BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Data

Pada bab ini penulis akan memaparkan tentang deskripsi data mengenai karakteristik responden yang dilakukan pada masyarakat yang pernah melakukan pembelian kerudung syar'i instan di Tulungagung dilakukan dengan cara acak dengan membagikan kuesioner dengan judul pengaruh harga, kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel intervening sebanyak 30 responden pada tanggal 8 Desember 2020 hingga 10 Desember 2020.

Sesuai hasil penyebaran koesioner yang dilakukan penulis secara langsung menghasilkan hasil data yang cocok untuk penelitian karena hasil penelitian ini datanya telah diisi lengkap oleh responden dan juga penulis sebelum mengajuan pernyataan terhadap respoden terlebih dahulu memastikan bahwa responden mempunyai kriteria yang diinginkan penulis diantaranya masyarakat Tulungagung, dan pernah membeli kerudung syar'i instan. Apabila masyarakat tidak mengerti mengenai pernyataan yang disediakan, penulis akan menjelaskan mengenai pernyataan tersebut hingga benar−benar jelas. Jika masyarakat tidak berkenan membaca pernyataan demi pernyataan, penulis akan bersedia membacakan pernyataan tersebut dengan seksama. Apabila responden tidak bersedia untuk mengisi kuesioner, penulis tidak akan memberikan koesioner tersebut. Karakteristik

yang dipaparkan responden meliputi usia, pekerjaan dan indikator mengenai judul. Data kuantitatif pada variabel harga, kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan minat beli meliputi uji validitas, uji reabilitas, *R square*, koefisien jalur, *T statistic*, *predictive relevance*, *model fit*. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan SMART PLS 3.0 dan Microsoft excel 2013.

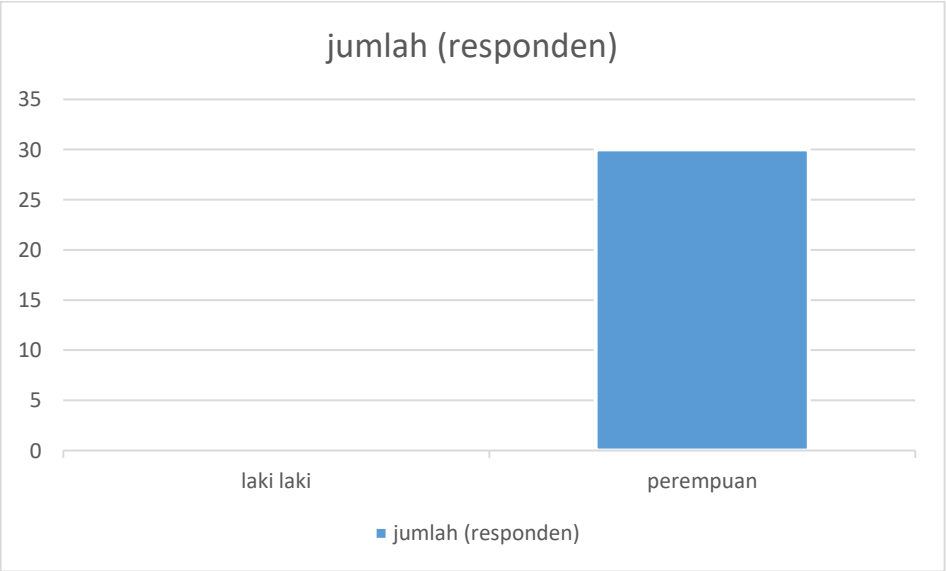
Setelah hasil dari penelitian dapat disimpulkan bahwa karakteristik responden dihitung dengan statistic deskriptif menghasilkan karakteristik berikut ini yaitu

1. Menurut jenis kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat ditunjukkan oleh table berikut:

Grafik IV.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Sumber Data Primer Diolah (2020)

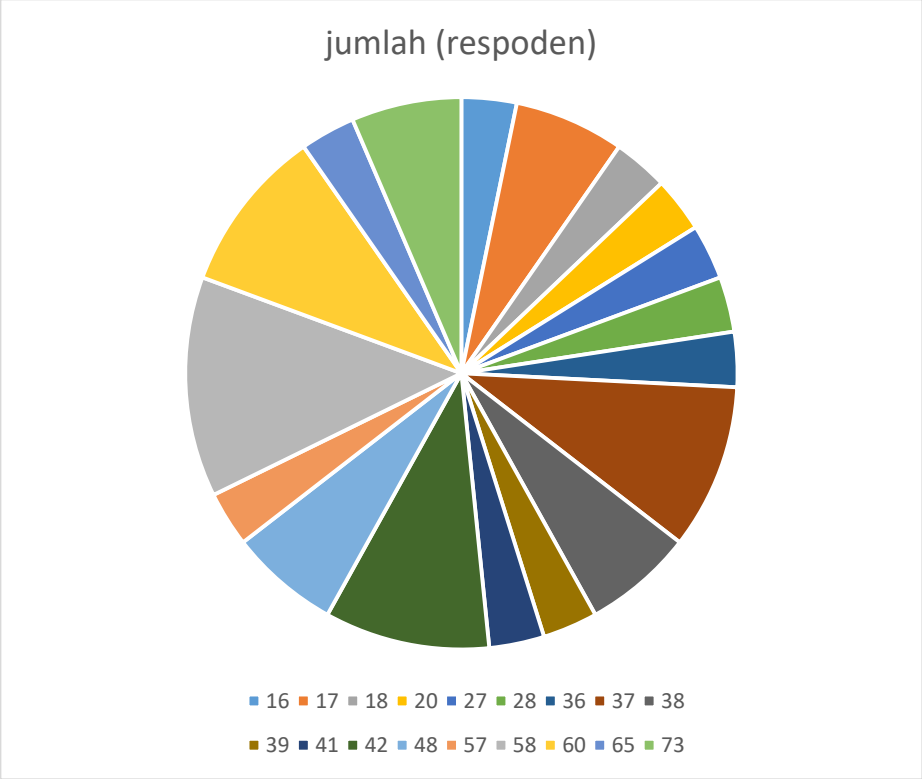
Berdasarkan grafik diatas dapat dilihat bahwa dari 30 responden yang diambil sebagai sampel, 0 orang berjenis kelamin laki−laki dengan persentase 0 % dan 30 orang berjenis kelamin perempuan dengan persentase 100%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa masyarakat yang membeli kerudung syar'i instan di Tulungagung didominasi oleh perempuan.

