjawab ragu-ragu. Sehingga dapat disimpulkan sebagian besar responden setuju bahwa bahan pengembang Bakpao Citra merupakan bahan yang terjamin dan tidak mengandung khamar/alkohol.

4. Keputusan Pembelian (Y)

Variabel inovasi produk dalam penelitian ini diuji melalui 5 indikator yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Dalam variabel inovasi produk terdapat 10 pertanyaan yang terdiri dari 2 item pertanyaan tentang pengenalan masalah, 2 item pertanyaan tentang pencarian informasi, 2 item pertanyaan tentang evaluasi alternatif, 2 item pertanyaan tentang keputusan pembelian, dan 2 item pertanyaan tentang perilaku pasca pembelian. Berikut ini adalah hasil dari tiap-tiap item pertanyaan pada variabel keputusan pembelian (Y).

Tabel 4.8
Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Item	SS		S		RG		TS		STS	
	F	%	F	%	f	%	F	%	F	%
Y1	15	15%	79	79%	4	4%	2	2%	0	0%
Y2	27	27%	59	59%	11	11%	3	3%	0	0%
Y3	13	13%	71	71%	16	16%	0	0%	0	0%
Y4	12	12%	69	69%	16	16%	3	3%	0	0%
Y5	31	31%	63	63%	3	3%	3	3%	0	0%
Y6	38	38%	51	51%	9	9%	2	2%	0	0%
Y7	33	33%	64	64%	3	3%	0	0%	0	0%
Y8	21	21%	69	69%	9	9%	1	1%	0	0%
Y9	32	32%	57	57%	10	10%	1	1%	0	0%
Y10	26	26%	60	60%	14	14%	0	0%	0	0%

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, dapat diketahui bahwa pada variabel keputusan pembelian (Y), dengan indikator pertama (pengenalan masalah) item pertanyaan pertama (Y1) mendapat respon sebanyak 15% responden menjawab sangat setuju, 79% responden

menjawab setuju, 4% responden menjawab ragu-ragu dan 2% responden menjawab tidak setuju. Sehingga dapat disimpulkan sebagian besar responden setuju bahwa mereka membeli Bakpao Citra karena adanya kebutuhan.

Pada item pertanyaan kedua (Y2) mendapat respon sebanyak 27% responden menjawab sangat setuju, 59% responden menjawab setuju,11% responden menjawab ragu-ragu , dan 3% responden menjawab tidak setuju. Sehingga dapat disimpulkan sebagian besar responden setuju bahwa mereka membeli Bakpao Citra dengan isian daging ayam karena ingin menikmati bakpao dengan citarasa baru dan lain dari produk yang lain.

Pada variabel keputusan pembelian (Y) dengan indikator kedua (pencarian informasi) item pertanyaan ketiga (Y3) mendapat respon sebanyak 13% responden menjawab sangat setuju, 71% responden menjawab setuju, dan 16% responden menjawab ragu-ragu. Sehingga dapat disimpulkan sebagian besar responden setuju bahwa mereka tertarik membeli Bakpao Citra karena informasi yang didapat dari sumber terdekat (kerabat, teman).

Pada item pertanyaan keempat (Y4) mendapat respon sebanyak 12% responden menjawab sangat setuju, 69% responden menjawab setuju, 16% responden menjawab ragu-ragu dan 3 responden menjawab tidak setuju. Sehingga dapat disimpulkan sebagian besar

responden setuju bahwa mereka mencari informasi tentang Bakpao Citra sebelum memutuskan untuk membeli.

Pada variabel keputusan pembelian (Y) dengan indikator ketiga (evaluasi alternatif) item pertanyaan kelima (Y5) mendapat respon sebanyak 31% responden menjawab sangat setuju, 63% responden menjawab setuju, 3% responden menjawab ragu-ragu dan 3% responden menjawab tidak setuju. Sehingga dapat disimpulkan sebagian besar responden setuju bahwa mereka memutuskan untuk membeli Bakpao Citra setelah membandingkan varian rasa dengan bakpao-bakpao lainnya.

Pada item pertanyaan keenam (Y6) mendapat respon sebanyak 38% responden menjawab sangat setuju, 51% responden menjawab setuju, 9% responden menjawab ragu-ragu dan 2% responden menjawab tidak setuju. Sehingga dapat disimpulkan sebagian besar responden setuju bahwa mereka memutuskan untuk membeli Bakpao Citra setelah membandingkan harga dengan bakpao-bakpao lainnya.

