

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### A. Deskripsi Lokasi Penelitian

CV. Cakra Surya Nusantara adalah perusahaan madu yang terletak di Kota Kediri, tepatnya di Perum KBN, Jl. Anggraini Raya No. 7, Sukorame, Kec. Mojoroto, Kediri. Perusahaan ini sedang berkembang dan sudah memiliki banyak pelanggan di berbagai daerah khususnya Kediri, Tulungagung dan Nganjuk. CV. Cakra Surya Nusantara adalah usaha yang dibangun berdasarkan kepedulian terhadap ekosistem lebah yang semakin hari semakin berkurang karena telah berganti fungsi hutan, dengan mengenalkan wisata edukasi dan proses panen madu secara langsung, maka akan membantu ekonomi peternak dan masyarakat sekitar lereng.

#### B. Deskripsi Responden

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen CV. Cakra Surya Nusantara yang ada di wilayah Tulungagung yang berjumlah 50 orang. Adapun karakteristik responden dapat dijabarkan sebagai berikut:

##### 1. Jenis kelamin responden

Adapun data responden berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.1**  
**Jenis Kelamin Responden**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	22	45,1%
2	Perempuan	28	54,9%
Total		50	100%

*Sumber: Tabel dioalah Peneliti, 2021*

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki adalah 45,1%, sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 54,9% yang artinya jumlah responden perempuan lebih besar daripada responden laki-laki.

## 2. Usia responden

Di bawah ini adalah data responden berdasarkan usia seperti berikut ini:

**Tabel 4.2**  
**Usia Responden**

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	15-20 Tahun	8	15,7%
2	21-23 Tahun	18	35,3%
3	24-30 Tahun	15	29,5%
4	>30 Tahun	9	19,5%
Total		50	100%

*Sumber: Tabel dioalah Peneliti, 2021*

## C. Analisis Deskripsi Variabel

Analisis deskriptif dilakukan berdasarkan 4 (empat) variabel yaitu kualitas produk, harga, kepercayaan, dan promosi yang berguna untuk mengetahui gambaran dari data yang didapatkan setelah penyebaran kuisisioner. Di bawah ini paparan hasil analisis deskriptif dari jawaban responden yang telah telah diperoleh adalah seperti berikut:

**Tabel 4.3**  
**Hasil Analisis Deskriptif**

Item	Frakuensi Jawaban					Rata-rata
	Sangat setuju (5)	Setuju (4)	Netral (3)	Tidak Setuju (2)	Sangat Tidak Setuju (1)	
X1.1	33	15	2	0	0	4,5
X1.2	18	30	2	0	0	5
X1.3	22	24	4	0	0	4,5
X1.4	16	25	8	1	0	4,5
X1.5	20	22	8	0	0	4,5
X1.6	14	32	3	1	0	5
X1.7	23	21	4	2	0	4
X1.8	19	27	3	1	0	4,5
X2.1	28	15	6	1	0	5
X2.2	12	28	9	0	1	3
X2.3	21	23	6	0	0	5
X2.4	10	34	5	1	0	4,5
X2.5	24	16	8	2	0	5
X2.6	12	33	4	1	0	4,5
X2.7	20	23	6	1	0	4,5
X2.8	12	27	9	2	0	4,5
X3.1	31	13	5	1	0	4,5
X3.2	10	33	7	0	0	5
X3.3	29	18	3	0	0	5
X3.4	16	30	4	0	0	4,5
X3.5	24	20	6	0	0	4,5
X3.6	11	30	8	1	0	3
X4.1	28	18	3	0	1	5

X4.2	10	31	8	1	0	3,5
X4.3	20	22	7	1	0	4,5
X4.4	18	25	7	0	0	5
X4.5	25	18	6	1	0	5
X4.6	16	25	8	1	0	4,5
X4.7	18	22	9	1	0	4,5
X4.8	18	25	6	1	0	5
X4.9	20	24	5	1	0	4,5
X4.10	16	25	8	1	0	4,5
X5.1	32	13	4	1	0	5
X5.2	11	27	12	0	0	4
X5.3	24	20	6	0	0	3,5
X5.4	15	28	7	0	0	5
X5.5	20	20	9	1	0	3
X5.6	10	35	4	1	0	3,5
X5.7	22	20	7	1	0	4,5
X5.8	18	27	3	2	0	5
X5.9	23	20	5	2	0	5
X5.10	13	28	9	0	0	4,5
Jumlah Per Kategori	802	3.685	253	31	2	188
Total	4.773					