2. Menurut usia

Karakteristik responden berdasarkan usia ditunjukkan pada tabel berikut ini:

Gambar IV.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia



Sumber Data Primer Diolah (2020)

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa dari 30 responden yang digunakan sebagai sampel, 1 orang berusia 16 tahun dengan persentase 3,33%, 2 orang berusia 17 tahun dengan persentase 6,66%, 1 orang berusia 18 tahun dengan persentase 3,33%, 1 orang berusia 20 tahun dengan persentase 3,33%, 1 orang berusia 27 tahun dengan persentase 3,33%, 1 orang berusia 28 tahun dengan persentase 3,33%, 1 orang berusia 36 tahun dengan persentase 3,33%, 1 orang berusia 37 tahun dengan persentase 3,33%, 2 orang berusia 38 tahun dengan persentase 6,66%, 1 orang berusia 39 tahun dengan persentase 3,33%, 1 orang berusia 41 tahun dengan persentase 3,33%, 3 orang berusia 42 tahun dengan persentase 9,99%, 2 orang berusia 48 tahun dengan persentase 6,66%, 1 orang berusia 57 tahun dengan persentase 3,33%, 3 orang berusia 58 tahun dengan persentase 9,99%, 3 orang berusia 60 tahun dengan persentase 9,99%, 1 orang berusia 65 tahun dengan persentase 3,33%, 2 orang berusia 73 tahun dengan persentase 6,66%. Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian kerudung syar'i instan paling banyak diminati oleh masyarakat Tulungagung dengan usia diatas 16 tahun.

3. Menurut Jenis Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan dapat ditunjukkan pada tabel berikut ini:

Tabel IV.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No.	Jenis Pekerjaan	Jumlah (Responden)	Persentase
1.	PNS	8	26,66%
2.	Wiraswasta	2	6,66%
3.	Pegawai Swasta	4	13,33%
4.	Pelajar atau Mahasiswa	3	9,99%
5.	Ibu Rumah Tangga	13	43,33%
6.	Dan Lain−Lain	0	0%
Total		30	100%

Sumber Data Primer Diolah (2020)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa dari 30 responden yang digunakan untuk sampel, 8 orang pekerjaannya menjadi PNS dengan persentase 26,66%, 2 orang pekerjaannya menjadi wiraswasta dengan persentase 6,66%, 4 orang pekerjaannya menjadi pegawai swasta dengan persentase 13,33%, 3 orang pekerjaannya menjadi pelajar atau mahasiswa dengan persentase 9,99%, dan 13 orang pekerjaannya menjadi ibu rumah tangga dengan persentase 43,33%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pengguna atau pembeli kerudung syar'i instan pada masyarakat Tulungagung didominasi oleh ibu rumah tangga.

Analisis deskriptif pada kuesioner diatas dihasilkan dengan mengisi pernyataan dengan cara masyarakat Tulungagung mengisi centang pada kolom yang telah disediakan oleh penulis. Pada kolom tersebut telah disediakan kode atau symbol yang bernama SS = sangat setuju dengan diberi angka 5, S = setuju dengan diberi angka 4, RR = ragu-ragu dengan diberi angka 3, TS = tidak setuju

dengan diberi angka 2, dan STS = sangat tidak setuju dengan diberi angka 1. Setelah dilakukan penelitian dapat disimpulkan bahwa judul pengaruh harga, kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan minat beli sebagai variabel intervening menghasilkan uraian dalam tabel berikut ini:

Tabel IV.2

Hasil Analisis Data Kuesioner

Variabel	Indikator	Keterangan	Jumlah (Responden)	Persentase
harga	1.	Sangat Setuju	10	33,33%
		Setuju	20	66,66%
		Ragu−ragu	0	0%
		Tidak Setuju	0	0%
		Sangat Tidak Setuju	0	0%
	2.	Sangat Setuju	5	16,67%^
		Setuju	22	73,33%
		Ragu−ragu	2	6,67%^
		Tidak Setuju	1	3,33%
		Sangat Tidak Setuju	0	0%
	3.	Sangat Setuju	10	33,33%^
		Setuju	20	66,67%
		Ragu−ragu	0	0%
		Tidak Setuju	0	0%
		Sangat Tidak Setuju	0	0%
	4.	Sangat Setuju	6	20%
		Setuju	24	80%
		Ragu−ragu	0	0%
		Tidak Setuju	0	0%
		Sangat Tidak Setuju	0	0%
	5.	Sangat Setuju	4	13,33%
		Setuju	26	86,67%
		Ragu−ragu	0	0%
		Tidak Setuju	0	0%

		Sangat Tidak Setuju	0	0%
	6.	Sangat Setuju	9	30%
		Setuju	21	70%
		Ragu−ragu	0	0%
		Tidak Setuju	0	0%
		Sangat Tidak Setuju	0	0%
	7.	Sangat Setuju	8	26,67%
		Setuju	22	73,33%
		Ragu−ragu	0	0%
		Tidak Setuju	0	0%
		Sangat Tidak Setuju	0	0%
	8.	Sangat Setuju	4	13,33%
		Setuju	26	86,67%
		Ragu−ragu	0	0%
		Tidak Setuju	0	0%
		Sangat Tidak Setuju	0	0%
	9.	Sangat Setuju	6	20%
		Setuju	21	70%
		Ragu−ragu	3	10%
		Tidak Setuju	0	0%
		Sangat Tidak Setuhu	0	0%
	10	Sangat Setuju	5	16,67%
		Setuju	25	83,33%
		Ragu−ragu	0	0%
		Tidak Setuju	0	0%
		Sangat Tidak Setuju	0	0%
Kualitas produk	1.	Sangat Setuju	5	20%
		Setuju	19	63,33%
		Ragu−ragu	3	10%
		Tidak Setuju	2	6,67%
		Sangat Tidak Setuju	0	0%
	2.	Sangat Setuju	4	13,33%
		Setuju	22	73,33%
		Ragu−ragu	2	6,67%

