

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti memilih objek penelitian pada home industry UD. Intan Jaya Tulungagung yang memproduksi kerupuk rambak sapi dan kerupuk rambak kerbau. Usaha kerupuk rambak mengalami perkembangan yang cukup pesat. Perkembangan usaha ini membuat beberapa produsen tertarik untuk masuk ke dalam usaha pembuatan kerupuk rambak. Usaha kerupuk rambak UD.Intan Jaya ini berdiri pada tahun 1997, pendiri awalnya yaitu orang tua bapak haji Waluyo. Dahulu orang tua bapak waluyo masih menjual rambaknya hanya daerahnya saja, kemudian bapak waluyo mengembangkan usaha kerupuk rambak nya ini dengan memberikan variasi produk yaitu kerupuk rambak sapi dan kerupuk rambak kerbau. Kerupuk rambak kerbau terdapat 2 jenis variasi produk yaitu : kerupuk rambak kerbau super kering, kerupuk rambak kerbau super.

Dahulu bapak waluyo memiliki toko kecil namun, sekarang beliau memiliki 2 toko pusat oleh-oleh rambak UD.Intan jaya yang besar dan berkembang. Beliau juga mengembangkan usahanya ini dibidang kuliner, jadi pada toko UD.Intan Jaya Bolorejo kini juga menyediakan restoran yang sangat nyaman dengan pemandangan pegunungan dan memiliki area parkir yang sangat luas untuk para wisatawan.

Lokasi UD. Intan Jaya Krupuk Rambak, Desa Sembung Kabupaten Tulungagung. Untuk outlet penjualan, UD. Intan Jaya mempunyai 2 outlet di kabupaten Tulungagung, yaitu outlet pertama terletak di Jl. Pangeran Antasari No.25, Kampungdalem, Kec. Tulungagung atau tepatnya ruko depan stasiun Tulungagung, outlet yang kedua berlokasi di Jl. Argopuro, RT/RW 33/06 Morangan, Bolorejo, Kauman, Kabupaten Tulungagung. Kedua outlet tersebut memiliki lokasi yang strategis, sehingga memudahkan masyarakat ataupun konsumen yang ingin membeli produk krupuk rambak dari UD. Intan Jaya. Pemilihan lokasi ini sangat menentukan berkembangnya ataupun tingkat jual sebuah usaha. Adapun visi misi UD.Intan Jaya yaitu:

a. Visi

Visi dari home Industry UD. Intan Jaya yaitu rambak menjadi souvenir khas Tulungagung sebagai sentra produksi olahan pangan dan pemberdayaan masyarakat.

b. Misi

Sedangkan misi home industry UD. Intan Jaya mengurangi pengangguran dengan memberdayakan masyarakat khususnya di lingkungan sekitar.

UD.Intan Jaya memiliki karyawan yang cukup banyak, dan terbagi dalam beberapa tugas. Sampai saat ini UD. Intan Jaya mempunyai pekerja tetap berada di gudang sekitar 7 orang, untuk pekerja keseluruhan sekitar 30-40 orang. Jam kerja perusahaan

menetapkan jam kerja karyawan untuk bagian outlet Intan Jaya kerja dimulai pukul 08:000 WIB sampai dengan 21:00 WIB.

UD.Intan Jaya saat ini memproduksi oalahan kulit sapi dan kulit kerbau atau biasanya di sebut kerupuk rambak, kerupuk rambak sapi dan kerbau dikemas dalam berbagai ukuran kemasan, 1 ons, ¼ kg dan los-losan. Untuk produk selain yang diproduksi UD.Intan Jaya yaitu disediakan makanan khas dari Tulungagung yaitu : Gethi, Jenang sabun , Jenang Lasimun, Manco, Kacang Shanghai, Kue Keck, Kletek dll. Produk yang disediakan di toko oleh-oleh rambak UD. Intan Jaya sudah tertera harga per satuan atau dalam kemasan dus atau sesuai dengan ukuran per gram makanan pada kemasan.

