

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

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

##### **1. Profil Berkah Lestari**

Berkah Lestari merupakan bisnis yang bergerak di bidang penjualan berbagai macam jenis bahan baku pakan ternak, khususnya pakan ternak sapi perah. Berkah Lestari didirikan pada tahun 2017. Pemilik usaha ini bernama Bapak Suyani, yang berlokasi di Dusun Selogiri Desa Penjor Kecamatan Pagerwojo. Munculnya ide untuk mendirikan bisnis pakan ternak ini yaitu beliau melihat peluang yang ada di daerah Pagerwojo, dimana di daerah tersebut kebutuhan akan pakan ternak sapi perah sangat meningkat karena mayoritas mata pencaharian masyarakat sekitar sebagai peternak sapi perah. Awal mula bisnis ini berdiri beliau belum menjual jenis pakan ternak yang beraneka ragam, namun masih menjual pakan ternak jenis tepung mie. Setelah semakin lama bisnis pakan ternak sapi perah ini menjanjikan, maka beliau memberanikan diri untuk menambah berbagai jenis pakan ternak sapi perah.

Berkah Lestari tidak memproduksi sendiri melainkan Berkah Lestari sudah bekerjasama dengan berbagai perusahaan pakan ternak luar daerah. Salah satunya Berkah Lestari sudah bekerja sama dengan PT. Golden Feed Indonesia yang berada di Pasuruan. Dimana PT. Golden Feed Indonesia tersebut menyediakan berbagai bahan baku ternak. Untuk bahan

pakan Premik dan juga Caoco, Berkah Lestari selalu pesan di PT. Golden Feed Indonesia tersebut. Untuk bahan-bahan pakan lainnya Berkah Lestari sudah memiliki *supplier* tetap di perusahaan pakan ternak luar daerah lainnya. Hingga saat ini jenis pakan ternak sapi perah yang di jual di Berkah Lestari ada 24 jenis pakan ternak, diantaranya premik, caoco, roti, tepung mie, tepung gaplek, sawit, kopra scm, kopra hitam, BGF, kriyuk, katul kasar, marning, susu A, moto jagung, tepung jagung, bungkil, coklat, DDGS, CGF, polard, kulit kacang kacang, CGC, vitamik, dan kosentrat jadi.

Untuk pendistribusian di Berkah Lestari kebanyakan berada di wilayah Kecamatan Pagerwojo, Sendang dan sekitarnya. Pendistribusian pakan ternak di Berkah Lestari yaitu dengan cara distribusi langsung ketangan pembeli dan pengecer, namun selain distribusi secara langsung, ada juga beberapa konsumen yang mengambil pakan ternak di gudang Berkah Lestari.

## **2. Visi Misi**

### **a. Visi**

- 1) Menyediakan pakan ternak yang bermutu dan berkualitas tinggi dengan harga terjangkau.
- 2) Kesejahteraan konsumen.

### **b. Misi**

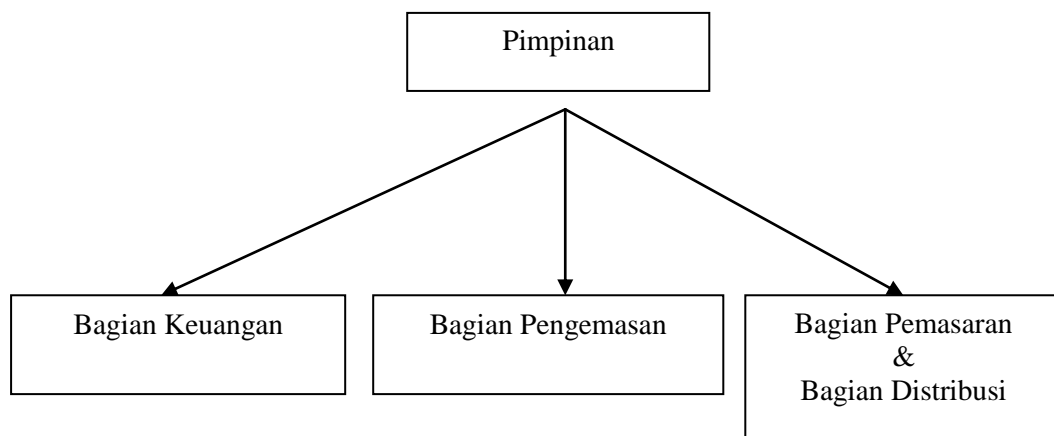
- 1) Menjaga kepercayaan konsumen dengan memberikan produk yang berkualitas.

- 2) Memberikan pelayanan yang terbaik demi kepuasan konsumen.
- 3) Memperluas jaringan usaha agar lebih dikenal oleh masyarakat luas.

### 3. Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan alat yang penting bagi pemimpin perusahaan di dalam mengorganisasikan tenaga kerja yang ada. Dengan adanya struktur organisasi yang baik, maka perusahaan tersebut akan lebih terstruktur. Berikut struktur organisasi Berkah Lestari.

**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi Berkah Lestari**



Sumber : Berkah Lestari,2021

Tugas dan wewenang diantaranya :

a. Pemimpin

Struktur tertinggi di Berkah Lestari yang bertanggung jawab atas keseluruhan berjalannya sistem operasional penyelenggaraan Berkah Lestari.

b. Bagian Keuangan

Bagian Keuangan adalah struktur tertinggi yang memiliki wewenang terhadap berbagai sumber-sumber keuangan dan alokasi dana di Berkah Lestari.

c. Bagian Pengemasan

Bagian pengemasan merupakan bagian organisasi yang bertugas untuk menimbang dan mengemas pakan ternak di Berkah Lestari.

d. Bagian Pemasaran

Bagian pemasaran adalah bagian organisasi untuk mempromosikan produk pakan ternak di Berkah Lestari kepada masyarakat luas.

e. Bagian Distribusi

Bagian distribusi adalah bagian organisasi yang memiliki wewenang dalam pendistribusian pakan ternak di Berkah Lestari kepada pembeli dan pengecer.

