

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### A. Deskripsi Objek Penelitian

##### 1. Gambaran Umum PT. Gemilang Logam

Gemilang Logam berdiri sejak tahun 2005 oleh Bapak Yoyon. Sebelum menjadi nama Gemilang Logam, perusahaan ini dulunya berkecimpung di perdagangan logam (stainlees, plat, galvalume, dll). Selain itu, pemilik juga menimbun rongsokan/limbah stenlis/plat dari berbagai perusahaan alat dapur yang ada di Desa Ngunut. Setelah beberapa tahun merintis usaha, akhirnya pemilik perusahaan ini memberikan nama dengan sebutan UD. Gemilang Logam. Karena pada saat itu masih jual-beli logam dan hanya menjual kembali rongsokan/limbah yang telah ditimbun ke pabrik besar yang ada di Mojokerto.

Setelah beberapa tahun kemudian, dengan adanya motivasi dan dorongan dari luar, pemilik perusahaan ini mencoba memproduksi alat dapur sendiri. Karena menurut pemilik, mulai dari bahan baku sampai rongsokan/limbah dari bahan logam ini selalu menghasilkan keuntungan. Berawal dari coba-coba, ternyata pemilik berhasil menembus berbagai segmentasi pasar. Baik dari kalangan bawah, menengah, maupun atas. Penawaran yang dilakukan pemilik dulu pun menggunakan sistem *face to face* dan pemilik terjun langsung ke lapangan (pasar) untuk melihat situasi dan kondisi. Setelah melalui proses demi proses, pemilik akhirnya memetik hasil jerih payah yang dilakukan dan mendapatkan hasil yang memuaskan.

Produk tersebut di kenal oleh masyarakat luas. Sehingga pemilik berusaha melegalkan status perusahaan menjadi PT. Gemilang Logam.

Melalui proses yang cukup panjang, produk-produk yang diproduksi menjadi berbagai macam alat dapur, contohnya seperti: serok, sotel, irus, tungku kompor, asbak, parut, dan panggangan ikan. Produk dari PT. Gemilang Logam ini sudah disebarluaskan di Pulau Jawa, bahkan distributor juga mampu menjual produk dari PT. Gemilang Logam sampai ke Lampung, Bali, Kalimantan, dan Nusa Tenggara. Produk tersebut cepat meluas karena alat dapur merupakan kebutuhan pelengkap yang dibutuhkan rumah tangga untuk melengkapi kebutuhan dapurnya. Kualitas yang disajikan pun tidak asal-asalan. Sehingga dari tahun ke tahun usaha yang dirintis pemilik tersebut mampu mempertahankan eksistensinya.<sup>69</sup>

## **2. Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan**

### **a. Visi**

Visi dari PT. Gemilang Logam Tulungagung adalah menjadi produsen dan distributor alat dapur yang berkualitas dan mampu bertahan menghadapi persaingan bisnis serupa.

### **b. Misi**

- 1) Mampu menciptakan lapangan kerja.
- 2) Memproduksi barang yang berkualitas.
- 3) Mengutamakan pelayanan.

---

<sup>69</sup> Wawancara dengan Bapak Yoyon selaku pemilik PT. Gemilang Logam Tulungagung. Pada 18 Januari 2022 pukul 10.30

### c. Tujuan

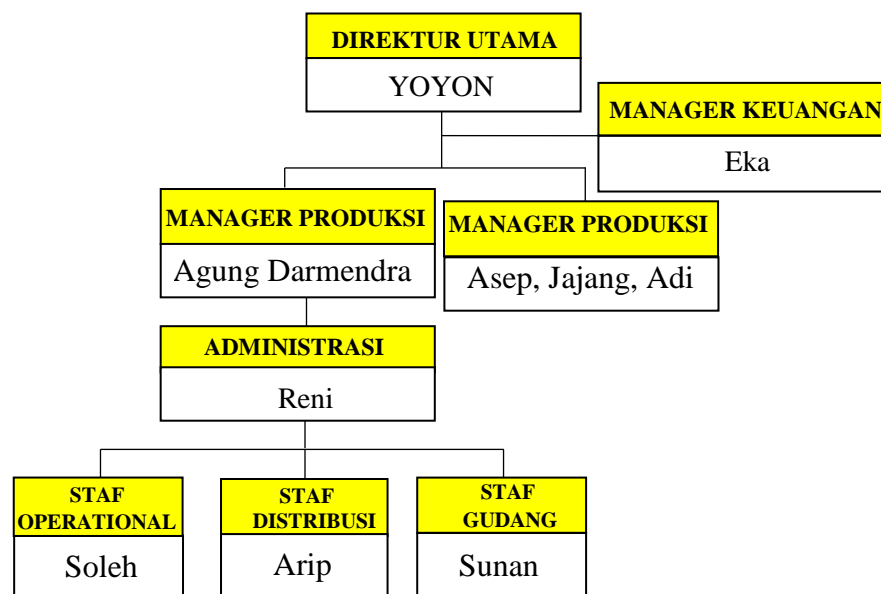
- 1) Untuk memberikan lapangan kerja bagi masyarakat lingkungan sekitar agar mempunyai kesibukan dan penghasilan tetap.
- 2) Menghindari angka kejahatan yang disebabkan adanya pengangguran di sekitar.
- 3) Membantu perekonomian warga.
- 4) Bagi pemilik, dari keuntungan produksi tersebut diharapkan mampu untuk menunjang kebutuhan untuk bertahan hidup.