Tabel 4.1

Tabel Harga Rambak Intan Jaya

NO	JENIS RAMBAK	KEMASAN	HARGA
1	Rambak Sapi	1 Ons	Rp. 12.000
2	Rambak Sapi	¼ Kg	Rp. 28.000
3	Rambak Kerbau Super	1 Ons	Rp. 16.000
4	Rambak Kerbau Super	¼ Kg	Rp. 38.500
5	Rambak Kerbau Super Kering	1 Ons	Rp. 19.000
6	Rambak Kerbau Super Kering	¼ Kg	Rp. 46.000

7	Rambak Kerbau Super Kelongkohan	¼ Kg	Rp. 20.000
---	---------------------------------	------	------------

Sumber : hasil data sekunder 2021

Strategi pemasaran merupakan cara yang digunakan perusahaan supaya perusahaan tersebut dapat menarik konsumen melakukan pembelian suatu produk sebanyak-banyaknya, strategi pemasaran memegang peran penting bagi perusahaan. Demikian pula dengan toko oleh-oleh rambak UD. Intan Jaya yang digunakan yaitu penjualan langsung, dan secara online. UD. Intan Jaya memiliki 2 outlet, di samping itu toko oleh-oleh rambak UD. Intan Jaya juga aktif mengikuti pameran UMKM diberbagai kota untuk memperkenalkan kerupuk rambak sebagai makanan khas oleh-oleh asal Tulungagung. Perusahaan UD. Intan Jaya ini, dalam pemasarannya juga menggunakan sistem langsung dan secara online, dengan melakukan promosi di media sosial, seperti adanya *Instagram, Facebook, Whatsapp, Grabfood dan Tokopedia*

B. Karakteristik Responden

Responden adalah konsumen toko oleh-oleh UD.Intan Jaya yang pernah membeli kerupuk rambaknya.

1. Jenis Kelamin Responden

Adapun data mengenai jenis kelamin responden konsumen UD.Intan Jaya. Adalah :

Tabel 4.2

Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase(%)
1	Laki-laki	13	86,6%
2	Perempuan	84	13,4%
	Jumlah	97	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer,2021

Tabel 4.2 diatas merupakan tabel yang menunjukkan jenis kelamin responden dalam penelitian ini. responden merupakan konsumen yang membeli kerupuk rambak UD.Intan Jaya yang mana dari tabel diatas diketahui bahwa sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan dengan presentase sebanyak 86,6% dan presentase laki-laki sebanyak 13,4%. Dari presentase tersebut, maka didapat responden perempuan sebanyak 84orang dan responden laki-laki sebanyak 13 orang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden dalam penelitian ini adalah perempuan.

2. Usia Responden

Dari 97 responden yang terlihat dalam penelitian ini, klasifikasi berdasarkan usia dapat ditunjukkan pada tabel 4.3 berikut ini :

Tabel 4.3

Usia Responden

No	Kategori Umur	Jumlah	Presentase
1	< 20	4	4,1%
2	21-30	80	82,5%
3	41-50	5	5,2%

4	>50	2	2,1%
	Jumlah	97	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer,2021

Dari tabel 4.3 diatas menunjukkan bahwa sebagian besar usia responden berada pada kisarann 21 hingga 30 tahun dengan presentase 82,5% dan jumlah 80 orang, kemudian pada kisaran usia dibawah 20 tahun dengan presentasse 4,1% dengan jumlah 4 orang, usia 31 hingga 40 tahun dengan presentase 5,2% dengan jumlah 5 orang, usia 41 hingga 50 tahun dengan presentase 6,2% dengan jumlah 6 orang dan yang paling sedikit adalah usia lebih dari 50 tahun dengan presentase 2,1% dengan jumlah 2 orang.

3. Pendidikan Terakhir

Tabel 4.4

Pendidikan Terakhir Responden

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Presentase
1	SMP	5	5,2%
2	SMA/SMK	45	46,4%
3	DIPLOMA	5	5,2%
4	S1/S2/S3	41	43,3%
	Jumlah	97	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer,2021

Dari tabel 4.3 diatas menunjukkan bahwa sebagian besar pendidikan responden adalah SMA/SMK dengan presentase 46,4% dan jumlah 45 orang, kemudian pendidikan S1/S2/S3 dengan presentasse 43,3%

dengan jumlah 41 orang, pendidikan smp dan diploma dengan presentase 5,2% dengan jumlah 5 orang dimana SMP dan Diploma adalah jumlah terendah.