**4. Jam operasional**

Jam operasional di gudang Berkah Lestari yaitu pukul 07.30-16.00 WIB. Untuk jam kerja karyawan di Berkah Lestari 07.30-16.00 WIB dan malam hari jika ada bahan datang malam hari.

**5. Sumber Daya Manusia**

Tenaga kerja dalam sebuah usaha apapun merupakan unsur penting dalam sebuah usaha/bisnis. Tenaga kerja juga merupakan faktor keberhasilan sebuah bisnis. Saat ini di Berkah Lestari mempunyai 4

karyawan tetap, dan 2 cadangan. Untuk karyawan cadangan tersebut biasanya dipanggil ke gudang untuk bongkar muat barang jika bahan datang di gudang. Pembagian upah yang diberikan untuk karyawan diberikan setiap bulan. Upah yang diberikan merupakan upah bersih karena karyawan di Berkah Lestari mendapatkan konsumsi makanan 1 kali setiap hari yaitu waktu siang hari.

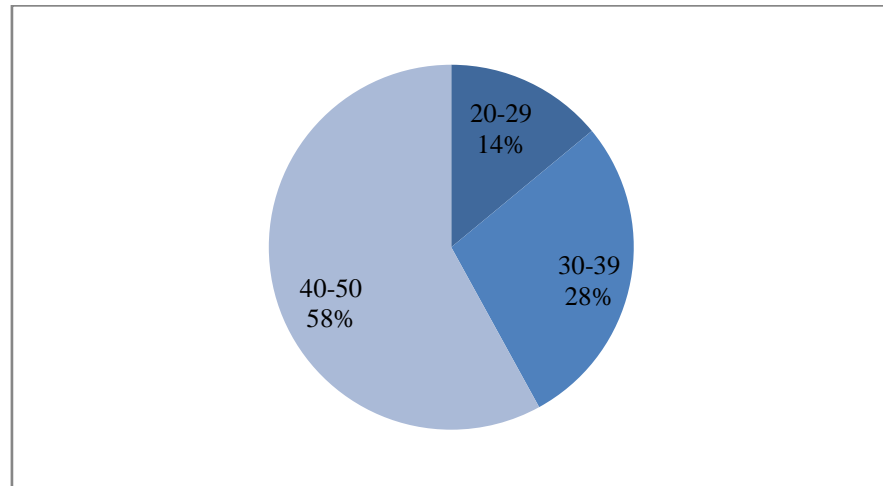
## **B. Profil Responden**

Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen yang melakukan pembelian di Berkah Lestari. Adapun jumlah sampel yang ditentukan sebanyak 50 responden. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non Probability* sampling dengan jenis teknik sampling *Accidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau *insidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan dengan sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

## **C. Karakteristik Responden**

Karakteristik responden dalam penelitian ini digunakan untuk melengkapi penelitian yang dibagi menjadi 3 karakteristik yang terdiri dari usia, jenis kelamin dan alamat rumah. Karakteristik responden disajikan dalam tabel berikut.

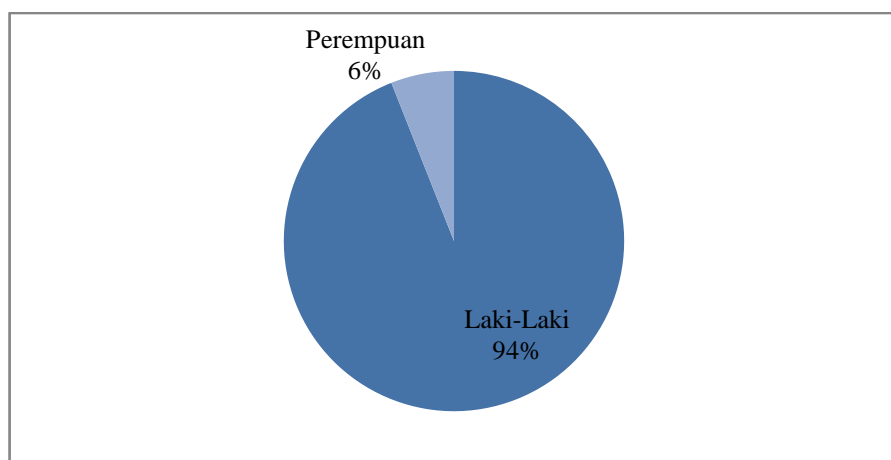
**Gambar 4.2**  
**Diagram Frekuensi Usia Responden**



Sumber : Diolah dari data primer,2021

Dalam gambar 4.2 diatas menunjukkan mayoritas konsumen pada Berkah Lestari berusia antara 40 sampai 50 tahun yaitu sebanyak 58%, 30-39 tahun sebanyak 28%, dan 20-29 tahun sebanyak 14%. Jadi dapat disimpulkan bahwa konsumen yang banyak berkunjung di Berkah Lestari berusia 40-50 tahun.