		Tidak Setuju	2	6,67%
		Sangat Tidak Setuju	0	0%
	3.	Sangat Setuju	7	23,33%
		Setuju	19	63,33%
		Ragu−ragu	2	6,67%
		Tidak Setuju	2	6,67%
		Sangat Tidak Setuju	0	0%
	4.	Sangat Setuju	7	23,33%
		Setuju	21	70%
		Ragu−ragu	2	6,67%
		Tidak Setuju	0	0%
		Sangat Tidak Setuju	0	0%
	5.	Sangat Setuju	5	16,67%
		Setuju	24	80%
		Ragu−ragu	1	3,33%
		Tidak Setuju	0	0%
		Sangat Tidak Setuju	0	0%
	6.	Sangat Setuju	7	23,33%
		Setuju	23	76,67%
		Ragu−ragu	0	0%
		Tidak Setuju	0	0%
		Sangat Tidak Setuju	0	0%
	7.	Sangat Setuju	6	20%
		Setuju	24	80%
		Ragu−ragu	0	0%
		Tidak Setuju	0	0%
		Sangat Tidak Setuju	0	0%
Keputusan pembelian	1.	Sangat Setuju	8	26,67%
		Setuju	22	73,33%
		Ragu−ragu	0	0%
		Tidak Setuju	0	0%
		Sangat Tidak Setuju	0	0%
	2.	Sangat Setuju	3	10%
		Setuju	27	90%

		Ragu−ragu	0	0%
		Tidak Setuju	0	0%
		Sangat Tidak Setuju	0	0%
	3.	Sangat Setuju	9	30%
		Setuju	19	63,33%
		Ragu−ragu	2	6,67%
		Tidak Setuju	0	0%
		Sangat Tidak Setuju	0	0%
	4.	Sangat Setuju	12	40%
		Setuju	17	56,67%
		Ragu−ragu	1	3,33%
		Tidak Setuju	0	0%
		Sangat Tidak Setuju	0	0%
	5.	Sangat Setuju	10	33,33%
		Setuju	19	63,33%
		Ragu−ragu	1	3,33%
		Tidak Setuju	0	0%
		Sangat Tidak Setuju	0	0%
	6.	Sangat Setuju	9	30%
		Setuju	21	70%
		Ragu−ragu	0	0%
		Tidak Setuju	0	0%
		Sangat Tidak Setuju	0	0%
	7.	Sangat Setuju	7	23,33%
		Setuju	21	70%
		Ragu−ragu	2	6,67%
		Tidak Setuju	0	0%
		Sangat Tidak Setuju	0	0%
	8.	Sangat Setuju	4	13,33%
		Setuju	24	80%
		Ragu−ragu	2	6,67%
		Tidak Setuju	0	0%
		Sangat Tidak Setuju	0	0%
	9.	Sangat Setuju	4	13,33%

		Setuju	24	80%
		Ragu−ragu	2	6,67%
		Tidak Setuju	0	0%
		Sangat Tidak Setuju	0	0%
Minat beli	1.	Sangat Setuju	10	33,33%
		Setuju	19	63,33%
		Ragu−ragu	1	3,33%
		Tidak Setuju	0	0%
		Sangat Tidak Setuju	0	0%
	2.	Sangat Setuju	6	20%
		Setuju	23	76,67%
		Ragu−ragu	1	3,33%
		Tidak Setuju	0	0%
		Sangat Tidak Setuju	0	0%
	3.	Sangat Setuju	8	26,67%
		Setuju	22	73,33%
		Ragu−ragu	0	0%
		Tidak Setuju	0	0%
		Sangat Tidak Setuju	0	0%
	4.	Sangat Setuju	8	26,67%
		Setuju	21	70%
		Ragu−ragu	1	3,33%
		Tidak Setuju	0	0%
		Sangat Tidak Setuju	0	0%
	5.	Sangat Setuju	4	13,33%
		Setuju	25	83,33%
		Ragu−ragu	1	3,33%
		Tidak Setuju	0	0%
		Sangat Tidak Setuju	0	0%
	6.	Sangat Setuju	8	26,67%
		Setuju	21	70%
		Ragu−ragu	1	3,33%
		Tidak Setuju	0	0%
		Sangat Tidak Setuju	0	0%

Sumber Data Primer Diolah (2020)

Pada variabel harga indikator 1 dengan pernyatan "saya minat dan membeli kerudung syar'i instan karena harganya yang terjangkau" menunjukkan bahwa jawaban responden yang memilih sangat setuju sebanyak 10 orang dengan persentase 33,33%, dan yang memilih setuju sebanyak 20 orang dengan persentase 66,67%. Pada variabel harga indikator 2 dengan pernyataan "saya minat dan membeli produk kerudung syar'i instan karena terdapat kesesuaian harga dengan kualitas" menunjukkan bahwa jawaban responden yang memilih sangat setuju sebanyak 5 orang dengan persentase 16,67%, yang memilih setuju sebanyak 22 orang dengan persentase 73,33%, yang memilih ragu-ragu sebanyak 2 orang dengan persentase 6.67%, dan yang memilih tidak setuju sebanyak 1 orang dengan persentase 3,33%. Pada variabel harga indikator 3 dengan pernyataan "saya minat dan membeli kerudung syar'i instan karena adanya daya saing harga" menunjukkan bahwa jawaban responden yang memilih sangat setuju sebanyak 10 orang dengan persentase 33,33% dan yang memilih setuju sebanyak 20 orang dengan persentase 66,67%. Pada variabel harga indikator 4 dengan pernyataan "saya minat dan membeli kerudung syar'i instan karena terdapat kesesuaian harga dengan manfaat yang saya terima" menunjukkan jawaban responden yang memilih sangat setuju sebanyak 6 orang dengan persentase 20% dan yang memilih setuju sebanyak 24 orang dengan persentase 80%. Pada variabel harga indikator 5 dengan pernyataan "saya minat dan membeli produk kerudung syar'i instan karena penampilan produk yang