C. Deskripsi Variabel

Dari kuesioner yang telah disebar oleh peneliti kuesioner yang terdiri dari 25 pertanyaan dibagi menjadi 4 kategori, yaitu:

1. Tujuh pertanyaan digunakan untuk mengetahui kualitas pelayanan karyawan home industri kerupuk rambak UD.Intan Jaya yang diukur menggunakan variabel kualitas pelayanan (X1).
2. Enam pertanyaan untuk mengetahui kualitas produk kerupuk rambak UD.Intan Jaya yang diukur menggunakan variabel kualitas produk (X2).
3. Enam pertanyaan untuk mengetahui bauran pemasaran Home Industri kerupuk rambak UD.Intan Jaya yang diukur melalui variabel bauran pemasaran (X3).
4. Enam pertanyaan untuk mengetahui minat beli konsumen Home Industri Kerupuk rambak UD.Intan Jaya yang diukur melalui variabel minat beli (Y).

Kemudian, jawaban responden dari pernyataan yang ada dalam kuesioner yang telah disebar oleh peneliti dipaparkan pada tabel-tabel berikut:

1. Variabel Kualitas Pelayanan

Tabel 4.6

Kualitas Pelayanan

No	Bobot	Skor	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	Jumlah	Presentase
1	Sangat Setuju	5	36	37	31	39	32	32	33	240	35,3%
2	Setuju	4	47	46	45	41	47	48	48	322	47,4%
3	Netral	3	14	14	19	16	17	15	16	111	16,3%
4	Tidak Setuju	2	0	0	2	0	1	2	0	5	0,8%
5	Sanagt Tidak Setuju	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0,2%

Sumber Data: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Berdasarkan tabel 4.6 diatas, dapat diketahui bahwa terdapat 3 indikator dalam menguji variabel X1 (kualitas pelayanan) yang meliputi keandalan(*Rability*), cepat tanggap(*Resposiveness*) dan keyakinan (*Assurance*), tiap tiap indikator yang digunakan untuk menguji variabel X1 ini diwakili oleh 2 pertanyaan yang tertera dalam kuisisioner, sehingga terbentuk faktor-faktor X1.1 hingga X.7.

Dalam tabel 4.6 diatas, juga dapat diketahui bahwa sebagian besar tanggapan responden berpendapat sangat setuju terdapat pernyataan mengenai kulitas pelayanan yang diberikan oleh konsumen sebanyak 240 atau 35,3%, kemudian pendapat setuju dari pernyataan yang diberikan sebanyak 322 atau 47,4%, pendapat netral 111 atau 16,3%. Tidak setuju 5

atau 0,8%. Dan sangat tidak setuju 0,2%. Hal ini berarti bahwa responden cenderung setuju dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan Home Industri UD.Intan Jaya baik dan telah memenuhi apa yang diharapkan responden.

Berdasarkan perhitungan SPSS diatas maka ditarik kesimpulan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki jumlah tertinggi pada tiap itemnya pertanyaan terdapat item yang menyatakan bahwa Karyawan UD.intan jaya memberikan pelayanan yang sopan dan memberikan rasa aman pada knsumen dan juga Karyawan UD.Intan jaya memberikan pelayanan yang baik dan perhatian secara lebih kepada konsumen dengan nilai 322 atau 47,4%. Hal ini berarti bahwa sebagian besar konsumen setuju bahwa pelayanana karyawan yang sopan dapat memberikan rasa aman konsumen dan juga memberikan pelayanan yang baik, perhatian lebih kepada konsumen dapat membuat mereka minat dan senang.