### 3. Struktur Organisasi dan Lokasi PT. Gemilang Logam Tulungagung

#### a. Struktur Organisasi PT. Gemilang Logam Tulungagung

Berikut merupakan struktur organisasi dan susunan kepengurusan beserta nama-nama pengelola PT. Gemilang Logam Tulungagung:

**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi PT. Gemilang Logam Tulungagung**



Sumber: Data PT. Gemilang Logam Tulungagung

### b. Lokasi PT. Gemilang Logam Tulungagung

Lokasi PT. Gemilang Logam Tulungagung beralamat di Jalan Raya Pulosari RT/RW 001/002, Lingkungan 2, Dusun Karang Tengah, Desa Pulosari, Kecamatan Ngunut, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur, Indonesia. Telepon 0812-5970-5555.

## B. Deskripsi Karakteristik Responden

Karakteristik responden digunakan untuk mempermudah dalam mengidentifikasi responden dalam penelitian, maka diperlukan gambaran mengenai karakteristik responden. Adapun gambaran karakteristik responden dalam penelitian ini adalah:

### 1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin responden dari konsumen PT Gemilang Logam Tulungagung adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin di PT.**  
**Gemilang Logam Tulungagung**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	37	62%
2	Perempuan	23	38%
	<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan keterangan dari tabel 4.1 diatas, diketahui jenis kelamin dari konsumen PT. Gemilang Logam Tulungagung yang diambil sebagai responden menunjukkan bahwa jumlah responden laki-laki lebih banyak dibanding responden perempuan dengan selisih sebesar 24%.

Jumlah responden berjenis kelamin laki-laki sebesar 37 orang atau 62%, sedangkan sisanya sebesar 23 orang atau 38% adalah responden berjenis kelamin perempuan.

## 2. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Adapun data mengenai pendidikan terakhir responden dari konsumen PT. Gemilang Logam Tulungagung adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir di PT.**  
**Gemilang Logam Tulungagung**

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
1	SD	2	3%
2	SMP	9	15%
3	SMA	25	42%
4	Diploma	7	11%
5	S1	13	22%
6	Pasca Sarjana	4	7%
	<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan keterangan dari tabel 4.2 diatas, diketahui bahwa dari konsumen PT. Gemilang Logam Tulungagung dengan pendidikan terakhir SD sebanyak 2 orang atau 3%, pendidikan terakhir SMP sebanyak 9 orang atau 15%, pendidikan terakhir SMA sebanyak 25 orang atau 42%, pendidikan terakhir Diploma sebanyak 7 orang atau 11%, pendidikan terakhir S1 sebanyak 13 orang atau 22% dan Pendidikan terakhir Pasca Sarjana sebanyak 4 orang atau 7%.

## 3. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Adapun data mengenai pendidikan terakhir responden dari konsumen PT Gemilang Logam Tulungagung adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan di PT.**  
**Gemilang Logam Tulungagung**

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
1	TNI/POLRI	3	5%
2	Pedagang	18	30%
3	Peternak	3	5%
4	PNS	4	7%
5	Pegawai Swasta	6	10%
6	Lain-lain	2	3%
	<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan keterangan dari tabel 4.3 diatas, diketahui bahwa responden konsumen PT. Gemilang Logam Tulungagung dengan pekerjaan sebagai TNI/POLRI sebanyak 3 orang atau 5%, jenis pekerjaan sebagai pedagang sebanyak 18 orang atau 30%, jenis pekerjaan sebagai peternak sebanyak 3 orang atau 5%, jenis pekerjaan sebagai PNS sebanyak 4 orang atau 7%, jenis pekerjaan sebagai pegawai swasta sebanyak 6 orang atau 10%, dan jenis pekerjaan lain-lain sebanyak 2 orang atau 3%.

### C. Deskripsi Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdiri dari 3 variabel bebas yaitu kualitas produk (X1), harga (X2), dan kualitas pelayanan (X3) serta 1 variabel terikat minat beli konsumen (Y). Berdasarkan hasil dari angket yang telah peneliti sebarakan sebanyak 60 responden dari PT. Gemilang Logam Tulungagung yang terdiri dari 20 item pernyataan dan dibagi menjadi 4 kategori yaitu:

1. 5 (lima) pernyataan digunakan untuk mengukur kualitas produk (X1).
2. 5 (lima) pernyataan digunakan untuk mengukur harga (X2).
3. 5 (lima) pernyataan digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan (X3).