menarik" menunjukkan jawaban responden yang memilih sangat setuju sebanyak 4 orang dengan persentase 13,33% dan yang memilih setuju sebanyak 26 orang dengan persentase 86,67%. Pada variabel harga indikator 6 dengan pernyataan "saya minat dan membeli produk kerudung syar'i instan karena adanya perbedaan penetapan harga jual" menunjukkan jawaban responden yang memilih sangat setuju sebanyak 9 orang dengan persentase 30% dan yang memilih setuju sebanyak 21 orang dengan persentase 70%. Pada variabel harga indikator 7 dengan pernyataan "saya minat dan membeli kerudung syar'i instan karena adanya penawaran dan permintaan harga yang sesuai" menunjukkan jawaban responden yang memilih sangat setuju sebanyak 8 orang dengan persentase 26,67% dan yang memilih setuju sebanyak 22 orang dengan persentase 73,33%. Pada variabel harga indikator 8 dengan pernyataan "saya minat dan membeli kerudung syar'i instan karena pertumbuhan harga pesaing lebih besar" menunjukkan jawaban responden yang memilih sangat setuju sebanyak 4 orang dengan persentase 13,33% dan yang memilih setuju sebanyak 26 orang dengan persentase 86,67%. Pada variabel harga indikator 9 dengan pernyataan "saya minat dan membeli kerudung syar'i instan karena adanya diskon atau potongan harga" menunjukkan jawaban responden yang memilih sangat setuju sebanyak 6 orang dengan persentase 20%, yang memilih setuju sebanyak 21 orang dengan persentase 70%, dan yang memilih ragu-ragu sebanyak 3 orang dengan persentase 10%. Pada variabel harga indikator 10 dengan pernyataan "saya minat dan membeli kerudung syar'i instan karena cara pembayarannya yang sesuai"

menunjukkan jawaban responden yang memilih sangat setuju sebanyak 5 orang dengan persentase 16,67% dan yang memilih setuju sebanyak 25 orang dengan persentase 83,33%.

Pada variabel kualitas produk indikator 1 dengan pernyatan "saya minat dan membeli kerudung syar'i instan karena kemudahannya dalam penggunaan" menunjukkan bahwa jawaban responden yang memilih sangat setuju sebanyak 6 orang dengan persentase 20%, yang memilih setuju sebanyak 19 orang dengan persentase 63,33%, yang memilih ragu-ragu sebanyak 3 orang dengan persentase 10% dan yang memilih tidak setuju sebanyak 2 orang dengan persentase 6,67%. Pada variabel kualitas produk indikator 2 dengan pernyatan "saya minat dan membeli kerudung syar'I instan karena adanya daya tahan produk yang baik" menunjukkan bahwa jawaban responden yang memilih sangat setuju sebanyak 4 orang dengan persentase 13,33%, yang memilih setuju sebanyak 22 orang dengan persentase 73,33%, yang memilih ragu-ragu sebanyak 2 orang dengan persentase 6,67%, yang memilih tidak setuju sebanyak 2 orang dengan persentase 6,67%. Pada variabel kualitas produk indikator 3 dengan pernyatan "saya minat dan membeli kerudung syar'i instan karena fungsi yang jelas" menunjukkan bahwa jawaban responden yang memilih sangat setuju sebanyak 7 orang dengan persentase 23,33%, yang memilih setuju sebanyak 19 orang dengan persentase 63,33%, yang memilih ragu-ragu sebanyak 2 orang dengan persentase 6,67%, dan yang memilih tidak setuju sebanyak 2 orang dengan persentase 6,67%. Pada variabel kualitas produk indikator 4 dengan pernyatan "saya minat dan membeli

kerudung syar'i instan karena adanya keragaman produk" menunjukkan bahwa jawaban responden yang memilih sangat setuju sebanyak 7 orang dengan persentase 23,33%, yang memilih setuju sebanyak 21 orang dengan persentase 70%, dan yang memilih ragu-ragu sebanyak 2 orang dengan persentase 6,67%. Pada variabel kualitas produk indikator 5 dengan pernyatan "saya minat dan membeli kerudung syar'i instan karena ukuran produk yang beragam dan sesuai dengan yang saya inginkan" menunjukkan bahwa jawaban responden yang memilih sangat setuju sebanyak 5 orang dengan persentase 16,67%, yang memilih setuju sebanyak 24 orang dengan persentase 80%, dan yang memilih ragu-ragu sebanyak 1 orang dengan persentase 3,33%. Pada variabel kualitas produk indikator 6 dengan pernyatan "saya minat dan membeli kerudung syar'i instan karena kualitas keandalan yang sesuai" menunjukkan bahwa jawaban responden yang memilih sangat setuju sebanyak 7 orang dengan persentase 23,33%, dan yang memilih setuju sebanyak 23 orang dengan persentase 76,67%. Pada variabel kualitas produk indikator 7 dengan pernyatan "saya minat dan membeli kerudung syar'i instan karena keindahan produk tersebut" menunjukkan bahwa jawaban responden yang memilih sangat setuju sebanyak 6 orang dengan persentase 20%, dan yang memilih setuju sebanyak 24 orang dengan persentase 80%.

Pada variabel keputusan pembelian indikator 1 dengan pernyatan "saya mantap membeli kerudung syar'i instan" menunjukkan bahwa jawaban responden yang memilih sangat setuju sebanyak 8 orang dengan persentase