2. Variabel Kualitas Produk

Tabel 4.7

Kualitas Produk

No	Bobot	Sko r	X2. 1	X2. 2	X2. 3	X2. 4	X2. 5	X2. 6	Jumla h	Presenta se
1	Sangat Setuju	5	40	38	31	38	39	33	219	37,6%
2	Setuju	4	43	43	46	43	45	51	271	46,5%
3	Netral	3	13	13	13	15	13	13	80	13,7%

4	Tidak Setuju	2	1	0	6	0	0	0	7	1,2%
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	3	1	1	0	0	5	0,8%

Sumber Data : Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, dapat diketahui bahwa terdapat 3 indikator dalam menguji variabel X2 (kualitas produk) yang meliputi Keistimewaan (*Features*) Daya Tahan (*Durability*), dan Estetika (*Aesthetic*), tiap tiap indikator yang digunakan untuk menguji variabel X2 ini diwakili oleh 2 pertanyaan yang tertera dalam kuisioner, sehingga terbentuk faktor-faktor X2.1 hingga X2.6

Dalam tabel 4.7 diatas, juga dapat diketahui bahwa sebagian besar tanggapan responden berpendapat sangat setuju terdapat pernyataan mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh konsumen sebanyak 219 atau 37,6%, kemudian pendapat setuju dari pernyataan yang diberikan sebanyak 271 atau 46,5%, pendapat netral 80 atau 13,7%. Tidak setuju 7 atau 1,2%. Dan sangat tidak setuju 5 atau 1%. Hal ini berarti bahwa responden cenderung setuju dengan kualitas produk yang diberikan oleh Home Industri UD.Intan Jaya baik dan telah memenuhi apa yang diharapkan responden.

Berdasarkan perhitungan SPSS diatas maka ditarik kesimpulan bahwa variabel kualitas produk memiliki jumlah tertinggi pada tiap itemnya pertanyaan terdapat item yang menyatakan bahwa Kerupuk rambak intan memiliki rasa yang lezat dan sesuai keinginan konsumen

dengan nilai 271 atau 46,5%. Hal ini berarti sebagian besar pengunjung setuju bahwa kerupuk rambak UD.Intan Jaya memiliki rasa yang lezat dan sudah sesuai dengan keinginan konsumen yang membuat mereka minat dan senang.

3. Variabel Bauran Pemasaran

Tabel 4.8

Bauran Pemasaran

No	Bobot	Skor	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Jumlah	Presentase
1	Sangat Setuju	5	37	37	34	36	40	43	227	39%
2	Setuju	4	46	45	47	48	40	43	269	46,2%
3	Netral	3	13	15	14	13	15	11	81	14%
4	Tidak Setuju	2	1	0	2	0	1	0	4	0,6%
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	1	0	0	0	1	0,2%

Sumber data : Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, dapat diketahui bahwa terdapat 3 indikator dalam menguji variabel X3 (Bauran Pemasaran) yang meliputi Harga (*Price*), Promosi (*Promoion*) dan Tempat (*Place*). Tiap indikator yang digunakan untuk menguji variabel X3 ini diwakili oleh 2 pertanyaan yang tertera dalam kuisisioner, sehingga terbentuk faktor-faktor X3.1 hingga X3.6

Dalam tabel 4.8 diatas, juga dapat diketahui bahwa sebagian besar tanggapan responden berpendapat sangat setuju terdapat pernyataan

mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh konsumen sebanyak 227 atau 39%, kemudian pendapat setuju dari pernyataan yang diberikan sebanyak 269 atau 46,2%, pendapat netral 81 atau 14%. Tidak setuju 4 atau 0,6%. Dan sangat tidak setuju 1 atau 0,2%. Hal ini berarti bahwa responden cenderung setuju dengan bauran pemasaran yang telah diterapkan oleh Home Industri UD.Intan Jaya sudah memenuhi apa yang diharapkan responden.