Sumber: Tabel dioalah Peneliti, 2021

Berdasarkan tabel diatas menjelaskan bahwa 802 responden memilih kategori 5 (sangat setuju), 3.685 responden memilih kategori 4 (setuju), 253 responden memilih kategori 3 (netral), 31 responden memilih kategori 2 (tidak

setuju), dan 2 responden memilih kategori 1 (sangat tidak setuju). Kategori yang banyak dipilih oleh responden adalah 4 (setuju) dan 5 (sangat setuju).

#### D. Pengujian Hipotesis

##### 1. Uji Validitas

Uji validitas diterapkan untuk mengukur valid atau tidaknya butir-butir pertanyaan ataupun pernyataan sebelum digunakan sebagai bahan penelitian. Valid atau tidaknya item-item pernyataan tersebut ditentukan dengan cara membandingkan  $r$  tabel dengan  $r$  hitung. Jika  $r$  hitung lebih besar daripada  $r$  tabel maka item-item tersebut dapat dinyatakan valid dan bisa digunakan sebagai bahan penelitian. Dalam penelitian ini, nilai signifikansi yang digunakan sebesar 5% dan  $N=50$ , maka  $df = 50 - 2 = 48$ . Sehingga nilai  $r$  tabelnya adalah sebesar 0,279. Hasil dari perhitungan uji validitas dapat dilihat adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
Kualitas Produk ( $X_1$ )	X <sub>1.1</sub>	0,688	0,279	Valid
	X <sub>1.2</sub>	0,396	0,279	Valid
	X <sub>1.3</sub>	0,581	0,279	Valid
	X <sub>1.4</sub>	0,703	0,279	Valid
	X <sub>1.5</sub>	0,611	0,279	Valid
	X <sub>1.6</sub>	0,664	0,279	Valid
	X <sub>1.7</sub>	0,706	0,279	Valid
	X <sub>1.8</sub>	0,683	0,279	Valid
Harga ( $X_2$ )	X <sub>2.1</sub>	0,720	0,279	Valid

	X <sub>2.2</sub>	0,343	0,279	Valid
	X <sub>2.3</sub>	0,728	0,279	Valid
	X <sub>2.4</sub>	0,729	0,279	Valid
	X <sub>2.5</sub>	0,810	0,279	Valid
	X <sub>2.6</sub>	0,541	0,279	Valid
	X <sub>2.7</sub>	0,764	0,279	Valid
	X <sub>2.8</sub>	0,734	0,279	Valid
Kepercayaan (X <sub>3</sub> )	X <sub>3.1</sub>	0,833	0,279	Valid
	X <sub>3.2</sub>	0,700	0,279	Valid
	X <sub>3.3</sub>	0,702	0,279	Valid
	X <sub>3.4</sub>	0,573	0,279	Valid
	X <sub>3.5</sub>	0,676	0,279	Valid
	X <sub>3.6</sub>	0,712	0,279	Valid
Promosi (X <sub>4</sub> )	X <sub>4.1</sub>	0,881	0,279	Valid
	X <sub>4.2</sub>	0,627	0,279	Valid
	X <sub>4.3</sub>	0,760	0,279	Valid
	X <sub>4.4</sub>	0,488	0,279	Valid
	X <sub>4.5</sub>	0,698	0,279	Valid
	X <sub>4.6</sub>	0,728	0,279	Valid
	X <sub>4.7</sub>	0,754	0,279	Valid
	X <sub>4.8</sub>	0,758	0,279	Valid
	X <sub>4.9</sub>	0,777	0,279	Valid
	X <sub>4.10</sub>	0,524	0,279	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y.1	0,830	0,279	Valid
	Y.2	0,554	0,279	Valid
	Y.3	0,675	0,279	Valid
	Y.4	0,621	0,279	Valid

	Y.5	0,673	0,279	Valid
	Y.6	0,687	0,279	Valid
	Y.7	0,706	0,279	Valid
	Y.8	0,688	0,279	Valid
	Y.9	0,719	0,279	Valid
	Y.10	0,514	0,279	Valid