26,67%, dan yang memilih setuju sebanyak 22 orang dengan persentase 73,33%. Pada variabel keputusan pembelian indikator 2 dengan pernyatan “saya lebih memilih membeli kerudung syar’i instan” menunjukkan bahwa jawaban responden yang memilih sangat setuju sebanyak 3 orang dengan persentase 10%, dan yang memilih setuju sebanyak 27 orang dengan persentase 90%. Pada variabel keputusan pembelian indikator 3 dengan pernyatan “saya merekomendasikan orang lain untuk membeli kerudung syar’i instan” menunjukkan bahwa jawaban responden yang memilih sangat setuju sebanyak 9 orang dengan persentase 30%, yang memilih setuju sebanyak 19 orang dengan persentase 63,33%, dan yang memilih ragu-ragu sebanyak 2 orang dengan persentase 6,67%. Pada variabel keputusan pembelian indikator 4 dengan pernyatan “saya akan melakukan pembelian ulang pada produk kerudung syar’i instan” menunjukkan bahwa jawaban responden yang memilih sangat setuju sebanyak 12 orang dengan persentase 40%, yang memilih setuju sebanyak 17 orang dengan persentase 56,67%, dan yang memilih ragu-ragu sebanyak 1 orang dengan persentase 3,33%. Pada variabel keputusan pembelian indikator 5 dengan pernyatan “saya membeli kerudung syar’i instan karena memiliki keinginan dan kebutuhan untuk produk tersebut” menunjukkan bahwa jawaban responden yang memilih sangat setuju sebanyak 10 orang dengan persentase 33,33%, yang memilih setuju sebanyak 19 orang dengan persentase 63,33%, dan yang memilih ragu-ragu sebanyak 1 orang dengan persentase 3,33%. Pada variabel keputusan pembelian indikator 6 dengan pernyatan “saya menginginkan untuk mencoba

produk lain dari model kerudung syar'i instan" menunjukkan bahwa jawaban responden yang memilih sangat setuju sebanyak 9 orang dengan persentase 30%, dan yang memilih setuju sebanyak 21 orang dengan persentase 70%. Pada variabel keputusan pembelian indikator 7 dengan pernyatan "saya akan membeli produk kerudung syar'i instan karena harganya sesuai" menunjukkan bahwa jawaban responden yang memilih sangat setuju sebanyak 7 orang dengan persentase 23,33%, yang memilih setuju sebanyak 21 orang dengan persentase 70%, dan yang memilih ragu-ragu sebanyak 2 orang dengan persentase 6,67%. Pada variabel keputusan pembelian indikator 8 dengan pernyatan "saya membeli kerudung syar'i instan karena adanya bonus akhir tahun atau diskon" menunjukkan bahwa jawaban responden yang memilih sangat setuju sebanyak 4 orang dengan persentase 13,33%, yang memilih setuju sebanyak 24 orang dengan persentase 80%, dan yang memilih ragu-ragu sebanyak 2 orang dengan persentase 6,67%. Pada variabel keputusan pembelian indikator 9 dengan pernyatan "saya membeli kerudung syar'i instan karena adanya gaya hidup dilingkungan saya" menunjukkan bahwa jawaban responden yang memilih sangat setuju sebanyak 4 orang dengan persentase 13,33%, yang memilih setuju sebanyak 24 orang dengan persentase 80%, dan yang memilih ragu-ragu sebanyak 2 orang dengan persentase 6,67%.

Pada variabel minat beli indikator 1 dengan pernyatan "saya lebih berminat membeli produk kerudung syar'i instan daripada produk lain" menunjukkan bahwa jawaban responden yang memilih sangat setuju sebanyak 10 orang

dengan persentase 33,33%, yang memilih setuju sebanyak 19 orang dengan persentase 63,33%, dan yang memilih ragu-ragu sebanyak 1 orang dengan persentase 3,33%. Pada variabel minat beli indikator 2 dengan pernyatan "saya berminat membeli produk kerudung syar'i instan dan akan merekomendasikan kepada orang lain" menunjukkan bahwa jawaban responden yang memilih sangat setuju sebanyak 6 orang dengan persentase 20%, yang memilih setuju sebanyak 23 orang dengan persentase 76,67%, dan yang memilih ragu-ragu sebanyak 1 orang dengan persentase 3,33%. Pada variabel minat beli indikator 3 dengan pernyatan "saya minat terhadap produk kerudung syar'i instan dan saya mencari informasi mengenai produk kerudung syar'i instan yang saya minati" menunjukkan bahwa jawaban responden yang memilih sangat setuju sebanyak 8 orang dengan persentase 26,67%, dan yang memilih setuju sebanyak 22 orang dengan persentase 73,33%. Pada variabel minat beli indikator 4 dengan pernyatan "saya bersedia membayarkan produk kerudung syar'i instan yang saya minati" menunjukkan bahwa jawaban responden yang memilih sangat setuju sebanyak 8 orang dengan persentase 26,67%, dan yang memilih setuju sebanyak 21 orang dengan persentase 70%, dan yang memilih ragu-ragu sebanyak 1 orang dengan persentase 3,33% Pada variabel minat beli indikator 5 dengan pernyatan "saya minat terhadap produk kerudung syar'i instan dan bersedia menceritakan hal positif tentang kerudung syar'i instan kepada orang lain" menunjukkan bahwa jawaban responden yang memilih sangat setuju sebanyak 4 orang dengan persentase 13,33%, yang memilih setuju sebanyak 25 orang dengan persentase

83,33%, dan yang memilih ragu-ragu sebanyak 1 orang dengan persentase 3,33%. Pada variabel minat beli indikator 6 dengan pernyatan "saya sangat minat membeli produk kerudung syar'i instan" menunjukkan bahwa jawaban responden yang memilih sangat setuju sebanyak 8 orang dengan persentase 26,67%, yang memilih setuju sebanyak 21 orang dengan persentase 70%, dan yang memilih ragu-ragu sebanyak 1 orang dengan persentase 3,33%.

B. Pengujian Hipotesis

1. Evaluasi of measurement model atau Pengujian Model Pengukuran (Outer Model)

Model ini digunakan untuk menguji validitas dan reabilitas dalam sebuah instrument penelitian. Uji validitas ini terdiri dari *convergent validity* dan *diskriminan validity*. Sedangkan uji reabilitas terdiri dari *compastis reability* dan *cronbachs alpha*.

a. Uji validitas

Uji ini dapat digunakan untuk menguji validitas kuesioner untuk memastikan bahwa item-item pernyataan yang digunakan dalam penelitian dapat dimengerti oleh responden dan sesuai dengan kondisi responden pada saat ini atau yang akan datang. Uji validitas ini terdiri dari *convergent validity* dan *diskriminan validity*.