Berdasarkan perhitungan SPSS diatas maka ditarik kesimpulan bahwa variabel kualitas produk memiliki jumlah tertinggi pada tiap itemnya pertanyaan terdapat item yang menyatakan bahwa Promosi yang dilakukan UD. Intan Jaya melalui sosial media dapat memikat konsumen.hal ini berarti bahwa sebagian besar konsumen setuju bahwa Promosi yang dilakukan UD.Intan Jaya melalui sosial media dapat memikat pembeli dan dapat menarik minat pembeli untuk membeli kerupuk rambak di UD.Intan Jaya

4. Variabel Minat Beli

Tabel 4.9

Minat Beli

No	Bobot	Skor	Y.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Jumlah	Presentase
1	Sangat Setuju	5	40	36	39	41	32	36	224	38,5%
2	Setuju	4	41	48	40	43	43	46	261	44,8%

3	Netral	3	16	13	18	12	21	15	95	16,4%
4	Tidak Setuju	2	0	0	0	1	1	0	2	0,3%
5	Sangat Tidak Setuju	1	0	0	0	0	0	0	0	0,6%

Sumber Data: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Berdasarkan tabel 4.9 diatas, dapat diketahui bahwa terdapat 3 indikator dalam menguji variabel Y (Minat Beli) yang meliputi Minat Transaksional, Minat Refrensial dan Minat Prefensial Tiap indikator yang digunakan untuk menguji variabel Y ini diwakili oleh 2 pertanyaan yang tertera dalam kuisisioner, sehingga terbentuk faktor-faktor Y.1 hingga Y.6

Dalam tabel 4.8 diatas, juga dapat diketahui bahwa sebagian besar tanggapan responden berpendapat sangat setuju terdapat pernyataan mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh konsumen sebanyak 224 atau 39,5%, kemudian pendapat setuju dari pernyataan yang diberikan sebanyak 261 atau 44,8%, pendapat netral 95 atau 16,4%. Tidak setuju 2 atau 0,3%. Dan sangat tidak setuju 0 atau 0%. Hal ini berarti bahwa responden cenderung setuju dengan minat beli oleh Home Industri UD.Intan Jaya sudah memenuhi apa yang diharapkan responden.

Berdasarkan perhitungan SPSS diatas maka ditarik kesimpulan bahwa variabel kualitas produk memiliki jumlah tertinggi pada tiap itemnya pertanyayan terdapat item yang menyatakan bahwa konsumen berniat untuk membeli kerupuk rambak intan jaya karena memiliki banyak varian kerupuk rambak. hal ini berarti konsumen setuju bahwa

konsumen berniat untuk membeli kerupuk rambak UD. Intan Jaya karena memiliki banyak varian kerupuk rambak.

D. Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

1. Uji Validitas

Validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitasnya. Hasil r hitung dibandingkan dengan r tabel dimana $df=n-2$ dengan sig 10%. Jika r tabel $<$ r hitung maka bisa dinyatakan valid.¹ ($df = n-2 = 79-2 = 95$) dengan taraf kesalahan sebesar 10%. Berikut adalah hasil uji validitas masing-masing item.

Tabel 4.10

Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	No.item	Corrected item-Total Correlation	R tabel (N=97), Taraf sig 10%	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	,805	,168	Valid
	X1.2	,766	,168	Valid
	X1.3	,792	,168	Valid
	X1.4	,832	,168	Valid

¹ Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Pres, 2014) hal. 192

	X1.5	,820	,168	Valid
	X1.6	,804	,168	Valid
	X1.7	,740	,168	Valid
Kualitas Produk (X2)	X2.1	,768	,168	Valid
	X2.2	,867	,168	Valid
	X2.3	,754	,168	Valid
	X2.4	,876	,168	Valid
	X2.5	,793	,168	Valid
	X2.6	,741	,168	Valid
Bauran Pemasaran (X3)	X3.1	,812	,168	Valid
	X3.2	,851	,168	Valid
	X3.3	,787	,168	Valid
	X3.4	,784	,168	Valid
	X3.5	,764	,168	Valid
	X3.6	,827	,168	Valid
Minat Beli (Y)	Y1.1	,797	,168	Valid
	Y1.2	,847	,168	Valid
	Y1.3	,873	,168	Valid
	Y1.4	,896	,168	Valid
	Y1.5	,875	,168	Valid
	Y1.6	,847	,168	Valid

Sumber: Data diolah SPSS21

Berdasarkan tabel 4.10 dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan dari kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2), bauran pemasaran (X3), minat beli (Y) adalah valid, hal ini diketahui dari jumlah r hitung lebih besar dari r tabel.