Pada variabel keputusan pembelian (Y) dengan indikator keempat (keputusan pembelian) item pertanyaan ketujuh (Y7) mendapat respon sebanyak 33% responden menjawab sangat setuju, 64% responden menjawab setuju dan 3% responden menjawab ragu-ragu. Sehingga dapat disimpulkan sebagian besar responden setuju bahwa mereka sudah yakin mengambil keputusan yang tepat saat membeli Bakpao Citra.

Pada item pertanyaan kedelapan (Y8) mendapat respon sebanyak 21% responden menjawab sangat setuju, 69% responden menjawab setuju, 9% responden menjawab ragu-ragu dan 1% responden menjawab tidak setuju. Sehingga dapat disimpulkan sebagian besar responden setuju bahwa mereka memutuskan untuk membeli Bakpao Citra setelah mengevaluasi beberapa alternatif pilihan.

Pada variabel keputusan pembelian (Y) dengan indikator kelima (perilaku pasca pembelian) item pertanyaan kesembilan (Y9) mendapat respon sebanyak 32% responden menjawab sangat setuju, 57% responden menjawab setuju, 10% responden menjawab ragu-ragu dan 1% responden menjawab tidak setuju. Sehingga dapat disimpulkan sebagian besar responden setuju bahwa setelah mereka mengkonsumsi Bakpao Citra, mereka memutuskan untuk melakukan pembelian kembali/ulang.

Pada item pertanyaan kesepuluh (Y10) mendapat respon sebanyak 26% responden menjawab sangat setuju, 60% responden menjawab setuju, dan 14% responden menjawab ragu-ragu. Sehingga dapat disimpulkan sebagian besar responden setuju bahwa mereka akan mempromosikan bakpao citra kepada orang-orang untuk membeli Bakpao Citra.

D. Analisis Data

1. Uji Keabsahan Data

Untuk mengetahui tingkat keakuratan data, maka dilakukan pengujian instrument penelitian (kuesioner) dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas data seperti berikut:

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid tidaknya butir-butir kuesioner menggunakan *Pearson's Product Moment Correlation.* Sebelum instrumen kuesioner ini digunakan untuk mengambil data dalam penelitian ini terlebih dahulu dilakukan uji coba terhadap instrumen penelitian (kuesioner) kepada 40 responden. Uji coba tersebut dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh kevalidan butir soal dalam instrumen penelitian (kuesioner).

Dalam penelitian ini, validitas dari indikator dianalisis menggunakan df (*degree of freedom*) dengan rumus df = n-2, dimana n = jumlah sampel. Jadi df yang digunakan adalah 40-2 = 38 dengan taraf kesalahan 5%, maka hasil nilai r_{tabel} adalah sebesar 0,312. Jika nilai r_{hitung} lebih besar daripada nilai r_{tabel} dan nilai r positif maka butir pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid.

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Inovasi Produk (X_1)

No. Item	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
$X_1$1	0,454	0,312	Valid
$X_1$2	0,487	0,312	Valid
$X_1$3	0,572	0,312	Valid
$X_1$4	0,633	0,312	Valid

$X_1$5	0,433	0,312	Valid
$X_1$6	0,435	0,312	Valid
$X_1$7	0,539	0,312	Valid
$X_1$8	0,553	0,312	Valid
$X_1$9	0,593	0,312	Valid
$X_1$10	0,702	0,312	Valid
$X_1$11	0,733	0,312	Valid
$X_1$12	0,496	0,312	Valid

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.9 diatas, diketahui bahwa nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel}. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan dari instrumen Inovasi Produk (X_1) yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid. Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,312.

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X_2)

No. Item	**Nilai r_{hitung}**	**Nilai r_{tabel}**	**Keterangan**
$X_2$1	0,683	0,312	Valid
$X_2$2	0,570	0,312	Valid
$X_2$3	0,581	0,312	Valid
$X_2$4	0,618	0,312	Valid
$X_2$5	0,487	0,312	Valid
$X_2$6	0,506	0,312	Valid
$X_2$7	0,582	0,312	Valid
$X_2$8	0,558	0,312	Valid
$X_2$9	0,582	0,312	Valid
$X_2$10	0,726	0,312	Valid
$X_2$11	0,616	0,312	Valid
$X_2$12	0.716	0,312	Valid

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.10 diatas, diketahui bahwa nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel}. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan dari instrumen Kualitas Produk (X_2) yang digunakan

dalam penelitian ini adalah valid. Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,312.