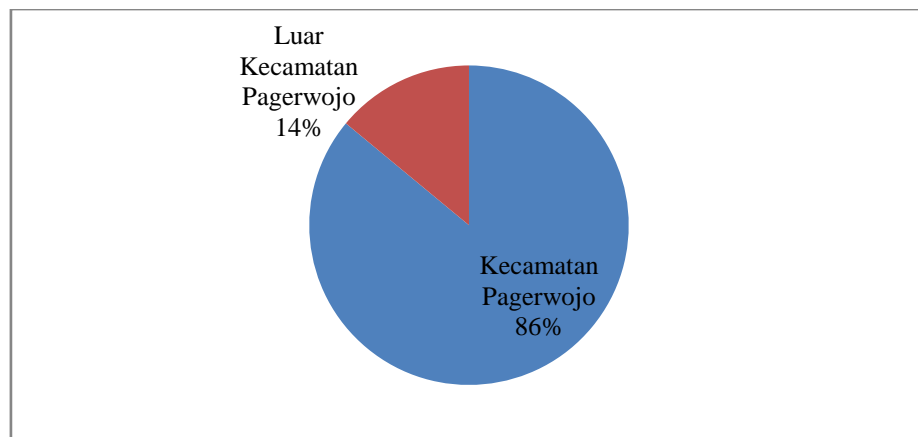
**Gambar 4.3**  
**Diagram Jenis Kelamin**



Sumber : Diolah dari data primer,2021

Dalam diagram jenis kelamin responden diatas menunjukkan mayoritas konsumen di Berkah Lestari Pagerwojo berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 94% dan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 6%. Jadi dapat disimpulkan bahwa konsumen yang banyak berkunjung ke Berkah Lestari yaitu berjenis kelamin laki-laki.

**Gambar 4.4**  
**Diagram Asal Kecamatan**



Sumber : Diolah dari data primer,2021

Dalam diagram asal kecamatan responden diatas menunjukkan mayoritas konsumen di Berkah Lestari berasal dari Kecamatan Pagerwojo yaitu sebanyak 86% dan responden yang berasal dari luar Kecamatan Pagerwojo sebanyak 14%. Jadi dapat disimpulkan bahwa konsumen yang banyak berkunjung ke Berkah Lestari yaitu berasal dari Kecamatan Pagerwojo.

#### **D. Deskripsi Variabel**

Dari angket yang diberikan kepada responden di Berkah Lestari Pagerwojo terdiri dari 16 pertanyaan yang dibagi menjadi 4 kategori yaitu:

1. 5 soal digunakan untuk mengetahui pemilihan harga yang ada pada Berkah Lestari Kecamatan Pagerwojo yang diukur dari variabel harga (X1).

2. 3 soal digunakan untuk mengetahui kualitas produk yang ada pada Berkah Lestari Kecamatan Pagerwojo yang diukur dari variabel kualitas produk (X2).
3. 3 soal digunakan untuk mengetahui promosi yang ada pada Berkah Lestari Kecamatan Pagerwojo yang diukur dari variabel promosi (X3).
4. 5 soal digunakan untuk mengetahui keputusan pembelian yang ada pada Berkah Lestari Kecamatan Pagerwojo yang diukur dari variabel keputusan pembelian (Y).

Hasil dari jawaban yang peneliti peroleh dari responden adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.1**  
**Frekuensi Jawaban Angket Variabel Harga (X1)**

Item	Skor Jawaban									
	SS(5)		S(4)		N(3)		TS(2)		STS(1)	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X1.1	8	16,0%	38	76,0%	4	8,0%	0	0%	0	0%
X1.2	9	18,0%	31	62,0%	10	20%	0	0%	0	0%
X1.3	22	44,0%	19	38,0%	9	18,0%	0	0%	0	0%
X1.4	13	26,0%	23	46,0%	11	22,0%	3	6,0%	0	0%
X1.5	23	46,0%	21	42,0%	6	12,0%	0	0%	0	0%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui variabel harga (X1), pada item (X1.1) yaitu “Harga produk pakan ternak Berkah Lestari terjangkau.” Dari 50 responden yang menjawab pertanyaan variabel harga pada item (X1.1), diperoleh jawaban “sangat setuju” sebanyak 8 responden, jawaban “setuju” sebanyak 38 responden, jawaban “netral” sebanyak 4 responden, kemudian untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju 0 responden artinya tidak



ada yang memilih kategori tersebut. Hal ini dapat diartikan responden cenderung setuju bahwa harga produk pakan ternak di Berkah Lestari terjangkau.

Pada item X1.2 yaitu “Harga pakan ternak di Berkah Lestari bervariasi sesuai dengan jenisnya”. Dari 50 responden terdapat 9 responden yang menjawab “sangat setuju”, 31 responden menjawab “setuju”, kemudian 10 responden menjawab netral. Dari data tersebut dapat diartikan responden cenderung setuju bahwa harga pakan ternak di Berkah Lestari bervariasi sesuai jenisnya.

Pada item X1.3 yaitu “Harga pakan ternak di Berkah Lestari sesuai dengan kualitas produk”. Dari 50 responden terdapat 22 responden yang menjawab “sangat setuju”, 19 responden menjawab “setuju” dan jawaban “netral” sebanyak 9 responden. Maka dari data diatas dapat diartikan responden cenderung setuju bahwa harga pakan ternak di Berkah Lestari sesuai dengan kualitas produk.

Pada item X1.4 yaitu “Harga pakan ternak di Berkah Lestari lebih ekonomis dibandingkan dengan pakan ternak lainnya”. Dari 50 responden terdapat 13 responden yang menjawab “sangat setuju”, 23 responden menjawab “setuju”, 11 responden menjawab “Netral” dan 3 responden menjawab “tidak setuju”. Maka dari data diatas dapat diartikan responden cenderung setuju bahwa harga pakan ternak di Berkah Lestari lebih ekonomis dibandingkan dengan pakan ternak lainnya.

Pada item X1.5 yaitu “Harga pakan ternak di Berkah Lestari sesuai dengan manfaat yang dirasakan”. Dari 50 responden terdapat 23 responden yang menjawab “sangat setuju”, 21 responden menjawab “setuju” dan 9 responden menjawab “Netral”. Maka dari data diatas dapat diartikan responden cenderung sangat setuju bahwa harga pakan ternak Berkah Lestari sesuai dengan manfaat yang dirasakan.