2. Uji Reabilitas

Uji Reabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuisioner. Uji reabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan jika nilai Alpha > 0,60 maka bisa dikatakan reliabel.²

Tabel 4.11

Hasil Uji Reabilitas Instrumen

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	792	8	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	798	7	Reliabel
Bauran Pemasaran (X3)	799	7	Reliabel
Minat Beli (Y)	809	7	Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS21

Berdasarkan tabel 4.11, dapat dilihat bahwa seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,202. Maka seluruh

² *Ibid.* Hal.192

instrumen yang dapat digunakan dinyatakan reliabel, kualitas pelayanan memiliki *Cronbach's Alpha* sebesar 0,792, kualitas produk sebesar 0,798, bauran pemasaran sebesar 0,799, dan minat beli sebesar 0,809.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah dalam sebuah t-test mempunyai distribusi normal atau tidak.³ Data yang digunakan diambil dari hasil angket yang telah diujikan tentang kualitas pelayanan, kualitas produk, bauran pemasaran, serta minat beli konsumen. Dalam menguji normalitas ini peneliti menggunakan uji Kolmogorov Smirnov. Uji normalitas ini memiliki kriteria jika $Asymp. Sig. (2-tailed) > \alpha$ maka, data berdistribusi tidak normal.⁴ Adapun hasil perhitungan uji normalitas data pada penelitian ini menggunakan SPSS 21 adalah sebagai berikut:

a. Probabilitas sig., $\alpha > 0,1$ maka H_0 ditolak yang artinya data berdistribusi secara normal.

b. Probabilitas sig., $\alpha \leq 0,1$ maka H_0 diterima yang artinya data tidak berdistribusi secara normal.⁵

Tabel 4.12

³ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Semarang: Kencana Prenada Media, 2014), hlm. 86

⁴ *Ibid*, hlm.159

⁵ Slamet Riyanto dan Aglis Andhita Hatmawan. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. (Yogyakarta: DEEPUBLISH.2020) hal. 103.

Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
Asymp. Sig. (2-tailed)	,151

Sumber: Data diolah SPSS21

Berdasarkan tabel 4.12 dapat diketahui bahwa nilai Sig. (2-tailed) sebesar 0,151 yang artinya nilai sig. (2-tailed) lebih besar dari 0,1. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh data yang ada berdistribusi normal.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan koreasi yang sangat kuat. Jika VIF yang dihasilkan diantara 1-10 maka tidak terjadi multikolinieritas.⁶

Tabel 4.13

Hasil Uji Multikolinearitas

⁶ *Ibid* hal.185

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas pelayanan	,387	2,585
	Kualitas produk	,482	2,075
	Bauran pemasaran	,322	3,103

Sumber: Data diolah SPSS21

Berdasarkan tabel 4.13 dapat diketahui bahwa nilai tolerance dari kualitas pelayanan (X1) adalah 0,387 dan nilai VIF sebesar 2,585, variabel kualitas produk (X2) adalah 0,482 dan VIF sebesar 2,075, dan variabel bauran pemasaran (X3) sebesar 0,322 dan VIF sebesar 3,103. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel terbebas dari multikolinieritas karena nilai tolerance masing-masing variabel lebih dari 0,1 dan nilai VIF masing-masing variabel kurang dari 10.

b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya. Untuk mendeteksi adanya autokorelasi atau tidak dapat dilakukam dengan pengujian terhadap nilai Durbin-Watson dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Angka D-W dibawah -2 artinya ada autokorelasi positif.

2. Angka D-W di antara -2 dan +2 artinya tidak ada autokorelasi.
3. Angka D-W diatas +2 artinya ada autokorelasi negatif.