1) *convergent validity* atau uji validitas konvergen

Merupakan korelasi antara skor indikator pernyataan dengan skor konstruknya. Untuk menguji validitas pada *convergent validity* dibagi

menjadi *loading factor*, dan *average avirance extranced*. Suatu data pada smart PLS dapat memenuhi uji validitas konvergen apabila dapat dikatakan valid jika nilai outer loading atau nilai loading factor > 0,70 dan nilai uji *average avirance extranced* (AVE) > 0,5. Setelah dilakukan analisis pada kuesioner menggunakan smart PLS 3,0 menghasilkan nilai outer loading berikut ini.

Tabel IV.3

Hasil nilai outer loading

No.	Item Pernyataan	Nilai Outer Loading	Status
1.	Variabel harga indikator 1	0,828	Valid
2.	Variabel harga indikator 2	0,602	Tidak Valid
3.	Variabel harga indikator 3	0,810	Valid
4.	Variabel harga indikator 4	0,896	Valid
5.	Variabel harga indikator 5	0,782	Valid
6.	Variabel harga indikator 6	0,892	Valid
7.	Variabel harga indikator 7	0,936	Valid
8.	Variabel harga indikator 8	0,803	Valid
9.	Variabel harga indikator 9	0,808	Valid
10.	Variabel harga indikator 10	0,842	Valid
11.	Variabel kualitas produk indikator 1	0,813	Valid
12.	Variabel kualitas produk indikator 2	0,669	Tidak Valid
13.	Variabel kualitas produk indikator 3	0,888	Valid
14.	Variabel kualitas produk indikator 4	0,874	Valid
15.	Variabel kualitas produk indikator 5	0,637	Tidak Valid
16.	Variabel kualitas produk indikator 6	0,725	Valid
17.	Variabel kualitas produk indikator 7	0,868	Valid
18.	Variabel keputusan pembelian indikator 1	0,610	Tidak Valid
19.	Variabel keputusan pembelian indikator 2	0,542	Tidak Valid
20.	Variabel keputusan pembelian indikator 3	0,824	Valid
21.	Variabel keputusan pembelian indikator 4	0,801	Valid
22.	Variabel keputusan pembelian indikator 5	0,697	Tidak Valid
23.	Variabel keputusan pembelian indikator 6	0,771	Valid
24.	Variabel keputusan pembelian indikator 7	0,893	Valid
25.	Variabel keputusan pembelian indikator 8	0,802	Valid
26.	Variabel keputusan pembelian indikator 9	0,814	Valid
27.	Variabel minat beli indikator 1	0,910	Valid
28.	Variabel minat beli indikator 2	0,632	Tidak Valid
29.	Variabel minat beli indikator 3	0.864	Valid
30.	Variabel minat beli indikator 4	0,919	Valid
31.	Variabel minat beli indikator 5	0,746	Valid
32.	Variabel minat beli indikator 6	0,946	Valid

Sumber Data Diolah Dengan Smart PLS 3,0

Berdasarkan tabel nilai outer loading diatas, dapat diketahui bahwa item pernyataan variabel harga indikator 2, kualitas produk indikator 2, kualitas produk indikator 5, keputusan pembelian indikator 1, keputusan pembelian indikator 2, keputusan pembelian indikator 5, minat beli indikator 2 dapat dikatakan tidak valid karena nilainya < 0,70. Untuk mendapatkan data yang valid ke 7 item tersebut harus dihapus sehingga menjadi:

Tabel IV.4

Nilai Outer Loading

No.	Item Pernyataan	Nilai Outer Loading	Status
1.	Variabel harga indikator 1	0,823	Valid
2.	Variabel harga indikator 3	0,825	Valid
3.	Variabel harga indikator 4	0,909	Valid
4.	Variabel harga indikator 5	0,761	Valid
5.	Variabel harga indikator 6	0,898	Valid
6.	Variabel harga indikator 7	0,932	Valid
7.	Variabel harga indikator 8	0,800	Valid
8.	Variabel harga indikator 9	0,825	Valid
9.	Variabel harga indikator 10	0,832	Valid
10.	Variabel kualitas produk indikator 1	0,825	Valid
11.	Variabel kualitas produk indikator 3	0,886	Valid
12.	Variabel kualitas produk indikator 4	0,883	Valid
13.	Variabel kualitas produk indikator 6	0,776	Valid
14.	Variabel kualitas produk indikator 7	0,903	Valid
15.	Variabel keputusan pembelian indikator 3	0,858	Valid
16.	Variabel keputusan pembelian indikator 4	0,793	Valid
17.	Variabel keputusan pembelian indikator 6	0,783	Valid
18.	Variabel keputusan pembelian indikator 7	0,921	Valid
19.	Variabel keputusan pembelian indikator 8	0,800	Valid
20.	Variabel keputusan pembelian indikator 9	0,837	Valid

21.	Variabel minat beli indikator 1	0,892	Valid
22.	Variabel minat beli indikator 3	0.898	Valid
23.	Variabel minat beli indikator 4	0,939	Valid
24.	Variabel minat beli indikator 5	0,716	Valid
25.	Variabel minat beli indikator 6	0,965	Valid

Sumber Data Diolah Dengan Smart PLS 3,0

Berdasarkan nilai outer loading setelah dilakukan penghapusan, semua item pernyataan > 0,70 dapat dinyatakan valid. Alat ukur lain yang dapat digunakan untuk menguji validitas suatu pernyataan dapat menggunakan uji *average avirance extranced* (AVE). Uji ini dapat dikatakan valid apabila nilai AVE > 0,5. Berikut ini nilai AVE dari kuesioner yang telah dianalisis dengan smart Pls 3,0.

Tabel IV.5

Nilai Average Avirance Extranced (AVE)

No.	Variabel	Nilai AVE	Status
1.	Harga	0,717	Valid
2.	Kualitas produk	0,726	Valid
3.	Keputusan pembelian	0,694	Valid
4.	Minat beli	0,785	Valid

Sumber Data Diolah Dengan Smart PLS 3,0

Berdasarkan tabel nilai AVE diatas dapat dikatakan semua valid karena nilai AVE semuanya > 0,5.