**Tabel 4.2**  
**Frekuensi Jawaban Angket Variabel Kualitas Produk (X2)**

Item	Skor Jawaban									
	SS(5)		S(4)		N(3)		TS(2)		STS(1)	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X2.1	8	16,6%	27	54,0%	15	30,0%	0	0%	0	0%
X2.2	10	20,0%	26	52,0%	14	28,0%	0	0%	0	0%
X2.3	31	62,0%	12	24,0%	7	14,0%	0	0%	0	0%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer,2021

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui variabel Kualitas Produk (X2), pada item (X2.1) yaitu “Ternak sapi perah saya tidak merasakan keluhan selama mengkonsumsi pakan dari Berkah Lestari”. Dari 50 responden yang menjawab pertanyaan variabel kualitas produk pada item (X2.1), diperoleh jawaban “sangat setuju” sebanyak 8 responden, jawaban “setuju” sebanyak 27 responden, dan jawaban “netral” sebanyak 15 responden. Dari data tersebut dapat diartikan bahwa pilihan responden yang paling banyak yaitu terdapat pada jawaban “setuju” sehingga dapat disimpulkan responden cenderung setuju bahwa ternak konsumen tidak merasakan keluhan selama mengkonsumsi pakan ternak dari Berkah Lestari.

Pada item (X2.2) yaitu “Saya merasa kualitas pakan ternak pada Berkah Lestari sudah baik untuk perkembangan ternak sapi perah saya”. Dari 50 responden yang menjawab pertanyaan variabel kualitas produk pada item (X2.2), diperoleh jawaban “sangat setuju” sebanyak 10 responden, jawaban “setuju” sebanyak 26 responden, dan jawaban “netral” sebanyak 14 responden. Dari data tersebut dapat diartikan responden cenderung setuju bahwa kualitas pakan ternak di Berkah Lestari sudah baik untuk perkembangan ternak sapi konsumen.

Pada item (X2.3) yaitu “Kualitas produk pakan ternak di Berkah Lestari memiliki daya tahan lama dan tidak cepat busuk”. Dari 50 responden yang menjawab pertanyaan variabel kualitas produk pada item (X2.3), diperoleh jawaban “sangat setuju” sebanyak 31 responden, jawaban “setuju” sebanyak 12 responden, dan jawaban “netral” sebanyak 7 responden. Dari data tersebut dapat diartikan responden cenderung sangat setuju bahwa kualitas produk pakan ternak di Berkah Lestari memiliki daya tahan lama dan tidak cepat busuk.

**Tabel 4.3**

**Frekuensi Jawaban Angket Variabel Promosi (X3)**

Item	Skor Jawaban									
	SS(5)		S(4)		N(3)		TS(2)		STS(1)	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X3.1	13	26,0%	32	64,0%	5	10,0%	0	0%	0	0%
X3.2	25	50,0%	20	40,0%	5	10,0%	0	0%	0	0%
X3.3	23	46,0%	21	42,0%	6	12,0%	0	0%	0	0%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui variabel promosi (X3), pada item (X3.1) yaitu “Berkah Lestari melakukan penjualan produk pakan ternak sapi perah secara pribadi dengan tatap muka agar para konsumen tertarik membeli”. Dari 50 responden yang menjawab pertanyaan variabel promosi pada item (X3.1), diperoleh jawaban “sangat setuju” sebanyak 13 responden, jawaban “setuju” sebanyak 32 responden, dan jawaban “netral” sebanyak 5 responden. Dari data tersebut dapat diartikan responden cenderung setuju bahwa Berkah Lestari melakukan penjualan produk ternak sapi perah secara pribadi dengan tatap muka.

Pada item (X3.2) yaitu “Promosi penjualan produk pakan ternak dengan memberikan sampel kepada para konsumen”. Dari 50 responden terdapat 25 responden yang menjawab “sangat setuju”, 20 responden menjawab “setuju”, dan 5 responden menjawab “netral”. Dari data tersebut dapat diartikan responden cenderung sangat setuju bahwa promosi penjualan pakan ternak Berkah Lestari dilakukan dengan memberikan sampel kepada para konsumen.

Pada item (X3.3) yaitu “Berkah Lestari selalu melakukan pendekatan ke masyarakat untuk memasarkan produknya”. Dari 50 responden terdapat 23 responden menjawab “sangat setuju”, 21 responden menjawab “setuju”, dan 6 responden menjawab “netral” sebanyak. Dari data tersebut dapat diartikan responden cenderung sangat setuju bahwa Berkah Lestari selalu melakukan pendekatan ke masyarakat untuk memasarkan produk pakan ternaknya.

**Tabel 4.4**  
**Frekuensi Jawaban Angket Variabel Keputusan Pembelian (Y)**

Item	Skor Jawaban									
	SS(5)		S(4)		N(3)		TS(2)		STS(1)	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Y1	4	8,0%	30	60,0%	16	32,0%	0	0%	0	0%
Y2	19	38,0%	17	34,0%	14	28,0%	0	0%	0	0%
Y3	8	16,0%	22	44,0%	20	40,0%	0	0%	0	0%
Y4	17	34,0%	17	34,0%	16	32,0%	0	0%	0	0%
Y5	16	32,0%	21	42,0%	13	26,0%	0	0%	0	0%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui variabel keputusan pembelian (Y), pada item (Y1) yaitu “Sebelum saya membeli pakan ternak di Berkah Lestari, saya sudah mencari informasi terkait pakan ternak di Berkah Lestari”. Dari 50 responden yang menjawab pertanyaan variabel keputusan pembelian pada item (Y1) diperoleh jawaban “sangat setuju” sebanyak 4 responden, jawaban “setuju” sebanyak 30 responden, dan jawaban “netral” sebanyak 16 responden. Dari data tersebut dapat diartikan responden cenderung setuju bahwa konsumen Berkah Lestari sudah mencari informasi terlebih dahulu terkait pakan ternak sebelum membelinya.