Sumber: Tabel dioalah Peneliti, 2021

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai  $r$  hitung dari seluruh item pernyataan lebih dari  $r$  tabel. Sehingga seluruh item pernyataan pada tiap-tiap variabel, yaitu variabel kualitas produk, harga, kepercayaan, promosi, dan keputusan pembelian adalah valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas diterapkan untuk mengetahui konsistensi para responden dalam menjawab setiap item pernyataan dari tiap-tiap variabel. Item-item pernyataan dikatakan reliabel ketika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6. Hasil output uji reliabilitas pada tiap-tiap variabel adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Nilai <i>Cornbach's Alpha</i>
Kualitas Produk (X1)	0,784
Harga (X2)	0,824
Kepercayaan (X3)	0,794
Promosi (X4)	0,886
Keputusan Pembelian (Y)	0,861

Sumber: Tabel dioalah Peneliti, 2021

Dari tabel diatas Dapat diketahui bahwa seluruh variabel penelitian yaitu variabel kualitas produk, harga, kepercayaan, promosi, dan

keputusan pembelian memiliki nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel adalah reliabel.

### **3. Uji Normalitas**

Penyebaran data didistribusikan secara normal ataukah tidak, dapat diketahui melalui uji normalitas. Pendistribusian data normal ketika output nilai Sig. lebih dari 0,05. Pengujian ini dilakukan terhadap serangkaian residual untuk mengetahui apakah populasi residual berdistribusi normal atau tidak.. Pengolahan uji ini menggunakan aplikasi SPSS versi 21 dengan metode Kolmogorov Smirnov. Jika nilai Sig. atau signifikansi atau nilai probabilitas lebih dari 0,05 (nilai Sig.  $\geq$  0,05) maka residual berdistribusi normal. Dari hasil perhitungan uji normalitas residual dapat diketahui nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,355 sehingga dapat diartikan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) lebih besar dari 0,05 maka kesimpulannya residual dalam penelitian ini berdistribusi normal.

### **4. Uji Asumsi Klasik**

#### **a. Uji Multikolinearitas**

Pengujian multikolinieritas digunakan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Pengolahan uji ini menggunakan aplikasi SPSS versi 21 dengan uji regresi. Jika nilai VIF  $\leq$  10 atau memiliki tolerance  $\geq$  0,1, maka dikatakan tidak terdapat masalah



multikolinieritas dalam model regresi. Berikut ini adalah hasil perhitungan uji multikolinieritas yang disajikan pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Variabel	VIF	Keterangan
Kualitas Produk	3,489	Tidak terjadi gejala multikolinieritas
Harga	4,487	Tidak terjadi gejala multikolinieritas
Kepercayaan	3,592	Tidak terjadi gejala multikolinieritas
Promosi	2,972	Tidak terjadi gejala multikolinieritas

*Sumber: Tabel diolah Peneliti, 2021*

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas pada semua variabel yang digunakan karena nilai VIF  $\leq 10$ .

b. Uji Heterokedastisitas

Pengujian ini digunakan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu ke pengamatan-pengamatan yang lain. Pengolahan uji heteroskedastisitas menggunakan aplikasi SPSS versi 21 dengan uji Glejser. Jika nilai probabilitasnya memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Berikut adalah hasil uji heteroskedastisitas yang disajikan pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas (1)**

Variabel	Sig	Keterangan
Kualitas Produk	0,204	Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas

Harga	0,000	Terjadi gejala heteroskedastisitas
Kepercayaan	0,078	Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
Promosi	0,881	Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas

*Sumber: Tabel dioalah Peneliti, 2021*

Berdasarkan pada tabel tersebut menunjukkan ada salah satu dari keempat variabel yang mengalami gejala heteroskedastisitas yaitu variabel harga karena nilai Sig. kurang dari 0,05. Maka diperlukan pengujian lagi dengan melakukan transformasi ke logaritma natulal (Ln) agar terbebas dari gejala heteroskedastisitas. Di bawah ini adalah hasil uji heteroskedastisitas setelah dilakukan transformasi Ln:

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas (2)**

Variabel	Sig	Keterangan
Kualitas Produk	0,628	Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
Harga	0,063	Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
Kepercayaan	0,676	Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
Promosi	0,976	Tidak terjadi gejala heteroskedastisitas

*Sumber: Tabel dioalah Peneliti, 2021*

Berdasarkan pada tabel di atas menunjukkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas lagi pada keempat variabel yang digunakan karena nilai Sig. lebih dari 0,05.