2). Uji diskriminan validity

Uji validitas diskriminan merupakan model pengukuran dengan refleksif indikator dinilai berdasarkan *crossloading* pengukuran dengan konstruk. Sedangkan diskriminan *validity* pada penelitian dibagi menjadi

fornell larcker criterian or html dan *cross loading*. *fornell larcker* adalah uji validitas diskriminan yang dilakukan membandingkan korelasi antara variabel dengan AVE. Sedangkan *crossloading* adalah nilai koefisien korelasi indikator terhadap konstruk asosiasinya. Dalam uji diskriminan validity *fornell larcker* ini dapat dikatakan valid apabila nilai variabel itu sendiri harus lebih besar daripada variabel dengan variabel lain, jika variabel lain lebih besar maka outer loading pada variabel yang diukur harus dihapus yang terkecil hingga sesuai dengan yang diinginkan yaitu variabel lebih besar daripada variabel lain. Berikut adalah nilai diskriminan validity *fornell larcke*:

Tabel IV.6

Nilai Diskriminan Validity *fornell larcker*

	Harga	Kualitas Produk	Keputusan Pembelian	Minat Beli
Harga	0,874			
Kualitas Produk	0,875	0,852	0,780	
Keputusan Pembelian	0,703		0,833	
Minat Beli	0,843	0,790	0,816	0,886

Sumber Data Diolah Dengan Smart PLS 3,0

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa nilai diskriminan validity *fornell larcker* menunjukkan variabel itu sendiri dibanding variabel lain yang paling besar variabel itu sendiri kecuali variabel kualitas produk, yang jauh lebih kecil daripada variabel yang mempengaruhi lainnya, sehingga patut untuk dihapus indikatornya. Cara penghapusannya dengan melihat

outer loading pada kualitas produk nilai dari indikator kualitas produk salah satu nilai yang paling kecil meskipun dalam outer landing nilainya > 0,7 dan dalam data ini yang dilakukan penghapusan yaitu variabel kualitas produk indikator 6 dengan nilai outer landing 0,776. Setelah dilakukan penghapusan pada variabel kualitas produk indikator 6 didapatkan nilai diskriminan validity *fornell larcker* berikut ini:

Tabel IV.7

Nilai Diskriminan Validity *fornell larcker*

	Harga	Kualitas Produk	Keputusan Pembelian	Minat Beli
Harga	0,847			
Kualitas Produk	0,872	0,883	0,768	
Keputusan Pembelian	0,704		0,833	
Minat Beli	0,843	0,773	0,817	0,886

Sumber Data Diolah Dengan Smart PLS 3,0

Setelah dilakukan penghapusan indikator dapat diketahui bahwa uji diskriminan validity *fornell larcker* dapat dikatakan valid karena nilai variabel itu sendiri sudah lebih besar daripada variabel dengan variabel lain

Uji diskriminan validity yang kedua yaitu *cross loading* dengan cara menganalisis nilai indikator variabel dengan variabel lain. Nilai indikator variabel harus lebih besar daripada nilai indikator yang dikorelasikan dengan variabel lain. Berikut ini tabel nilai uji diskriminan validity pada *cross loading:*

Tabel IV.8

Nilai Uji Diskriminan Validity Pada *Cross Loading*

	Harga	Kualitas Produk	Keputusan Pembelian	Minat Beli
Variabel Harga indikator 1	0,823	0,731	0,535	0,604
Variabel Harga indikator 3	0,825	0,664	0,552	0,703
Variabel Harga indikator 4	0,909	0,889	0,679	0,807
Variabel Harga indikator 5	0,761	0,592	0,417	0,595
Variabel Harga indikator 6	0,898	0,701	0,651	0,762
Variabel Harga indikator 7	0,932	0,839	0,686	0,725
Variabel Harga indikator 8	0,800	0,697	0,500	0,683
Variabel Harga indikator 9	0,825	0,783	0,735	0,817
Variabel Harga indikator 10	0,832	0,699	0,519	0,664
Variabel Kualitas Produk indikator 1	0,620	0,843	0,610	0,516
Variabel Kualitas Produk indikator 3	0,681	0,900	0,701	0,615
Variabel Kualitas Produk indikator 4	0,830	0,899	0,715	0,749
Variabel Kualitas Produk indikator 7	0,909	0,889	0,679	0,807
Variabel Keputusan Pembelian indikator 3	0,469	0,575	0,855	0,678
Variabel Keputusan Pembelian indikator 4	0,513	0,452	0,789	0,593
Variabel Keputusan Pembelian indikator 6	0,653	0,644	0,780	0,546
Variabel Keputusan Pembelian indikator 7	0,688	0,774	0,923	0,807
Variabel Keputusan Pembelian indikator 8	0,489	0,592	0,802	0,711
Variabel Keputusan Pembelian indikator 9	0,677	0,744	0,840	0,711
Variabel Minat Beli indikator 1	0,633	0,611	0,790	0,893
Variabel Minat Beli indikator 3	0,776	0,673	0,685	0,898
Variabel Minat Beli indikator 4	0,833	0,829	0,817	0,938
Variabel Minat Beli indikator 5	0,728	0,610	0,543	0,715
Variabel Minat Beli indikator 6	0,752	0,681	0,759	0,965

Sumber Data Diolah Dengan Smart PLS 3,0

Dari hasil uji ini dapat diketahui bahwa semua indikator variabel lebih besar daripada variabel lain kecuali variabel kualitas produk indikator 7 dengan nilai 0,889 dan minat beli indikator 5 dengan nilai 0,715 sehingga indikator ini akan dihapus. Dari penyesuaian diatas data indikator yang valid yaitu HA1, HA3, HA4, HA5, HA6, HA7, HA8, HA9, HA10, KP1, KP3, KP4, KPM3, KPM4, KPM6, KPM7, KPM8, KPM9, MB1, MB3,

MB4,dan MB6 dengan keterangan HA: Harga, KP: kualitas produk, KPM: keputusan pembelian dan MB: minat beli.

b. Uji Reabilitas

Uji reabilitas adalah uji konsistensinan instrument untuk mengukur data. Untuk menguji reabilitas dengan aplikasi smart pls ini dibagi menjadi 2 yaitu *combastic reability* dan *cronbach's alpha*. Pengujian reabilitas dengan *Alpha Cronbach* bisa dilihat dari nilai *Alph*a, jika nilai *Alpha* > dari nilai r_{tabel} yaitu 0,7 maka dapat dikatakan reliabel. Atau dapat dikatakan variabel tersebut reabel apabila > 0,70. Berikut ini tabel hasil dari uji reabilitas:

Tabel IV.9

Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach alpha	Compastic reability
Harga	0,950	0,958
Kualitas produk	0,883	0,928
Keputusan pembelian	0,912	0,931
Minat beli	0,953	0,966

Sumber Data Diolah Dengan Smart PLS 3,0

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa nilai tabel diatas, semuanya > 0,7 sehingga data disimpulkan data tersebut reabel.