4. 5 (lima) pernyataan digunakan untuk mengukur minat beli konsumen (Y).

Hasil yang diperoleh dari jawaban responden sebagaimana dipaparkan pada tabel berikut ini:

### 1. Kualitas Produk (X1)

**Tabel 4.4**  
**Data Deskripsi Frekuensi Variabel Kualitas Produk**  
**PT. Gemilang Logam Tulungagung**

Item	Skor Jawaban										Jumlah	
	5 (SS)		4 (S)		3 (N)		2 (TS)		1 (STS)			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
X1.1	22	37%	37	61%	1	2%	0	0%	0	0%	60	100%
X1.2	25	42%	27	45%	8	13%	0	0%	0	0%	60	100%
X1.3	25	42%	31	52%	4	6%	0	0%	0	0%	60	100%
X1.4	24	40%	31	52%	5	8%	0	0%	0	0%	60	100%
X1.5	25	42%	31	52%	4	6%	0	0%	0	0%	60	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan keterangan tabel diatas menunjukkan bahwa dari variabel kualitas produk pada item pernyataan pertama (X1.1) menunjukkan bahwa responden menyatakan jawaban setuju yaitu sebanyak 37 responden atau 61%. Sedangkan jawaban sangat setuju sebanyak 22 responden atau 37%, dan jawaban netral sebanyak 1 responden atau 2%, serta jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju responden tidak ada yang memilih jawaban tersebut.

Berdasarkan keterangan tabel diatas menunjukkan bahwa dari variabel kualitas produk pada item pernyataan kedua (X1.2) menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan jawaban setuju yaitu sebanyak 27

responden atau 45%. Sedangkan sisanya jawaban sangat setuju sebanyak 25 responden atau 42%, dan jawaban netral sebanyak 8 responden atau 13%, serta jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju responden tidak ada yang memilih jawaban tersebut.

Berdasarkan keterangan tabel diatas menunjukkan bahwa dari variabel kualitas produk pada item pernyataan ketiga (X1.3) menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan jawaban setuju yaitu sebanyak 31 responden atau 52%. Sedangkan sisanya jawaban sangat setuju sebanyak 25 responden atau 42%, dan jawaban netral sebanyak 4 responden atau 6%, serta jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju responden tidak ada yang memilih jawaban tersebut.

Berdasarkan keterangan tabel diatas menunjukkan bahwa dari variabel kualitas produk pada item pernyataan keempat (X1.4) menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan jawaban setuju yaitu sebanyak 31 responden atau 52%. Sedangkan sisanya jawaban sangat setuju sebanyak 24 responden atau 40%, dan jawaban netral sebanyak 5 responden atau 8%, serta jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju responden tidak ada yang memilih jawaban tersebut.

Berdasarkan keterangan tabel diatas menunjukkan bahwa dari variabel kualitas produk pada item pernyataan kelima (X1.5) menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan jawaban setuju yaitu sebanyak 31 responden atau 52%. Sedangkan sisanya jawaban sangat setuju sebanyak 25 responden atau 42%, dan jawaban netral sebanyak 4 responden atau 6%,



serta jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju responden tidak ada yang memilih jawaban tersebut.

## 2. Harga (X2)

**Tabel 4.5**  
**Data Deskripsi Frekuensi Variabel Harga**  
**PT. Gemilang Logam Tulungagung**

Item	Skor Jawaban										Jumlah	
	5 (SS)		4 (S)		3 (N)		2 (TS)		1 (STS)			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
X2.1	19	31%	31	52%	9	15%	1	2%	0	0%	60	100%
X2.2	21	35%	31	52%	7	11%	1	2%	0	0%	60	100%
X2.3	21	35%	34	57%	5	8%	0	0%	0	0%	60	100%
X2.4	20	33%	34	57%	6	10%	0	0%	0	0%	60	100%
X2.5	25	42%	29	48%	5	8%	1	2%	0	0%	60	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan keterangan tabel diatas menunjukkan bahwa dari variabel harga pada item pernyataan pertama (X2.1) menunjukkan bahwa responden menyatakan jawaban setuju yaitu sebanyak 31 responden atau 52%. Sedangkan jawaban sangat setuju sebanyak 19 responden atau 31%, dan jawaban netral sebanyak 9 responden atau 15%, serta jawaban tidak setuju sebanyak 1 responden atau 2% dan jawaban sangat tidak setuju responden tidak ada yang memilih jawaban tersebut.

Berdasarkan keterangan tabel diatas menunjukkan bahwa dari variabel harga pada item pernyataan kedua (X2.2) menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan jawaban setuju yaitu sebanyak 31 responden atau 52%. Sedangkan sisanya jawaban sangat setuju sebanyak 21 responden atau 35%, dan jawaban netral sebanyak 7 responden atau 11%, serta jawaban

tidak setuju sebanyak 1 responden atau 2% dan jawaban sangat tidak setuju responden tidak ada yang memilih jawaban tersebut.