Pada item (Y2) yaitu ‘Saya membeli pakan ternak di Berkah Lestari karena membutuhkan pakan ternak untuk ternak sapi perah saya’. Dari 50 responden yang menjawab pertanyaan variabel keputusan pembelian pada item (Y2) diperoleh jawaban “sangat setuju” sebanyak 19 responden, jawaban “setuju” sebanyak 17 responden, dan jawaban “netral” sebanyak 14 responden. Dari data tersebut dapat diartikan responden cenderung setuju bahwa

konsumen membeli pakan ternak di Berkah Lestari karena membutuhkan pakan untuk ternaknya.

Pada item (Y3) yaitu “Saya akan memberi informasi kepada teman-teman dan saudara saya untuk membeli pakan ternak di Berkah Lestari untuk menunjang kebutuhan sapi perah mereka”. Dari 50 responden yang menjawab pertanyaan variabel keputusan pembelian pada item (Y3), diperoleh jawaban “sangat setuju” sebanyak 8 responden, jawaban “setuju” sebanyak 22 responden, dan jawaban “netral” sebanyak 20 responden. Dari data tersebut dapat diartikan responden cenderung setuju bahwa konsumen akan memberi informasi kepada teman-teman dan saudaranya untuk membeli pakan ternak di Berkah Lestari.

Pada item (Y4) yaitu “Saya akan membeli lagi pakan ternak di Berkah Lestari”. Dari 50 responden yang menjawab pertanyaan variabel keputusan pembelian pada item (Y4), diperoleh jawaban “sangat setuju” sebanyak 17 responden, jawaban “setuju” sebanyak 17 responden, dan jawaban “netral” sebanyak 16 responden. Dari data tersebut dapat diartikan responden cenderung setuju bahwa konsumen akan membeli lagi pakan ternak di Berkah Lestari.

Pada item (Y5) yaitu “Saya merasa puas membeli pakan ternak di Berkah Lestari”. Dari 50 responden terdapat 16 responden “sangat setuju”, 21 responden menjawab “setuju”, dan 13 responden menjawab “netral”. Dari data tersebut dapat diartikan responden cenderung setuju bahwa konsumen merasa puas membeli pakan ternak di Berkah Lestari.

## E. Analisis Data

### 1. Uji Validitas dan Reliabilitas

#### a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan analisis untuk mengukur valid atau tidaknya item pernyataan kuesioner menggunakan metode *Pearson's Product Moment Correlation*. Suatu data dikatakan valid apabila  $r_{hitung}$  lebih besar dari pada  $r_{tabel}$ . Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 50 responden. Dari jumlah responen tersebut dapat diketahui besarnya  $r_{tabel}$  adalah 0,279 ( $df=n-2= 50-2=48$ ) dengan taraf kesalahan sebesar 5%. Jadi item pernyataan kuesioner tersebut dikatakan valid apabila  $r_{hitung}$  pada *Correct Item Total Perason Correlation* lebih besar dari 0,279. Berikut ini adalah hasil dari uji validitas dari masing-masing variabel.

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	No. Item	<i>Pearson Correlation</i>	R. Tabel (N=50) Taraf Signifikan 5%	Keterangan
Harga (X1)	X1.1	0,634	0,279	Valid
	X1.2	0,806	0,279	Valid
	X1.3	0,855	0,279	Valid
	X1.4	0,838	0,279	Valid
	X1.5	0,843	0,279	Valid
Kualitas Produk (X2)	X2.1	0,868	0,279	Valid
	X2.2	0,857	0,279	Valid
	X2.3	0,822	0,279	Valid
Promosi (X3)	X3.1	0,815	0,279	Valid
	X3.2	0,846	0,279	Valid
	X3.3	0,837	0,279	Valid
Keputusan	Y1	0,627	0,279	Valid

Pembelian (Y)	Y2	0,892	0,279	Valid
	Y3	0,766	0,279	Valid
	Y4	0,948	0,279	Valid
	Y5	0,890	0,279	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Berdasarkan tabel 4.5 dapat diketahui bahwa item (X1.1) dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,634 > 0,279$ ) maka indikator dinyatakan *valid*, item (X1.2) dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,806 > 0,279$ ) maka indikator dinyatakan *valid*, item (X1.3) dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,855 > 0,279$ ) maka indikator dinyatakan *valid*, item (X1.4) dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,838 > 0,279$ ) maka indikator dinyatakan *valid*, dan item (X1.5) dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,843 > 0,279$ ) maka indikator dinyatakan *valid*.

Item (X2.1) dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,868 > 0,279$ ) maka indikator dinyatakan *valid*, item (X2.2) dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,857 > 0,279$ ) maka indikator dinyatakan *valid*, dan item (X2.3) dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,822 > 0,279$ ) maka indikator dinyatakan *valid*.

Item (X3.1) dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,815 > 0,279$ ) maka indikator dinyatakan *valid*, item (X3.2) dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,846 > 0,279$ ) maka indikator dinyatakan *valid*, dan item (X3.1) dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,837 > 0,279$ ) maka indikator dinyatakan *valid*.

Item (Y1) dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ( $0,627 > 0,279$ ) maka indikator dinyatakan *valid*, Item (Y2) dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$



(0,892 > 0,279) maka indikator dinyatakan valid, Item (Y3) dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,766 > 0,279) maka indikator dinyatakan valid, Item (Y4) dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,948 > 0,279) maka indikator dinyatakan valid, dan Item (Y5) dengan nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,890 > 0,279) maka indikator dinyatakan valid.

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan mulai dari variabel harga (X1) , kualitas produk (X2), promosi (X3) dan variabel keputusan pembelian (Y) adalah valid. Hal tersebut dapat di ketahui dalam tabel diatas yaitu  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  .