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas Jaminan Produk Halal (X_3)

No. Item	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
$X_3$1	0,521	0,312	Valid
$X_3$2	0,541	0,312	Valid
$X_3$3	0,601	0,312	Valid
$X_3$4	0,501	0,312	Valid
$X_3$5	0,651	0,312	Valid
$X_3$6	0,579	0,312	Valid
$X_3$7	0,520	0,312	Valid
$X_3$8	0,650	0,312	Valid

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.11 diatas, diketahui bahwa nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel}. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan dari instrumen Jaminan Produk Halal (X_3) yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid. Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,312.

Tabel 4.12
Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

No. Item	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
Y1	0,352	0,312	Valid
Y2	0,571	0,312	Valid
Y3	0,481	0,312	Valid
Y4	0,453	0,312	Valid
Y5	0,500	0,312	Valid
Y6	0,577	0,312	Valid
Y7	0,439	0,312	Valid
Y8	0,508	0,312	Valid
Y9	0,640	0,312	Valid
Y10	0,548	0,312	Valid

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.12 diatas, diketahui bahwa nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel}. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan dari instrumen Keputusan Pembelian (Y) yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid. Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,312.

Setelah dilakukannya uji coba instrumen penelitian (kuesioner) kepada 40 responden dan dilakukannya uji validitas, diketahui bahwa butir-butir pertanyaan dalam kuesioner ini adalah valid semua. Selanjutnya instrumen penelitian ini digunakan oleh peneliti sebagai instrumen penelitian di penelitian yang sesungguhnya sesuai dengan jumlah sampel yang telah ditentukan yaitu sebanyak 100 responden.

Untuk lebih meyakinkan lagi dan membuktikan kevalidan dari setiap butir-butir pertanyaan dalam instrumen penelitian, peneliti juga melakukan uji validitas terhadap 100 responden. Dimana, validitas dari indikator dianalisis menggunakan df (*degree of freedom*) dengan rumus df = n-2, dimana n = jumlah sampel. Jadi df yang digunakan adalah 100-2 = 98 dengan taraf kesalahan 5%, maka hasil nilai r_{tabel} adalah sebesar 0,196. Jika nilai r_{hitung} lebih besar daripada nilai r_{tabel} dan nilai r positif maka butir pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid.

Tabel 4.13
Hasil Uji Validitas Inovasi Produk (X_1)

No. Item	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
$X_1$1	0,469	0,196	Valid
$X_1$2	0,487	0,196	Valid
$X_1$3	0,489	0,196	Valid
$X_1$4	0,572	0,196	Valid
$X_1$5	0,503	0,196	Valid
$X_1$6	0,554	0,196	Valid
$X_1$7	0,568	0,196	Valid
$X_1$8	0,528	0,196	Valid
$X_1$9	0,570	0,196	Valid
$X_1$10	0,526	0,196	Valid
$X_1$11	0,673	0,196	Valid
$X_1$12	0.414	0,196	Valid

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.13 diatas, diketahui bahwa nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel}. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan dari instrumen Inovasi Produk (X_1) yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid. Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,196.

Tabel 4.14
Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X_2)

No. Item	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
$X_2$1	0,631	0,196	Valid
$X_2$2	0,619	0,196	Valid
$X_2$3	0,641	0,196	Valid
$X_2$4	0,588	0,196	Valid
$X_2$5	0,471	0,196	Valid
$X_2$6	0,493	0,196	Valid
$X_2$7	0,517	0,196	Valid
$X_2$8	0,525	0,196	Valid
$X_2$9	0,520	0,196	Valid
$X_2$10	0,658	0,196	Valid
$X_2$11	0,664	0,196	Valid

$X_2$12	0.662	0,196	Valid

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.14 diatas, diketahui bahwa nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel}. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan dari instrumen Kualitas Produk (X_2) yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid. Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,196.

Tabel 4.15
Hasil Uji Validitas Jaminan Produk Halal (X_3)

No. Item	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan
$X_3$1	0,688	0,196	Valid
$X_3$2	0,749	0,196	Valid
$X_3$3	0,673	0,196	Valid
$X_3$4	0,622	0,196	Valid
$X_3$5	0,695	0,196	Valid
$X_3$6	0,680	0,196	Valid
$X_3$7	0,607	0,196	Valid
$X_3$8	0,590	0,196	Valid

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.15 diatas, diketahui bahwa nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel}. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan dari instrumen Jaminan Produk Halal (X_3) yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid. Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,196.