Berdasarkan keterangan tabel diatas menunjukkan bahwa dari variabel harga pada item pernyataan ketiga (X2.3) menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan jawaban setuju yaitu sebanyak 34 responden atau 57%. Sedangkan sisanya jawaban sangat setuju sebanyak 21 responden atau 35%, dan jawaban netral sebanyak 5 responden atau 8%, serta jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju responden tidak ada yang memilih jawaban tersebut.

Berdasarkan keterangan tabel diatas menunjukkan bahwa dari variabel harga pada item pernyataan keempat (X2.4) menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan jawaban setuju yaitu sebanyak 34 responden atau 57%. Sedangkan sisanya jawaban sangat setuju sebanyak 20 responden atau 33%, dan jawaban netral sebanyak 6 responden atau 10%, serta jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju responden tidak ada yang memilih jawaban tersebut.

Berdasarkan keterangan tabel diatas menunjukkan bahwa dari variabel harga pada item pernyataan kelima (X2.5) menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan jawaban setuju yaitu sebanyak 29 responden atau 48%. Sedangkan sisanya jawaban sangat setuju sebanyak 25 responden atau 42%, dan jawaban netral sebanyak 5 responden atau 8%, serta jawaban tidak setuju sebanyak 1 responden atau 2% dan jawaban sangat tidak setuju responden tidak ada yang memilih jawaban tersebut.

### 3. Kualitas Pelayanan (X3)

**Tabel 4.6**  
**Data Deskripsi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan**  
**PT. Gemilang Logam Tulungagung**

Item	Skor Jawaban										Jumlah	
	5 (SS)		4 (S)		3 (N)		2 (TS)		1 (STS)			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
X3.1	32	53%	27	45%	1	2%	0	0%	0	0%	60	100%
X3.2	32	53%	28	47%	0	0%	0	0%	0	0%	60	100%
X3.3	33	55%	25	42%	2	3%	0	0%	0	0%	60	100%
X3.4	26	43%	33	55%	1	2%	0	0%	0	0%	60	100%
X3.5	27	45%	30	50%	3	5%	0	0%	0	0%	60	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan keterangan tabel diatas menunjukkan bahwa dari variabel kualitas pelayanan pada item pernyataan pertama (X3.1) menunjukkan bahwa responden menyatakan jawaban setuju yaitu sebanyak 27 responden atau 45%. Sedangkan jawaban sangat setuju sebanyak 32 responden atau 53%, dan jawaban netral sebanyak 1 responden atau 2%, serta jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju responden tidak ada yang memilih jawaban tersebut.

Berdasarkan keterangan tabel diatas menunjukkan bahwa dari variabel kualitas pelayanan pada item pernyataan kedua (X3.2) menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan jawaban sangat setuju yaitu sebanyak 32 responden atau 53%. Sedangkan sisanya jawaban setuju sebanyak 28 responden atau 47%, dan jawaban netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju responden tidak ada yang memilih jawaban tersebut.

Berdasarkan keterangan tabel diatas menunjukkan bahwa dari variabel kualitas pelayanan pada item pernyataan ketiga (X3.3) menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan jawaban sangat setuju yaitu sebanyak 33 responden atau 55%. Sedangkan sisanya jawaban setuju sebanyak 25 responden atau 42%, dan jawaban netral sebanyak 2 responden atau 3%, serta jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju responden tidak ada yang memilih jawaban tersebut.

Berdasarkan keterangan tabel diatas menunjukkan bahwa dari variabel kualitas pelayanan pada item pernyataan keempat (X3.4) menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan jawaban setuju yaitu sebanyak 33 responden atau 55%. Sedangkan sisanya jawaban sangat setuju sebanyak 26 responden atau 43%, dan jawaban netral sebanyak 1 responden atau 2%, serta jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju responden tidak ada yang memilih jawaban tersebut.

Berdasarkan keterangan tabel diatas menunjukkan bahwa dari variabel kualitas pelayanan pada item pernyataan kelima (X3.5) menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan jawaban setuju yaitu sebanyak 30 responden atau 50%. Sedangkan sisanya jawaban sangat setuju sebanyak 27 responden atau 45%, dan jawaban netral sebanyak 3 responden atau 5%, serta jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju responden tidak ada yang memilih jawaban tersebut.