## 5. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh atau kekuatan hubungan antara variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2), Kepercayaan (X3), dan Promosi (X4) terhadap

Keputusan Pembelian (Y). Sehingga dapat diketahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Hasil uji analisis regresi linier berganda dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 4.9**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

	<b>Unstandardized Coefficients B</b>
Konstanta	-1,356
Kualitas Produk	0,264
Harga	0,176
Kepercayaan	0,103
Promosi	0,575

*Sumber: Tabel dioalah Peneliti, 2021*

Berdasarkan hasil uji analisis regresi linier berganda pada tabel diatas , diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

$$Y = - 1,356 + 0,264X_1 + 0,176X_2 + 0,103X_3 + 0,575X_4$$

Keterangan:

a. Konstanta (a)

Nilai konstanta sebesar -1,356 menyatakan bahwa jika variabel kualitas produk, harga, kepercayaan, dan promosi dalam keadaan tetap atau konstan maka nilai keputusan pembelian produk madu Arrayana sebesar -1,356.

b. Koefisien regresi kualitas produk (X1)

Koefisien regresi kualitas produk (X1) sebesar 0,264 dan mempunyai nilai koefisien yang positif. Hal ini dapat diartikan bahwa

setiap penambahan satu satuan pada variabel kualitas produk maka akan berpengaruh meningkatkan keputusan pembelian produk madu Arrayana sebesar 0,264.

c. Koefisien regresi harga (X2)

Koefisien regresi harga (X2) sebesar 0,176 dan mempunyai nilai koefisien yang positif. Hal ini dapat diartikan bahwa setiap penambahan satu satuan pada variabel harga maka akan berpengaruh meningkatkan keputusan pembelian produk madu Arrayana sebesar 0,176.

d. Koefisien regresi kepercayaan (X3)

Koefisien regresi kepercayaan (X3) sebesar 0,103 dan mempunyai nilai koefisien yang positif. Hal ini dapat diartikan bahwa setiap penambahan satu satuan pada variabel kepercayaan maka akan berpengaruh meningkatkan keputusan pembelian madu Arrayana sebesar 0,103.

e. Koefisien regresi promosi (X4)

Koefisien regresi promosi (X4) sebesar 0,575 dan mempunyai nilai koefisien yang positif. Hal ini dapat diartikan bahwa setiap penambahan satu satuan pada variabel promosi maka akan berpengaruh meningkatkan keputusan pembelian produk madu Arrayana sebesar 0,575.

## 6. Uji Hipotesis

### a. Uji Parsial atau Uji t

Pengujian t-test digunakan untuk mengetahui apakah rata-rata sebuah sampel sudah bisa mewakili populasinya. Uji t dapat menunjukkan apakah variabel bebas (kualitas produk, harga, kepercayaan, dan promosi) berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat (keputusan pembelian). Pada t tabel dengan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) = 5% maka  $df_{n-k} = df_{50-4} = 46$ , maka nilai t tabel sebesar 2,012. Berikut ini adalah hasil uji t yang disajikan pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji t**

Variabel	t hitung	t tabel	Sig	keteranganm
Kualitas Produk	3,283	2,012	0,002	Signifikan
Harga	2,246	2,012	0,030	Signifikan
Kepercayaan	2,204	2,012	0,033	Signifikan
Promosi	8,076	2,012	0,000	Signifikan

*Sumber: Tabel dioalah Peneliti, 2021*

#### a) Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian madu

Dari tabel diatas untuk menguji signifikansi kualitas produk terhadap keputusan pembelian madu, yaitu sebagai berikut:

$H_0$  = Tidak ada pengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian madu.

$H_1$  = Ada pengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian madu.

Dalam tabel *Coefficients* diperoleh nilai Sig sebesar 0,002 dibandingkan dengan taraf signifikansi ( $\alpha = 5\%$ ), 0,05 maka: Sig  $\alpha$   $0,002 < 0,05$

Karena nilai Sig  $< \alpha$  maka dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak, yang berarti ada pengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian madu.