Tabel 4.16
Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

No. Item	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Keterangan

Y1	0,523	0,196	Valid
Y2	0,639	0,196	Valid
Y3	0,470	0,196	Valid
Y4	0,487	0,196	Valid
Y5	0,597	0,196	Valid
Y6	0,529	0,196	Valid
Y7	0,471	0,196	Valid
Y8	0,491	0,196	Valid
Y9	0,688	0,196	Valid
Y10	0,637	0,196	Valid

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.16 diatas, diketahui bahwa nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel}. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan dari instrumen Keputusan Pembelian (Y) yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid. Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,196.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk melihat konsistensi alat ukur yang akan digunakan apakah alat ukur tersebut akurat dan konsisten. Teknik yang digunakan dalam uji reliabilitas pada penelitian ini adalah teknik *Alpha Cronbach's* dan diukur berdasarkan skala *Alpha Cronbach's*. Skala dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan range yang sama, adapun ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1) Nilai *Alpha Conbach* 0,00 s.d. 0,20, berarti kurang *reliable*.
2) Nilai *Alpha Conbach* 0,21 s.d. 0,40, berarti agak *reliable*.

3) Nilai *Alpha Conbach* 0,41 s.d. 0,60, berarti cukup *reliable*.
4) Nilai *Alpha Conbach* 0,61 s.d. 0,80, berarti *reliable*.
5) Nilai *Alpha Conbach* 0,81 s.d. 1,00, berarti sangat *reliable.*

Berikut ini adalah hasil uji reliabilitas dengan bantuan program SPSS 23:

Tabel 4.17
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Inovasi Produk (X_1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.788	12

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.17 diatas, nilai *Cronbach's Alpha* adalah sebesar 0,788. Hal tersebut menunjukkan bahwa konstruk pernyataan dalam variabel inovasi produk (X_1) adalah *reliable*. Jadi responden menunjukkan kestabilan dan konsistensi dalam menjawab konstruk-konstruk pernyataan dari variabel inovasi produk (X_1).

Tabel 4.18
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X_2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.839	12

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.18 diatas, nilai *Cronbach's Alpha* adalah sebesar 0,839. Hal tersebut menunjukkan bahwa konstruk pernyataan dalam variabel kualitas produk (X_2) adalah sangat

reliable. Jadi responden menunjukkan kestabilan dan konsistensi dalam menjawab konstruk-konstruk pernyataan dari variabel kualitas produk (X_2).

Tabel 4.19
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Jaminan Produk Halal (X_3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.700	8

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.19 diatas, nilai *Cronbach's Alpha* adalah sebesar 0,700. Hal tersebut menunjukkan bahwa konstruk pernyataan dalam variabel jaminan produk halal (X_3) adalah *reliable*. Jadi responden menunjukkan kestabilan dan konsistensi dalam menjawab konstruk-konstruk pernyataan dari variabel jaminan produk halal (X_3).

Tabel 4.20
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.684	10

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.20 diatas, nilai *Cronbach's Alpha* adalah sebesar 0,684. Hal tersebut menunjukkan bahwa konstruk pernyataan dalam variabel keputusan pembelian (Y) adalah *reliable*. Jadi responden menunjukkan kestabilan dan konsistensi

dalam menjawab konstruk-konstruk pernyataan dari variabel keputusan pembelian (Y).

2. Uji Asumsi Klasik

Dalam melakukan analisis regresi berganda, terlebih dahulu dilakukan pengujian asumsi klasik supaya kesimpulan yang didapat tidak menyimpang dari kebenaran yang seharusnya. Untuk mengetahui persyaratan tersebut maka diperlukan uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang diambil merupakan data yang berdistribusi normal atau tidak. Dalam uji normalitas ini, data akan diuji dengan menggunakan pendekatan *Kolmogorov-Sminov*. Kriteria untuk pengambilan keputusan dengan pendekatan *Kolmogorov-Sminov* adalah sebagai berikut:

1) Jika nilai sig. atau signifikansi < 0,05 maka distribusi data adalah tidak normal.
2) Jika nilai sig. atau signifikansi > 0,05 maka distribusi data adalah normal.