#### 4. Minat Beli Konsumen (Y)

**Tabel 4.7**  
**Data Deskripsi Frekuensi Variabel Minat Beli Konsumen**  
**PT. Gemilang Logam Tulungagung**

Item	Skor Jawaban										Jumlah	
	5 (SS)		4 (S)		3 (N)		2 (TS)		1 (STS)			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Y1.1	22	37%	35	58%	2	3%	1	2%	0	0%	60	100%
Y1.2	15	25%	42	70%	2	3%	1	2%	0	0%	60	100%
Y1.3	15	25%	43	72%	2	3%	0	0%	0	0%	60	100%
Y1.4	20	33%	37	62%	3	5%	0	0%	0	0%	60	100%
Y1.5	19	31%	40	67%	1	2%	0	0%	0	0%	60	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan keterangan tabel diatas menunjukkan bahwa dari variabel minat beli konsumen pada item pernyataan pertama (Y1.1) menunjukkan bahwa responden menyatakan jawaban setuju yaitu sebanyak 35 responden atau 58%. Sedangkan jawaban sangat setuju sebanyak 22 responden atau 37%, dan jawaban netral sebanyak 2 responden atau 3%, serta jawaban tidak setuju sebanyak 1 responden atau 2% dan jawaban sangat tidak setuju responden tidak ada yang memilih jawaban tersebut.

Berdasarkan keterangan tabel diatas menunjukkan bahwa dari variabel minat beli konsumen pada item pernyataan kedua (Y1.2) menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan jawaban setuju yaitu sebanyak 42 responden atau 70%. Sedangkan sisanya jawaban sangat setuju sebanyak 15 responden atau 25%, dan jawaban netral sebanyak 2 responden atau 3%,

serta jawaban tidak setuju sebanyak 1 responden atau 2% dan jawaban sangat tidak setuju responden tidak ada yang memilih jawaban tersebut.

Berdasarkan keterangan tabel diatas menunjukkan bahwa dari variabel minat beli konsumen pada item pernyataan ketiga (Y1.3) menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan jawaban setuju yaitu sebanyak 43 responden atau 72%. Sedangkan sisanya jawaban sangat setuju sebanyak 15 responden atau 25%, dan jawaban netral sebanyak 2 responden atau 3%, serta jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju responden tidak ada yang memilih jawaban tersebut.

Berdasarkan keterangan tabel diatas menunjukkan bahwa dari variabel minat beli konsumen pada item pernyataan keempat (Y1.4) menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan jawaban setuju yaitu sebanyak 37 responden atau 62%. Sedangkan sisanya jawaban sangat setuju sebanyak 20 responden atau 33%, dan jawaban netral sebanyak 3 responden atau 5%, serta jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju responden tidak ada yang memilih jawaban tersebut.

Berdasarkan keterangan tabel diatas menunjukkan bahwa dari variabel minat beli konsumen pada item pernyataan kelima (Y1.5) menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan jawaban setuju yaitu sebanyak 40 responden atau 67%. Sedangkan sisanya jawaban sangat setuju sebanyak 19 responden atau 31%, dan jawaban netral sebanyak 1 responden atau 2%, serta jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju responden tidak ada yang memilih jawaban tersebut.

## D. Hasil Analisis Data

Penelitian ini, mengkaji tentang “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT. Gemilang Logam Tulungagung”. Pengujian yang dilaksanakan sebagai berikut:

### 1. Uji Kualitas Data

#### a. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur keabsahan suatu angket atau kuesioner atau *Pearson Product Moment Correlation*. Data dapat dinyatakan valid apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Berikut hasil pengujian validitas untuk *degree of freedom* (df) =  $n-2$ , dimana  $n$  adalah jumlah sampel. Pada penelitian ini peneliti mengambil responden sebanyak: 60 responden PT. Gemilang Logam, besarnya df dapat dihitung dengan  $60-2$  atau  $df=58$  dengan alpha 0,1 didapat  $r_{tabel}$  0,2997. Jika  $r_{hitung}$  (untuk tiap-tiap butir pertanyaan dapat dilihat pada kolom *corrected item* pertanyaan total correlation) lebih besar dari  $r_{tabel}$  dan nilai  $r$  positif maka butir pertanyaan tersebut dikatakan valid.

Berikut hasil dari pengujian validitas pada kuesioner yang disebarkan pada konsumen PT. Gemilang Logam Tulungagung.

**Tabel 4.8**  
**Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Angket**

Variabel	Item Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	Item 1	0,400	0,2997	Valid
	Item 2	0,689	0,2997	Valid
	Item 3	0,690	0,2997	Valid
	Item 4	0,617	0,2997	Valid
	Item 5	0,719	0,2997	Valid
Harga (X2)	Item 1	0,801	0,2997	Valid
	Item 2	0,913	0,2997	Valid
	Item 3	0,629	0,2997	Valid
	Item 4	0,885	0,2997	Valid
	Item 5	0,720	0,2997	Valid
Kualitas Pelayanan (X3)	Item 1	0,757	0,2997	Valid
	Item 2	0,379	0,2997	Valid
	Item 3	0,797	0,2997	Valid
	Item 4	0,667	0,2997	Valid
	Item 5	0,748	0,2997	Valid
Minat Beli (Y)	Item 1	0,757	0,2997	Valid
	Item 2	0,795	0,2997	Valid
	Item 3	0,644	0,2997	Valid
	Item 4	0,755	0,2997	Valid
	Item 5	0,593	0,2997	Valid

Sumber: Data Hasil SPSS 26.0, 2022

Berdasarkan tabel diatas, seluruh item yang ada pada kuesioner adalah valid karena nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  yang artinya  $r_{hitung} > 0,2997$ . Dalam penelitian ini berarti semua item pernyataan atau indikator pada kuesioner memenuhi persyaratan validitas serta dinyatakan valid.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan memiliki konsistensi sebagai alat ukur atau tidak.

Kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:



- a. Nilai *Cronbach's Alpha* 0,00 – 0,20 berarti kurang reliabel.
- b. Nilai *Cronbach's Alpha* 0,21 – 0,40 berarti agak reliabel.
- c. Nilai *Cronbach's Alpha* 0,41 – 0,60 berarti cukup reliabel.
- d. Nilai *Cronbach's Alpha* 0,61 – 0,80 berarti reliabel.
- e. Nilai *Cronbach's Alpha* 0,81 – 1,00 berarti sangat reliabel.

**Tabel 4.9**  
**Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas Angket**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Item	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,618	5	Reliabel
Harga (X2)	0,849	5	Sangat Reliabel
Kualitas Pelayanan (X3)	0,701	5	Reliabel
Minat Beli (Y)	0,756	5	Reliabel

Sumber: Data Hasil SPSS 26.0, 2022

Berdasarkan tabel diatas, nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel kualitas produk (X1), harga (X2), kualitas pelayanan (X3) dan variabel minat beli konsumen (Y) diperoleh nilai  $> 0,61$  yang berarti pernyataan dari kuesioner penelitian ini dianggap reliabel. Sedangkan variabel harga (X2) diperoleh nilai  $> 0,81$  yang berarti pernyataan dari kuisioner penelitian ini dianggap sangat reliabel.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas dalam sebuah penelitian dilaksanakan untuk melihat normal atau tidak distribusi data. Apabila data yang dipakai berdistribusi normal maka bisa menggunakan uji statistik berjenis parametric. Sementara itu untuk data yang berdistribusi tidak normal

maka uji yang digunakan yaitu uji nonparametrik. Penelitian ini dalam tahap uji normalitas menggunakan uji *Kolmogrov and Smirnov*, kriteria yang digunakan yaitu:

- 1) *Asymp. Sig (2-tailed)* > 0,1 maka data berdistribusi normal.
- 2) *Asymp. Sig (2-tailed)* < 0,1 maka data berdistribusi tidak normal.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
<b>N</b>	<b>Nilai Sig.</b>	<b>Status</b>
60	0,200	Normal

Sumber: Data Hasil SPSS 26.0, 2022

Berdasarkan tabel 4.8 yang diperoleh dari perhitungan dengan menggunakan software *SPSS 26.0* diketahui nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* 0,200 > 0,1. Maka hasil analisis diketahui telah memenuhi uji prasyarat normalitas, karena data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolonieritas

Pengambilan keputusan dalam uji multikolinieritas dalam penelitian ini dilaksanakan dengan mengacu pada uji beda yang dilaksanakan dengan mencermati pada perbandingan nilai *tolerance* dengan VIF, kriteria yang digunakan yaitu tidak terjadi gejala multikolinieritas jika nilai *tolerance* > 0,100 dan nilai VIF < 10,00.

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Multikolonieritas**

<b>Model</b>	<b>Tolerance</b>	<b>VIF</b>
Kualitas Produk	0,975	1,026
Harga	0,989	1,011
Kualitas Pelayanan	0,986	1,015

Sumber: Data Hasil SPSS 26.0, 2022

Kemudian jika diperbandingkan satu persatu setiap variabel, maka dapat diketahui sebagai berikut:

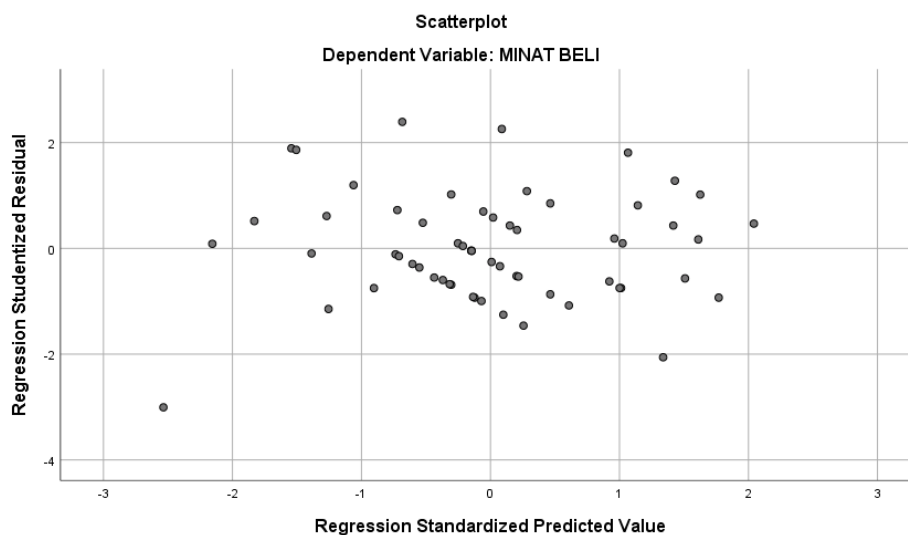
- 1) Kualitas Produk: nilai *tolerance* sebesar  $0,975 > 0,10$  dan nilai VIF  $1,026 < 10,00$ .
- 2) Harga: nilai *tolerance* sebesar  $0,989 > 0,10$  dan nilai VIF  $1,001 < 10,00$ .
- 3) Kualitas Pelayanan: nilai *tolerance* sebesar  $0,986 > 0,10$  dan nilai VIF  $1,015 < 10,00$ .