**b) Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian madu**

Dari tabel diatas untuk menguji signifikansi harga terhadap keputusan pembelian madu, yaitu sebagai berikut:

H0 = Tidak ada pengaruh signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian madu.

H1 = Ada pengaruh signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian madu.

Dalam tabel *Coefficients* diperoleh nilai Sig sebesar 0,030 dibandingkan dengan taraf signifikansi ( $\alpha = 5\%$ ), 0,05 maka: Sig  $\alpha$   $0,030 < 0,05$

Karena nilai Sig  $< \alpha$  maka dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak, yang berarti ada pengaruh signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian madu.

**c) Pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian madu**

Dari tabel diatas untuk menguji signifikansi kepercayaan terhadap keputusan pembelian madu, yaitu sebagai berikut:

H0 = Tidak ada pengaruh signifikan antara kepercayaan terhadap keputusan pembelian madu.

H1 = Ada pengaruh signifikan antara kepercayaan terhadap keputusan pembelian madu.

Dalam tabel *Coefficients* diperoleh nilai Sig sebesar 0,033 dibandingkan dengan taraf signifikansi ( $\alpha = 5\%$ ), 0,05 maka: Sig  $\alpha$   $0,033 < 0,05$

Karena nilai Sig  $< \alpha$  maka dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak, yang berarti ada pengaruh signifikan antara kepercayaan terhadap keputusan pembelian madu.

#### **d) Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian madu**

Dari tabel diatas untuk menguji signifikansi promosi terhadap keputusan pembelian madu, yaitu sebagai berikut:

H0 = Tidak ada pengaruh signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian madu.

H1 = Ada pengaruh signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian madu.

Dalam tabel *Coefficients* diperoleh nilai Sig sebesar 0,000 dibandingkan dengan taraf signifikansi ( $\alpha = 5\%$ ), 0,05 maka: Sig  $\alpha$   $0,000 < 0,05$

Karena nilai Sig  $< \alpha$  maka dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak, yang berarti ada pengaruh signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian madu.

### b. Uji Simultan atau Uji F

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui apakah ada hubungan secara simultan atau bersama-sama variabel bebas (kualitas produk, harga, kepercayaan, dan promosi) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian). Pada F tabel diketahui  $df_{k-1} = 3$  dan  $df_{n-k} = 46$ , maka nilai F tabel sebesar 2,807. Di mana kriteria pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

1. Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau nilai signifikansi uji F  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima, artinya variabel-variabel bebas secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.
2. Jika  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  atau nilai signifikansi  $\leq 0,05$  maka  $H_0$  ditolak, artinya variabel-variabel bebas secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat.

Berikut ini adalah hasil uji F yang disajikan pada tabel di bawah ini:

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji F**

Variabel	$F_{hitung}$	Sig.
Kualitas Produk, Harga, Kepercayaan, dan Promosi	128,180	0,000

*Sumber: Tabel dioalah Peneliti, 2021*

Berdasarkan hasil uji Anova pada tabel tersebut dapat diketahui  $F_{hitung} = 128,180 \geq 2,807 = F_{tabel}$  yaitu dengan nilai Sig. =  $0,000 \leq 0,05 = \alpha$ , sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Maka kesimpulannya menunjukkan bahwa variabel bebas (kualitas produk, harga,



kepercayaan, dan promosi) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian madu Arrayana.

#### **7. Uji Koefisien Determinan ( $R^2$ )**

Pengujian ini digunakan untuk menghitung keeratan hubungan variabel kualitas produk, harga, kepercayaan, dan promosi yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian madu Arrayana. Dimana kriteria pengambilan keputusannya adalah:

- a. Jika  $K_d$  mendeteksi nol, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen lemah.
- b. Jika  $K_d$  mendeteksi satu, maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen kuat.

Hasil perhitungan dengan bantuan software SPSS diperoleh nilai  $R$  *Square* sebesar sebesar 0,919. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel bebas yaitu kualitas produk, harga, kepercayaan, dan promosi berkontribusi bersama-sama sebesar 91,9% keputusan pembelian madu Arrayana. Sedangkan 8,1% sisanya dipengaruhi faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.