Tabel 4.21
Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.64332594
Most Extreme Differences	Absolute	.055
	Positive	.040
	Negative	-.055
Test Statistic		.055
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200

a. Test distribution is Normal.

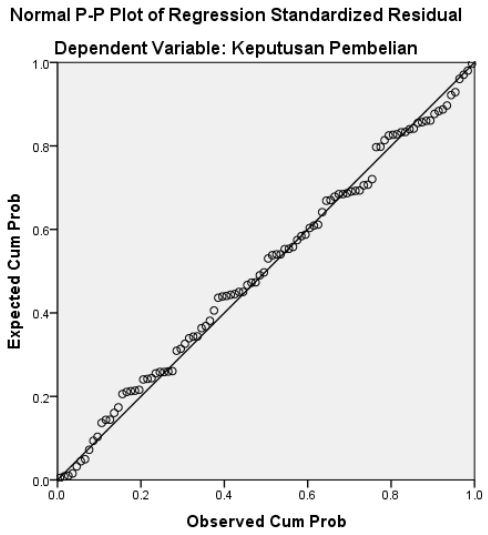
b. Calculated from data.

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.21 diatas, dapat diketahui bahwa nilai *Asymp. Sig*. (2-tailed) variabel adalah sebesar 0,200 yang artinya nilai *Asymp. Sig*. (2-tailed) lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh data yang digunakan dalam penelitian ini adalah berdistribusi normal.

Pengujian normalitas data juga dapat dilakukan dengan menggunakan metode grafik (P-Plot) yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumber diagonal pada grafik Normal P-Plot of Regression Standarized Residual, dimana jika titik-titik menyebar disekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka data tersebut berdistribusi normal.

Tabel 4.22
Hasil Uji Normalitas P-Plot



Sumber: Data primer yang telah diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.22 diatas, dapat diketahui bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah berdistribusi normal. Hal tersebut dikarenakan titik-titik data menyebar di sekitar garis dan mengikuti garis diagonal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolineritas adalah uji untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen atau tidak. Uji multikolinearitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance*. Dimana, jika nilai VIF lebih kecil dari 10 dan nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 maka artinya tidak terdapat masalah multikolinearitas dalam model regresi.

Tabel 4.23
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	11.061	3.937		2.809	.006		
	Inovasi Produk	.161	.078	.190	2.050	.043	.730	1.369
	Kualitas Produk	.220	.077	.274	2.853	.005	.678	1.475
	Jaminan Produk Halal	.325	.100	.314	3.245	.002	.669	1.496

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2020

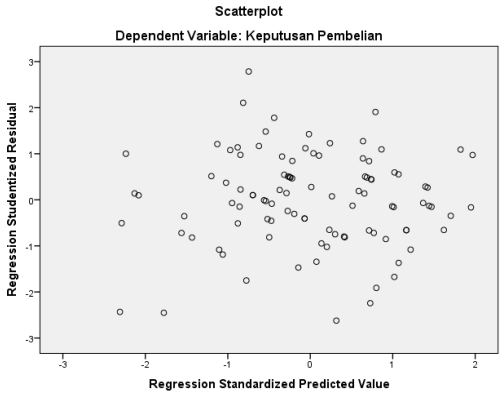
Berdasarkan tabel 4.23 diatas, dapat diketahui bahwa variabel inovasi produk (X_1) memperoleh nilai VIF sebesar 1,369 dan Tolerance sebesar 0,730, variabel kualitas produk (X_2) memperoleh nilai VIF sebesar 1,475 dan nilai Tolerance sebesar 0,678, dan variabel jaminan produk halal (X_3) memperoleh nilai VIF sebesar 1,496 dan nilai Tolerance sebesar 0,669.

Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel inovasi produk, kualitas produk dan jaminan produk halal mempunyai nilai VIF < 10 dan nilai Tolerance > daripada 0,1. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinearitas pada model regresi yang digunakan dalam penelitian ini.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan mengamati pola titik-titik pada *Scatterplot* regresi, dimana jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4.24
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data primer yang telah diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.24 diatas, dapat diketahui bahwa pada *Scatterplot* tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0 pada sumbu Y. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastitas dalam model regresi.