Maka disimpulkan pada uji multikolinieritas tidak terjadi gejala multikolinieritas berarti telah memenuhi uji prasyarat, karena seluruh variabel independen nilai *tolerance*  $> 0,1$  dan VIF  $< 10$ .

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mengetahui ada suatu tidaknya heteroskedastisitas pada model regresi dapat dilihat dari pola gambar Scatterplot.

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



Sumber: Data Hasil SPSS 26.0, 2022

Berdasarkan hasil pengujian diatas dengan menggunakan grafik scatterplot menunjukkan bahwa pada gambar diatas tidak terbentuk pola tertentu yang jelas serta titik yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi linear berganda pada penelitian ini

### 3. Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier memiliki arti yaitu alat ukur yang dipakai untuk memproyeksikan permintaan pada masa yang akan datang dengan menggunakan data terdahulu, guna melihat pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Uji statistik yang dipakai adalah menggunakan regresi linier berganda. Uji regresi linier berganda dalam sebuah penelitian dilaksanakan untuk mengukur dan mengetahui

besaran pengaruh variabel independent atau variabel bebas yaitu Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) terhadap variabel dependent atau variabel terikat yaitu Minat Beli Konsumen (Y).

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda**

Model	Beta
Konstanta	1,490
Kualitas Produk	0,142
Harga	0,552
Kualitas Pelayanan	0,225

Sumber: Data Hasil SPSS 26.0, 2022

Berdasarkan pada tabel 4.10 diatas, maka dapat disusun model regresi sebagai berikut:

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

$$Y = 1,490 + 0,142 X_1 + 0,552 X_2 + 0,225 X_3 + e$$

Dari persamaan regresi diatas, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta pada tabel *coefficient* sebesar 1,490 menunjukkan bahwa ketika variabel kualitas produk (X1), harga (X2), dan kualitas pelayanan (X3) dalam kondisi konstan atau tetap, maka variabel minat beli konsumen (Y) akan meningkat sebesar 1,490.
- b. Koefisien regresi variabel kualitas produk (X1) sebesar 0,142 menyatakan setiap penambahan 1 satuan pada variabel kualitas

produk (X1) maka meningkatkan minat beli konsumen sebesar 0,412 dengan syarat variabel lain (X2, X3) dianggap konstan.

- c. Koefisien regresi variabel harga (X2) sebesar 0,552 menyatakan setiap penambahan 1 satuan pada variabel harga (X2) maka meningkatkan minat beli konsumen sebesar 0,552 dengan syarat variabel lain (X1, X3) dianggap konstan.
- d. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X3) sebesar 0,225 menyatakan setiap penambahan 1 satuan pada variabel gaya kualitas pelayanan (X3) maka meningkatkan minat beli konsumen sebesar 0,225 dengan syarat variabel lain (X1, X2) dianggap konstan.

#### 4. Uji Hipotesis

Penelitian ini guna menguji hipotesis dilaksanakan dua bentuk uji, yaitu yang pertama uji *F Simultan* dan uji *T Parsial*.

##### a. Uji *F Simultan*

Uji F (simultan) ini dipakai guna mengukur atau melihat hubungan secara simultan variabel independent yakni kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap variabel dependent yakni minat beli konsumen. Kriteria pengambilan keputusan pada uji F yakni dengan membandingkan antara  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  sebagai berikut:

- 1) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak, berarti  $H_a$  diterima.
- 2) Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima, berarti  $H_a$  ditolak.

Selain itu uji F dapat diketahui dengan melihat taraf signifikansi 0,1 ( $\alpha$ : 10%) yaitu:

- 1) Jika nilai Sig < 0,1 maka  $H_0$  ditolak, berarti  $H_a$  diterima.
- 2) Jika nilai Sig > 0,1 maka  $H_0$  diterima, berarti  $H_a$  ditolak.

Nilai  $F_{tabel}$  dicari pada  $F_{tabel}$  dengan patokan signifikansi 10% dan derajat bebas  $df_1 = k$  (jumlah variabel bebas) = 3 (kolom ke 3) dan  $df_2 = n-k-1 = 60-3-1 = 56$  yaitu sebesar 2,18.