2. Evaluation of structural model atau Pengujian Model Struktural (Inner Model)

Merupakan bagian pengujian hipotesis yang digunakan untuk menguji signifikansi variabel laten eksogen *(independent)* terhadap variabel laten endogen *(dependent)* dan nilai dari R^2. Yang terdiri dari *R square*, koefisien jalur, *T statistic, predictive relevance, model fit.*

a. *R square*

Adalah pengaruh yang diberikan variabel bebas atau variabel *independent* (x) terhadap variabel terikat atau variabel *dependent* (y). Berikut ini hasil *R square* yang telah diolah datanya dengan smart PLS 3,0:

Tabel IV.10

Nilai Hasil *R square*

No.	Variabel	R Square
1.	Keputusan Pembelian	0,598
2.	Minat Beli	0,783

Sumber Data Diolah Dengan Smart PLS 3,0

Pada hasil uji *R square* menunjukkan keputusan pembelian 0,598 dan minat beli 0,783 itu artinya keputusan pembelian memberikan pengaruh secara bersama-sama dengan harga dan kualitas produk dengan hasil 60% dan sisanya 40% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian, dan minat beli memberikan hasil 78% itu artinya minat beli secara bersama-sama dengan harga dan kualitas produk memberikan pengaruh 78%, dan sisanya 22% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

b. Koefisien jalur atau *path coefficient*

Digunakan untuk menunjukkan arah penelitian apakah positif atau negatif. Berikut ini hasil analisis data setelah diolah dengan smart PLS 3,0.

Tabel IV.11

Hasil *Path Coefficient*

Variabel	Harga produk	Keputusan pembelian	Kualitas produk	Minat beli
Minat beli				
Kualitas produk		0,523		-0,222
Keputusan pembelian				0,576
Harga produk		0,289		0,575

Sumber Data Diolah Dengan Smart PLS 3,0

Berdasarkan tabel diatas apabila nilai *path coefficient* 0 sampai 1 menunjukkan positif sedangkan -1 sampai 0 menunjukkan negatif. Sesuai hasil dapat diketahui bahwa hubungan harga produk dengan keputusan pembelian menunjukkan hasil positif dengan nilai 0,289, harga dan minat beli menunjukkan hasil positif dengan nilai 0,575, kualitas produk dan keputusan pembelian menunjukkan hasil positif dengan nilai 0,523, kualitas produk dan minat beli menunjukkan hasil negatif dengan nilai 0,222, keputusan pembelian dan minat beli menunjukkan hasil positif dengan nilai 0,576.

c. T statistic *(bootstrapping)*

Digunakan untuk mengetahui signifikansi pada variabel apakah berpengaruh signifikan atau tidak signifikan. Berikut ini hasil dari T statistic *(bootstrapping)* dari data yang telah diolah dengan smart PLS 3,0:

Tabel IV.12

Hasil T statistic

Pengaruh variabel	Original sample	T statistic
Harga terhadap keputusan pembelian	0,289	0,939
Harga terhadap minat beli	0,575	2,079
Keputusan pembelian terhadap minat beli	0,576	2,012
Kualitas produk terhadap keputusan pembelian	0,523	2,111

Kualitas produk terhadap minat beli	-0,222	0,894

Sumber Data Diolah Dengan Smart PLS 3,0

Berdasarkan data diatas maka dapat disimpulkan T Statistic dibawah 1,96 tidak signifikan dan yang diatas 1,96 signifikan sehingga harga memiliki hubungan yang positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, keputusan pembelian memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan kualitas produk memberikan hasil negatif dan tidak signifikan terhadap minat beli. Untuk pengaruh tidak langsung dapat dilakukan dapat diketahui hasilnya yaitu:

Tabel IV.13

Hasil T Statistic

Pengaruh variabel	Original sample	T statistic
Harga, keputusan pembelian dan minat beli	0,167	0,712
Kualitas produk, keputusan pembelian dan minat beli	0,301	1,540

Sumber Data Diolah Dengan Smart PLS 3,0

Dari hasil diatas dapat diketahui bahwa harga, keputusan pembelian dan minat beli memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan dan kualitas produk, keputusan pembelian dan minat beli memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan.

d. Predictive relevance

Adalah nilai observasi yang baik. Berikut ini nilai *Predictive relevance* dari data yang telah diolah dengan smart PLS 3,0:

Tabel IV.14

Nilai *Predictive relevance*

	SSQ	SSE	Q^2 =1-SSE÷SSQ
Harga produk	270,000	270,000	
Keputusan pembelian	180,000	110,215	0,388
Kualitas produk	90,000	90,000	
Minat beli	120,000	40,662	0,661

Sumber Data Diolah Dengan Smart PLS 3,0

Dari hasil prediksi diatas dapat disimpulkan bahwa nilai prediksi baik karena hasil diatas 0 nilai observasinya baik.

e. Model fit

Digunakan untuk mengetahui apakah model yang kita teliti baik atau tidak. Berikut ini nilai dari Model Fit yang telah diolah dengan data menggunakan smart PLS 3,0:

Tabel IV.15

Nilai Model Fit

NFI	0,124	0,124

Sumber Data Diolah Dengan Smart PLS 3,0

Dari data diatas terlihat bahwa nilai NFI diatas 0 berarti apabila di persentasikan menjadi 12,4% itu artinya model tersebut baik.