Tabel 4.14

Hasil Uji Autokorelasi

Model	Durbin-Waston
1	1.885

Sumber: Data diolah *SPSS21*

Berdasarkan hasil pengolahan data menunjukkan bahwa hasil nilai durbin-waston pada SPSS 21 yakni 1,806. Hasil pengujian durbin-waston terletak di antara -2 dan 2 artinya $-2 < 1,885 < 2$. Maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji durbin waston, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah atau gejala autokorelasi dalam model regresi.

c. Uji Heteroskedastitas

Heteroskedastisitas untuk menguji terjadinya perbedaan variance residul suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastitas pada

uji gletser.⁷ Dasar pengambilan keputusan dalam uji heterokedasititas yaitu jika nilai Sig lebih besar dari 0,1 maka tidak terjadi gejala heterokedasititas dalam model regrsi. Sebaliknya, jika nilai Sig lebih kecil dari 0,1 maka terjadi gejala heterokedasititas yang diolah dalam model regresi. Hasil uji heterokedasitas dalam model regresi dengan menggunakan *software SPSS21*. Sebagai berikut:

Tabel 4.14

Hasil Uji Heterokedastisitas

Model	Sig
(Constant)	
Kualitas Pelayanan	.161
Kualitas Produk	.674
Bauran Pemasaran	.123
	.496

Sumber: Data diolah *SPSS 21*

Berdasarkan gambar 4.14 uji heteroskedasitas, data menunjukkan bahwa semua variabel independen nilai signifikansi lebih dari 0,1 maka kesimpulannya tidak terjadi gejala heterokedasititas dalam model regresi.

5. Regresi Linier Berganda

⁷ *Ibid*.hal 186

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negative.

Tabel 4.15

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients
	b
(Constant)	,023
Kualitas pelayanan	,107
Kualitas produk	,118
Bauran pemasaran	,756

Sumber: Data diolah SPSS 21

Regresi linier berganda merupakan regresi yang memiliki satu variabel dependen dan lebih dari satu variabel independen. Model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + \dots + e$$

$$Y = -0,023 + 0,107X_1 + 0,118X_2 + 0,756X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Minat Beli

X1 = Kualitas Pelayanan

X2 = Kualitas Produk

X3 = Bauran Pemasaran

Dari persamaan regresi diatas, maka dapat dijabarkan sebagai berikut:

- 1) Konstanta sebesar -0,23 nilai konstanta mengatakan bahwa jika tidak ada tiga variabel independen yakni kualitas pelayanan, kualitas produk dan bauran pemasaran, maka jumlah minat beli konsumen adalah sebesar -0,23.
- 2) Koefisien regresi pada variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,107 menunjukkan bahwa apabila terjadi peningkatan 1 satuan variabel, kualitas pelayanan maka akan meningkatkan minat beli sebesar 0,107 dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara kualitas pelayanan dengan minat beli.
- 3) Koefisien regresi pada variabel kualitas produk (X2) sebesar 0,118 menunjukkan bahwa apabila terjadi peningkatan 1 satuan variabel, kualitas produk maka akan meningkatkan minat beli sebesar 0,118 dengan asumsi variabel independen lainnya konstan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara kualitas produk dengan minat beli.
- 4) Koefisien regresi pada variabel bauran pemasaran (X3) sebesar 0,756 menunjukkan bahwa apabila terjadi peningkatan 1 satuan variabel, bauran pemasaran maka akan meningkatkan minat beli sebesar 0,756 dengan asumsi variabel independen lainnya

konstan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara kualitas bauran pemasaran dengan minat beli.

6. Uji Hipotesis

a. Uji T Test

Uji T dipergunakan sebagai alat ukur apakah variabel dependen terdapat pengaruh secara parsial terhadap variabel independen. Kriteria pengujian yaitu jika $p > 0,1$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak artinya terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen. Dan jika $p < 0,1$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya terdapat pengaruh positif secara signifikan antara variabel independen terhadap dependen. Selain itu membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} , jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, berarti H_a diterima, dan jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima, berarti H_a ditolak.