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji F Simultan**

<b>F<sub>hitung</sub></b>	<b>Sig.</b>
34,231	0,000

Sumber: Data Hasil SPSS 26.0, 2022

$H_0$  = Variabel kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan secara simultan terhadap minat beli konsumen pada PT. Gemilang Logam Tulungagung.

$H_1$  = Variabel kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap minat beli konsumen pada PT. Gemilang Logam Tulungagung.

Berdasarkan hasil dari uji F diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,1$  maka  $H_0$  ditolak berarti  $H_1$  diterima, karena nilai signifikansi < 0,1. Nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $34,231 > 2,18$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima karena nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$ . Sehingga disimpulkan

secara bersama-sama (simultan) terdapat pengaruh yang positif signifikan antara variabel kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada PT. Gemilang Logam Tulungagung.

b. Uji *T Parsial*

Uji *t* (parsial) digunakan untuk mengetahui hubungan secara parsial antara variabel independen variabel independent yakni kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap variabel dependent minat beli konsumen. Kriteria pengambilan keputusan pada uji *T* yaitu dengan membandingkan antara  $T_{hitung}$  dengan  $T_{tabel}$  sebagai berikut:

- 1) Jika  $T_{hitung} > T_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak, berarti  $H_a$  diterima.
- 2) Jika  $T_{hitung} < T_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima, berarti  $H_a$  ditolak.

Selain itu uji *T* dapat diketahui dengan melihat taraf signifikansi 0,1 ( $\alpha$ : 10%) yaitu:

- 1) Jika nilai Sig  $< 0,1$  maka  $H_0$  ditolak, berarti  $H_a$  diterima.
- 2) Jika nilai Sig  $> 0,1$  maka  $H_0$  diterima, berarti  $H_a$  ditolak.

Nilai  $t_{tabel}$  diperoleh dari *t* tabel dengan taraf signifikan ( $\alpha$ ) sebesar 10% dengan derajat kebebasan ( $df = n - k - 1 = 60 - 3 - 1 = 56$ , adalah sebesar 1,672).



**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji T Parsial**

<b>Model</b>	<b>T</b>	<b>Sig.</b>
Kualitas Produk	1,746	0,086
Harga	9,432	0,000
Kualitas Pelayanan	2,661	0,010

Sumber: Data Hasil SPSS 26.0, 2022

1. Pengaruh kualitas produk (X1) terhadap minat beli konsumen (Y)

$H_0$  = Kualitas produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat beli konsumen pada PT. Gemilang Logam Tulungagung.

$H_1$  = Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada PT. Gemilang Logam Tulungagung.

Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial diperoleh nilai  $t_{hitung}$  kualitas produk (X1) sebesar  $1,764 < 1,672$  ( $t_{hitung} < t_{tabel}$ ) dan nilai Sig  $< 0,10$  yaitu 0,086. Dari hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima artinya variabel kualitas produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada PT. Gemilang Logam Tulungagung.

2. Pengaruh harga (X2) terhadap minat beli konsumen (Y)

$H_0$  = Harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat beli konsumen pada PT. Gemilang Logam Tulungagung.

$H_1$  = Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada PT. Gemilang Logam Tulungagung.

Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial diperoleh nilai  $t_{hitung}$  harga (X2) sebesar  $9,432 > 1,672$  ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ) dan nilai Sig  $< 0,10$  yaitu 0,000. Dari hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima artinya variabel harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan minat beli konsumen pada PT. Gemilang Logam Tulungagung.

3. Pengaruh kualitas pelayanan (X3) terhadap minat beli konsumen (Y)

$H_0$  = Kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap minat beli konsumen pada PT. Gemilang Logam Tulungagung.

$H_1$  = Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada PT. Gemilang Logam Tulungagung.

Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial diperoleh nilai  $t_{hitung}$  kualitas pelayanan (X3) sebesar  $2,661 > 1,672$  ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ) dan nilai Sig  $< 0,10$  yaitu 0,010. Dari hal tersebut dapat

ditarik kesimpulan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima artinya variabel kualitas pelayanan (X3) berpengaruh positif dan signifikan minat beli konsumen pada PT. Gemilang Logam Tulungagung.

## 5. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam mempengaruhi variabel besar kemampuan variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen.  $R^2$  semakin kuat jika mendekati 1, sedangkan  $R^2$  semakin lemah jika mendekati 0. Hasil koefisien determinasi antara kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen pada PT. Gemilang Logam Tulungagung.

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

<i>Adjusted R Square</i>
0,628

Sumber: Data Hasil SPSS 26.0, 2022

Berdasarkan dari hasil pengujian pada table 4.16 dapat diketahui nilai *Adjusted R square* sebesar 0,628. Hal ini menunjukkan 62,8% bahwa minat beli konsumen dipengaruhi oleh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan, sedangkan sisanya sebesar 37,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.