3. Uji Regresi Linear Berganda

Variabel independen dalam penelitian ini berjumlah 3 variabel, oleh karena itu analisis regresi yang digunakan adalah regresi linear berganda. Teknik analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh inovasi produk (X_1), kualitas produk (X_2) dan jaminan produk halal (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y). Adapun hasil dari uji regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

Tabel 4.25
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.061	3.937		2.809	.006
	Inovasi Produk	.161	.078	.190	2.050	.043
	Kualitas Produk	.220	.077	.274	2.853	.005
	Jaminan Produk Halal	.325	.100	.314	3.245	.002

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.25 diatas, maka dapat dikembangkan sebuah model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

$$Y = 11{,}061 + 0{,}161X_1 + 0{,}220X_2 + 0{,}325X_3$$

Adapun penjelasan dari persamaan regresi diatas adalah sebagai berikut:

a. Konstanta (α) = 11,061

Nilai konstanta sebesar 11,061 menunjukkan bahwa jika nilai variabel inovasi produk (X_1), kualitas produk (X_2) dan

jaminan produk halal (X_3) dalam keadaan konstanta (tetap) maka nilai keputusan pembelian (Y) adalah sebesar 11,061.

b. Koefisien regresi Inovasi Produk (X_1) = 0,161

Nilai koefisien regresi variabel inovasi poduk (X_1) bernilai positif, yaitu 0,161. Artinya bahwa setiap peningkatan inovasi produk sebesar 1 satuan maka keputusan pembelian juga akan meningkat sebesar 0,161 dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara inovasi produk terhadap keputusan pembelian. Semakin tinggi peningkatan inovasi produk maka akan semakin tinggi pula keputusan pembelian konsumen.

c. Koefisien regresi Kualitas Produk (X_2) = 0,220

Nilai koefisien regresi variabel kualitas poduk (X_2) bernilai positif, yaitu 0,220. Artinya bahwa setiap peningkatan kualitas produk sebesar 1 satuan maka keputusan pembelian juga akan meningkat sebesar 0,220 dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Semakin tinggi peningkatan kualitas produk maka akan semakin tinggi pula keputusan pembelian konsumen.

d. Koefisien regresi Jaminan Produk Halal (X_3) = 0,325

Nilai koefisien regresi variabel jaminan produk halal (X_3) bernilai positif, yaitu 0,325. Artinya bahwa setiap peningkatan

jaminan produk halal sebesar 1 satuan maka keputusan pembelian juga akan meningkat sebesar 0,325 dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara jaminan produk halal terhadap keputusan pembelian. Semakin tinggi peningkatan jaminan produk halal maka akan semakin tinggi pula keputusan pembelian konsumen.

4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui kebenaran hipotesis yang telah disusun berdasarkan data penelitian. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen, penelitian ini menggunakan uji-f (F-Test) sedangkan untuk pengaruh dari masing-masing variabel independen secara parsial (individu) diukur dengan menggunakan Uji-t (T-Test).

a. Uji-t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara inovasi produk (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y), kualitas produk (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) dan jaminan produk halal (X_3). Dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

1) Menggunakan nilai Sig.
    a) Jika Sig. < 0,05 maka hipotesis diterima

b) Jika Sig. > 0,05 maka hipotesis ditolak

2) Menggunakan t_{hitung} dan t_{tabel}

a) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis diterima

b) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hipotesis ditolak

Tabel 4.26
Hasil Uji t (Uji Parsial)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.061	3.937		2.809	.006
	Inovasi Produk	.161	.078	.190	2.050	.043
	Kualitas Produk	.220	.077	.274	2.853	.005
	Jaminan Produk Halal	.325	.100	.314	3.245	.002

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2020

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.26 diatas, menunjukkan hasil uji t inovasi produk, kualitas produk dan jaminan produk halal diperoleh signifikansi lebih kecil (<) dari 0,05 dan t_{hitung} lebih besar (>) dari t_{tabel}, dimana nilai t_{tabel} adalah sebesar 1, 985. T_{tabel} dicari pada signifikansi 0,05/2 = 0,025 (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan df = n-k-1 = 100-3-1 = 96 (n adalah jumlah responden sedangkan k adalah jumlah variabel independen yang digunakan didalam penelitian).

1) Pengaruh inovasi produk (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y)

H_0 = Tidak terdapat pengaruh signifikan antara inovasi produk terhadap keputusan pembelian Bakpao Citra Boyolangu Tulungagung.

H_1 = Terdapat pengaruh signifikan antara inovasi produk terhadap keputusan pembelian Bakpao Citra Boyolangu Tulungagung.