#### **b. Uji Reliabilitas**

Uji Reliabilitas atau keandalan merupakan konsistensi dari serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur. Dalam penelitian, reliabilitas adalah uji yang dilakukan sejauh mana pengukuran dari suatu tes tetap konsiten setelah dilakukan berulang-ulang terhadap subyek dan dalam kondisi yang sama. Penelitian dianggap dapat diandalkan bila memberikan hasil yang konsisten untuk pengukuran yang sama. Dalam aplikasi SPSS dapat digunakan untuk mengukur reliablitas dengan uji statistik *Cronbach Alpa* ( $\alpha$ ), variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpa* ( $\alpha$ ) > 0,60. Dan ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Triton.

Ukuran kemantapan *alpha* dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

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

Hasil dari pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (X1)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.854	5

Sumber : Hasil Output SPSS yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.6 diatas nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,854. Dengan demikian nilai *Cronbach's Alpha*  $0,854 > 0,60$ . Maka dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang diuji untuk variabel harga (X1) terbukti sangat *reliable*, , karena nilai *Cronbach's Alpha* = 0,854 berada diantara 0,81-1,00.

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X2)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.804	3

Sumber : Hasil Output SPSS yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.7 nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,804. Dengan demikian nilai *Cronbach's Alpha*  $0,804 > 0,60$ . Maka dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang diuji untuk variabel kualitas harga (X2) terbukti sangat *reliable*, karena nilai *Cronbach's Alpha* = 0,804 berada diantara 0,81-1,00.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X3)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.777	3

Sumber : Hasil Output SPSS yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.8 diatas nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,777. Dengan demikian nilai *Cronbach's Alpha*  $0,777 > 0,60$ . Maka dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang diuji untuk variabel promosi (X3) terbukti *reliable*, karena nilai *Cronbach's Alpha* = 0,777 berada diantara 0,61-0,80.

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.889	5

Sumber : Hasil Output SPSS yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.9 diatas nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,889. Dengan demikian nilai *Cronbach's Alpha*  $0,889 > 0,60$ . Maka dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang diuji untuk variabel keputusan

pembelian (Y) terbukti sangat *reliable*, karena nilai *Cronbach's Alpha* = 0,889 berada diantara 0,81-1,00.

## 2. Uji Asumsi Klasik

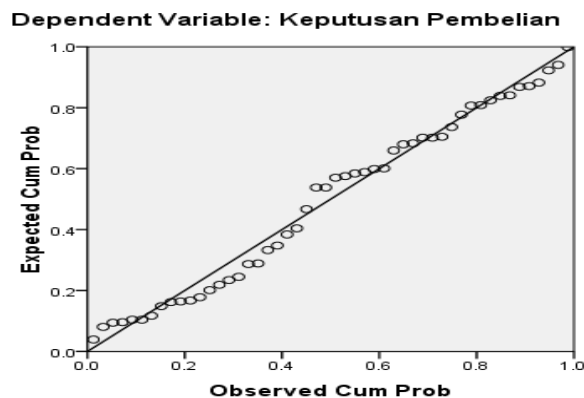
### a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang dilakukan untuk mengecek apakah penelitian kita berasal dari populasi yang sebenarnya normal. Noormalitas dapat dilihat dari normal *p-plot*. Data dinyatakan berdistribusi normal apabila gambar terdistribusi dengan titik-titik data searah mengikuti garis diagonal. Selain itu untuk mendeteksi norrmalitas data bisa digunakan pendekatan *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Data dikatakan normal jika variabel memiliki nilai signifikan lebih dari 0,05. Hasil dari uji normalitas tersebut adalah sebagai berikut:

**Gambar 4.5**

### Hasil Uji Normalitas

**Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**



Sumber : Hasil Output SPSS yang diolah, 2021

Berdasarkan gambar 4.5 menunjukkan bahwa semua data yang ada berdistribusi normal, karena data menyebar membentuk dan mendekati garis lurus diagonal, maka data tersebut memenuhi asumsi normal atau mengikuti garis normalitas.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		50
Normal	Mean	.0000000
Parameters <sup>a</sup>	Std. Deviation	2.25653383
Most Extreme	Absolute	.082
Differences	Positive	.082
	Negative	-.079
Kolmogorov-Smirnov Z		.580
Asymp. Sig. (2-tailed)		.890
a. Test distribution is Normal.		

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa nilai sig. (2-tailed) variabel sebesar 0,890 yang artinya Sig. (2-tailed) lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh data dalam penelitian berdistribusi normal.

#### **b. Uji Multikolinieritas**

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel *independent*. Nilai tolerance  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10$ , maka

dikatakan bahwa tidak ada Multikolinieritas antar variabel *independent* dalam model regresi. Hasil dari uji multikolinieritas untuk penelitian ini adalah sebagai berikut.

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	11.597	4.705		2.465	.018		
	Harga	-.407	.123	-.360	-3.295	.002	.961	1.041
	Kualitas Produk	.515	.188	.296	2.743	.009	.988	1.012
	Promosi	.788	.209	.411	3.773	.000	.968	1.033

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Untuk mendeteksi terjadinya multikolinieritas dilakukan dengan melihat apakah nilai tolerance  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10$ . Berdasarkan hasil uji multikolinieritas pada tabel 4.11 diatas, dapat dilihat bahwa nilai tolerance harga (X1) sebesar 0,961, kualitas produk (X2) sebesar 0,988, dan promosi (X3) sebesar 0,968. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa seluruh nilai tolerance pada seluruh variabel lebih besar dari 0,10, yang artinya variabel terbebas dari multikolinieritas.

Dan untuk nilai VIF untuk variabel harga (X1) sebesar 1,041, kualitas produk (X2) sebesar 1,012, dan promosi (X3) sebesar 1,033

dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa seluruh nilai VIF pada seluruh variabel kurang dari 10, yang artinya variabel terbebas dari multikolinieritas.