Nilai t_{tabel} diperoleh dari t_{tabel} dengan taraf signifikan sebesar 10% menggunakan rumus $t_{tabel} = t(\alpha/2 ; n-k-1)$, dimana n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen. Diperoleh $t_{tabel} = (0,1/2 ; 97 - 5 - 1 = 0,05 ; 41)$, maka t_{tabel} dari $(0,05 ; 91)$ yaitu 1,66177. Hasil uji t dengan SPSS 21 yaitu:

Tabel 4.16

Hasil Uji T-Test

Model	T	Sig.
(Constant)	-,017	,987
Kualitas pelayanan	1,585	,116
Kualitas produk	1,777	,079
Bauran pemasaran	8,711	,000

Sumber: Data diolah SPSS 21

Berdasarkan tabel 4.16 Hasil Uji T diatas , maka dapat diuraikan sebagai berikut:

- a) Dalam variabel kualitas pelayanan (X1) diperoleh t_{hitung} sebesar 1.585 dengan nilai signifikannya sebesar 0.116 yakni lebih besar dari 0,1. Sedangkan hasil regresi secara parsial didapat hasil t_{hitung} 1.585 kurang dari 1.66177 t_{tabel} . dengan demikian H1 ditolak artinya tidak terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan penerapan kualitas pelayanan terhadap minat beli.
- b) Dalam variabel kualitas produk (X2) diperoleh t_{hitung} sebesar 1.777 dengan nilai signifikannya sebesar 0.79 yakni kurang dari 0,1. Sedangkan hasil regresi secara parsial didapat hasil t_{hitung} 1.777 lebih besar dari 1.661 t_{tabel} . dengan demikian H1 diterima artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan penerapan kualitas produk terhadap minat beli.
- c) Dalam variabel kualitas produk (X3) diperoleh t_{hitung} sebesar 8.711 dengan nilai signifikannya sebesar 0.00 yakni kurang dari 0,05.

Sedangkan hasil regresi secara parsial didapat hasil t_{hitung} 8.711 lebih besar dari 1.66177 t_{tabel} . dengan demikian H1 diterima artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan penerapan bauran Pemasaran terhadap minat beli.

b. Uji F

Berdasarkan uraian diatas, dapat dikatakan bahwa kedua uji persyaratan dalam menganalisa komparasi tiga perlakuan dengan uji F. Pengujian hipotesis menggunakan uji manova digunakan untuk mengetahui pembelajaran atau perlakuan mempunyai pengaruh atau tidak terhadap objek yang diteliti. Dalam uji manova dilakukan dengan mengambil nilai kuesioner. Adapun dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai Sig. > 0,05 maka H0 diterima.
- 2) Jika nilai Sig. < 0,05 maka H0 ditolak.

Tabel 4.17

Hasil Uji F

Model	Sig.
-------	------

1	Regression	,000 ^b
	Residual	
	Total	

Sumber: Data diolah SPSS 21

Adapun hasil test yang akan diuji adalah adanya pengaruh Variabel X1, X2, X3 secara Simultan terhadap variabel Y.

Berdasarkan tabel 4.17 di atas dapat F_{hitung} sebesar 127,246 dengan nilai signifikan 0,000 yang nilainya dibawah 0,05. Untuk F_{hitung} $127.246 > 2.703 F_{tabel}$. Hal ini berarti menunjukkan bahwa semua variabel independen yakni kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2) dan bauran pemasaran (X3) berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap minat beli konsumen (Y). Dengan demikian hipotesa 3 (H3) dapat diterima. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Bauran Pemasaran secara bersama- sama terhadap minat konsumen Home Industri kerupuk rambak UD. Intan Jaya Tulungagung..

7. Koefisien Determinan

Uji ini bertujuan menentukan proporsi menentukan proporsi atau persentase total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan

oleh variabel bebas. Apabila analisis yang digunakan adalah regresi sederhana, maka yang digunakan adalah nilai R square. Namun, apabila analisis yang digunakan adalah regresi berganda, maka yang digunakan adalah Adjusted R Square

Tabel 4.1

Hasil Uji Koefisien Determinan

Model	R	R Square
1	,895 ^a	,800

Sumber: Data diolah SPSS 21

Dari tabel pengujian regresi linier pada pembahasan sebelumnya diketahui bahwa Nilai R squared = 0,800 atau 80,0%. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel independen yakni kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2) dan bauran pemasaran (X3) mampu menjelaskan variabel dependen yakni minat beli (Y) sebesar 0,800 atau 80,0%. Sedangkan sisanya (100% - 80% = 20%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.