Berdasarkan tabel 4.26 diatas, dapat diketahui bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu 2,050 > 1,985 dan nilai sig. 0,043 < 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Bakpao Citra Boyolangu Tulungagung.

2) Pengaruh kualitas produk (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y)

H_0 = Tidak terdapat pengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian Bakpao Citra Boyolangu Tulungagung.

H_1 = Terdapat pengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian Bakpao Citra Boyolangu Tulungagung.

Berdasarkan tabel 4.26 diatas, dapat diketahui bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu 2,853 > 1,985 dan nilai sig. 0,005 < 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Bakpao Citra Tulungagung.

3) Pengaruh jaminan produk halal (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y)

H_0 = Tidak terdapat pengaruh signifikan antara jaminan produk halal terhadap keputusan pembelian Bakpao Citra Boyolangu Tulungagung.

H_1 = Terdapat pengaruh signifikan antara jaminan produk halal terhadap keputusan pembelian Bakpao Citra Boyolangu Tulungagung.

Berdasarkan tabel 4.26 diatas, dapat diketahui bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu 3,245 > 1,985 dan nilai sig. 0,002 < 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya jaminan produk halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Bakpao Citra Boyolangu Tulungagung.

b. Uji f (Uji Simultan)

Uji f digunakan untuk mengetahui pengaruh secara simultan (bersama-sama) antara inovasi produk (X_1), kualitas produk (X_2), dan jaminan produk halal (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y). Adapun hipotesis dalam uji f ini adalah sebagai berikut:

H_0 = Tidak terdapat pengaruh secara simultan (bersama-sama) antara variabel inovasi produk, kualitas produk dan jaminan

produk halal terhadap keputusan pembelian Bakpao Citra Boyolangu Tulungagung..

H_1 = Terdapat pengaruh secara simultan (bersama-sama) antara variabel inovasi produk, kualitas produk dan jaminan produk halal terhadap keputusan pembelian Bakpao Citra Boyolangu Tulungagung.

Dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

1) Menggunakan nilai Sig.
   a) Jika Sig. < 0,05 maka hipotesis diterima
   b) Jika Sig. > 0,05 maka hipotesis ditolak
2) Menggunakan f_{hitung} dan f_{tabel}
   c) Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka hipotesis diterima
   d) Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka hipotesis ditolak

Tabel 4.27
Hasil Uji f (Uji Simultan)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	459.980	3	153.327	21.279	.000[b]
	Residual	691.730	96	7.206		
		1151.710	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Jaminan Produk Halal, Inovasi Produk, Kualitas Produk

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2020

Berdasarkan hasil uji f pada tabel 4.27 diatas, diperoleh nilai f_{hitung} sebesar 21,279 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 (dengan menggunakan taraf signifikansi atau

α= 5%). Sedangkan untuk menentukan besarnya nilai F_{tabel} dapat dicari pada tingkat signifikansi 0,05 dengan df 1 (jumlah variabel-1) = 4-1 = 3, dan df 2 (n-k-1) = 100-3-1 = 96 (n adalah jumlah responden, dan k adalah jumlah variabel independen yang digunakan dalam penelitian) maka diperoleh nilai f_{tabel} sebesar 2,70. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai f_{hitung} > nilai f_{tabel} karena 21,279 > 2,70.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti bahwa terdapat pengaruh secara simultan atau bersama-sama antara variabel inovasi produk, kualitas produk dan jaminan produk halal terhadap keputusan pembelian Bakpao Citra Boyolangu Tulungagung.

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) adalah uji yang digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh atau kontribusi variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian koefisien determinasi dapat dilakukan dengan melihat nilai *R Square* dan *Adjusted R Square*. Untuk regresi linear berganda, lebih baik menggunakan *R Square* yang telah disesuaikan (*Adjusted R Square*) , karena telah disesuaikan dengan jumlah variabel independen yang digunakan. Untuk mengetahui dari hasil analisis koefisien determinasi dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.28
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.632[a]	.399	.381	2.684

a. Predictors: (Constant), Jaminan Produk Halal, Inovasi Produk, Kualitas Produk

Sumber: Data primer yang telah diolah, 2020

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel 4.28 diatas, dapat diketahui bahwa besarnya nilai Adjusted R Square adalah sebesar 0,381. Hal tersebut menunjukkan bahwa 38,1% variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel inovasi produk, kualitas produk dan jaminan produk halal. Sedangkan sisanya 61,9% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.