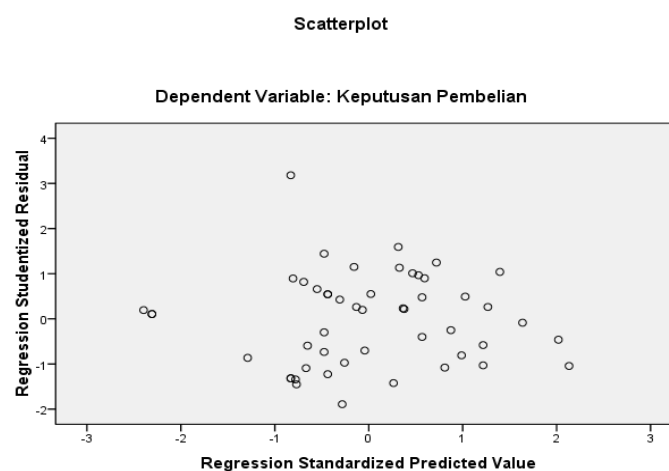
### c. Uji Heteroskedastisitas

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

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

Hasil uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut.

**Gambar 4.6**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer,2021

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada gambar 4.6 diatas, dapat dilihat bahwa tidak ada pola tertentu dan titik-titik menyebar diatas dan juga dibawah angka 0. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda merupakan analisis yang digunakan apabila jumlah variabel bebas yang digunakan lebih dari satu dengan satu variabel terikat. Uji regresi linier berganda tidak berdiri sendiri, akan tetapi diikuti dengan uji lainnya yang saling mendukung dan berhubungan (uji koefisien determinasi, uji T dan uji F. Dalam regresi linier berganda terdiri dari dua atau lebih variabel bebas dan satu variabel terikat. Regresi linier berganda digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh beberapa variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil uji regresi linier berganda adalah sebagai berikut.

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.597	4.705		2.465	.018
	Harga	-.407	.123	-.360	-3.295	.002
	Kualitas Produk	.515	.188	.296	2.743	.009
	Promosi	.788	.209	.411	3.773	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021



Berdasarkan hasil uji regresi berganda sebagaimana pada tabel 4.1, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 11,597 + (-0,407)(X_1) + 0,515 (X_2) + 0,788(X_3) + e$$

Berdasarkan persamaan diatas, maka dapat diuraikan sebagai berikut :

- a. Konstan sebesar 11,597 menyatakan jika variabel harga, kualitas produk, dan promosi dalam keadaan konstan (tetap) maka keputusan pembelian sebesar 11,597.
- b. Koefisien regresi  $X_1$  (harga) sebesar -0,407 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan pada variabel  $X_1$  (harga) maka menurunkan nilai keputusan pembelian sebesar -0,407. Dan sebaliknya setiap penurunan 1 satuan pada variabel harga maka meningkatkan nilai keputusan sebesar 0,407. Koefisien bernilai negatif (berlawanan arah) maka semakin tinggi harga maka keputusan pembelian akan semakin menurun.
- c. Koefisien regresi  $X_2$  (kualitas produk) sebesar 0,515 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan pada variabel  $X_2$  (kualitas produk) maka meningkatkan nilai keputusan pembelian sebesar 0,515. Dan sebaliknya setiap penurunan 1 satuan pada variabel kualitas produk maka menurunkan nilai keputusan pembelian sebesar 0,515. Koefisien bernilai positif yang artinya terjadi hubungan positif antara kualitas produk dengan keputusan pembelian. Maka semakin tinggi skor kualitas produk, maka semakin tinggi tingkat keputusan pembelian.

- d. Koefisien regresi  $X_3$  (promosi) sebesar 0,788 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan pada variabel  $X_3$  (promosi) maka meningkatkan nilai keputusan pembelian sebesar 0,788. Dan sebaliknya setiap penurunan 1 satuan pada variabel promosi maka menurunkan nilai keputusan pembelian sebesar 0,788. Koefisien bernilai positif yang artinya terjadi hubungan positif antara promosi dengan keputusan pembelian. Maka semakin tinggi skor promosi, maka semakin tinggi tingkat keputusan pembelian.

Untuk tanda (+) menandakan arah hubungan yang searah, sedangkan tanda (-) menunjukkan arah hubungan yang berbanding terbalik antara variabel bebas dan terikat.

#### **4. Uji Hipotesis**

##### **a. Uji t**

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial masing-masing variabel independen (harga, kualitas produk dan promosi) apakah berpengaruh terhadap variabel dependen (keputusan pembelian)

Adapun prosesnya sebagai berikut :

Hipotesis :

$H_0$  : Diduga tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.

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

Kriteria Pengambilan keputusan :

- 1) Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.
- 2) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

atau

- 1) Jika  $p$  (Nilai signifikan  $t$ )  $< 0,05$  (5%), maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.
- 2) Jika  $p$  (nilai signifikan  $t$ )  $> 0,05$  (5%), maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.

Berikut adalah hasil uji t yang dilakukan dengan pengolahan SPSS 16.0.

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji t**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.597	4.705		2.465	.018
	Harga	-.407	.123	-.360	-3.295	.002
	Kualitas Produk	.515	.188	.296	2.743	.009
	Promosi	.788	.209	.411	3.773	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.13 menunjukkan hasil uji t dengan taraf signifikan 0,05 dan sementara nilai  $t_{tabel}$  sebesar 2,013 (dari perhitungan tingkat kepercayaan dibagi 2 : jumlah responden

dikurangi jumlah variabel bebas dikurangi 1 =  $0,05/2 : n-k-1 = 0,05/2 : 50-3-1 = 0,025 : 46$ ).

a. Pengaruh harga (X1) terhadap keputusan pembelian (Y)

Hipotesis :

$H_0$  = Diduga tidak ada pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian pakan ternak sapi perah di Berkah Lestari Kecamatan Pagerwojo Kabupaten Tulungagung.

$H_1$  = Diduga ada pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian pakan ternak sapi perah di Berkah Lestari Kecamatan Pagerwojo Kabupaten Tulungagung.

Berdasarkan tabel diatas maka diperoleh  $t_{hitung}$  untuk variabel harga adalah -3,295 pada taraf signifikan 0,002. Sementara nilai  $t_{tabel}$  adalah 2,013 dengan taraf signifikan 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ),  $df=n-k-1 = 50-3-1 = 46$  ). Maka diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $-3,295 > 2,013$  dan nilai sign.  $0,002 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel X1 memiliki kontribusi dengan Y. Nilai t yang negatif menunjukkan hubungan yang berlawanan arah antara variabel bebas dan variabel terikat. Jadi dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan negatif antara harga terhadap keputusan pembelian pakan ternak sapi perah di Berkah Lestari.

b. Pengaruh kualitas produk (X2) terhadap keputusan pembelian (Y)

Hipotesis :

$H_0$ = Diduga tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian pakan ternak sapi perah di Berkah Lestari Kecamatan Pagerwojo Kabupaten Tulungagung.

$H_1$ = Diduga ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian pakan ternak sapi perah di Berkah Lestari Kecamatan Pagerwojo Kabupaten Tulungagung.

Berdasarkan tabel diatas diperoleh  $t_{hitung}$  untuk variabel kualitas produk adalah 2,743 pada taraf signifikansi 0,002. Sementara nilai  $t_{tabel}$  adalah 2,013 dengan taraf signifikan 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ),  $df=n-k-1 = 50-3-1 = 46$  ). Maka diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,743 > 2,013$  dan nilai sign.  $0,009 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Oleh karena itu dapat disimpulkan ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian pakan ternak sapi perah di Berkah Lestari.

c. Pengaruh promosi (X3) terhadap keputusan pembelian (Y)

Hipotesis :

$H_0$ = Diduga tidak ada pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian pakan ternak sapi perah di

Berkah Lestari Kecamatan Pagerwojo Kabupaten Tulungagung.

$H_1$  = Diduga ada pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian pakan ternak sapi perah di Berkah Lestari Kecamatan Pagerwojo Kabupaten Tulungagung.

Berdasarkan tabel diatas diperoleh  $t_{hitung}$  untuk variabel promosi adalah 3,773 pada taraf signifikansi 0,000. Sementara nilai  $t_{tabel}$  adalah 2,013 dengan taraf signifikan 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ),  $df = n - k - 1 = 50 - 3 - 1 = 46$ ). Maka diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $3,773 > 2,013$  dan nilai sign.  $0,000 < 0,05$ . Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Oleh karena itu dapat disimpulkan ada pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian pakan ternak sapi perah di Berkah Lestari.

Dari hasil uji t diatas, dapat disimpulkan bahwa variabel *independen* (harga, kualitas produk, dan promosi) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependen* (keputusan pembelian) tetapi tanda (-) pada variabel harga menunjukkan hubungan yang berlawanan arah dengan Y yaitu ada pengaruh negatif terhadap keputusan pembelian konsumen, sedangkan untuk variabel kualitas produk dan promosi memiliki hubungan positif (searah) terhadap variabel keputusan pembelian konsumen di Berkah Lestari Kecamatan Pagerwojo.

### b. Uji F

Uji F dilakukan untuk menguji pengaruh variabel *independent* (X) terhadap variabel *dependent* (Y) secara simultan (bersama-sama).

Adapun pengambilan keputusan sebagai berikut :

$H_0$ = Secara simultan diduga tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

$H_1$ = Secara simultan diduga ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Kriteria Pengambilan :

1)  $H_0$  diterima, apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  pada taraf signifikan  $\alpha = 5\%$

2)  $H_1$  diterima, apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  pada taraf signifikan  $\alpha = 5\%$

atau

1) Jika p (nilai signifikan)  $< 0,05$  , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

2) Jika p (nilai signifikan)  $< 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.

Hasil uji F adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.14**

#### Hasil Uji F

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	222.995	3	74.332	13.704	.000 <sup>a</sup>
	Residual	249.505	46	5.424		
	Total	472.500	49			

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

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer,2021

Hipotesis :

$H_0$ = Diduga tidak ada pengaruh yang signifikan antara harga, kualitas produk, promosi terhadap keputusan pembelian pakan ternak sapi perah di Berkah Lestari di Kecamatan Pagerwojo.

$H_1$ = Diduga ada pengaruh yang signifikan antara harga, kualitas produk, promosi terhadap keputusan pembelian pakan ternak sapi perah di Berkah Lestari di Kecamatan Pagerwojo.

Dari tabel 4.14 nilai  $F_{hitung}$  sebesar 13,704 dan signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 (dengan menggunakan taraf signifikan  $\alpha = 5\%$ ). Sementara nilai  $F_{tabel}$  sebesar 2,81 (dari perhitungan  $df_1 = k$  (jumlah variabel bebas) = 3 (berarti kolom ke-3) dan  $df_2 = n-k-1 = 50-3-1 = 46$  (berarti baris ke 46). Ini berarti  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu sebesar  $13,704 > 2,81$ .

Sehingga berdasarkan penelitian ini, dapat diambil kesimpulan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Karena  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  atau signifikansi F yang lebih kecil dari nilai  $\alpha$  atau dengan kata lain ada pengaruh secara simultan atau bersama-sama antara variabel harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian pakan ternak sapi perah di Berkah Lestari Kecamatan Pagerwojo.



## 5. Analisis Koefisien Determinan ( $R^2$ )

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel *independent* terhadap variabel *dependent*, dengan melihat nilai *Adjust R Square* dari data tabel *Model Summary*.

Hasil uji koefisien determinan adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.687 <sup>a</sup>	.472	.438	2.329

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

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2021

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel 4.15 diketahui nilai *Adjust R Square* sebesar 0,438 artinya 43,8% variabel dependen (keputusan pembelian) dijelaskan oleh variabel independen yang terdiri dari harga, kualitas produk, dan promosi. Sedangkan sisanya sebesar 56,2% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.