

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. UD. Bintang Lestari Desa Ngunut Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung

UD. Bintang Lestari merupakan perusahaan yang berkiprah di bidang produksi alat-alat dapur, khususnya memproduksi spatula dan parutan kelapa berbahan dasar *stainless steel* yang di miliki oleh Bapak Suprianto dan Ibu Evi Nurmalasari sejak tahun 2007 hingga saat ini. Lokasi perusahaan berada di Gang Family Lingkungan 9 Desa Ngunut Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung Jawa Timur. Usaha ini merupakan usaha secara turun temurun. Dikelola pada tahun 2007 yang di pimpin oleh beliau sendiri yang merupakan generasi kedua setelah orang tua beliau. Peluang usaha industri alat dapur ini memiliki persaingan yang lumayan ketat khususnya masalah harga, karena di desa Ngunut sendiri banyak *home industry* yang memproduksi alat dapur khususnya produk yang sejenis. Oleh karena itu, Bapak Suprianto terus berusaha untuk mempertahankan konsumennya dengan tetap mengandalkan dan menjaga adanya mutu atau kualitas produk yang dihasilkan. Untuk saat ini, karyawan UD. Bintang Lestari berjumlah sekitar 30 orang yang terdiri dari 24 laki-laki di bagian produksi dan 6 wanita di bagian pengemasan. Sejauh ini, UD. Bintang Lestari memiliki

pelanggan tetap di daerah Malang, Sragen, Madiun, dan Surabaya. Selain itu juga terdapat konsumen rumahan yang berada di sekitar wilayah perusahaan dan toko-toko gerabah di wilayah Tulungagung.

2. Visi dan Misi

a. Visi

Menjadi perusahaan dengan standar produk dan kinerja sumber daya manusia yang unggul.

b. Misi

- 1) Memberikan kepuasan kepada pelanggan/konsumen dengan mengutamakan produk dan pelayanan yang berkualitas.
- 2) Meningkatkan nilai tambah perusahaan melalui kreativitas, inovasi, dan pengembangan kompetensi sumber daya manusia.
- 3) Mempertahankan hubungan yang baik dengan pelanggan.⁹³

B. Deskripsi Responden

Data penelitian yang terkumpul dan digunakan sebagai olah data dalam penelitian ini diperoleh dengan cara membagikan kuesioner secara langsung kepada responden yang ditemui. Dalam hal ini data responden yang menjadi sampel dalam penelitian diambil sebanyak 55 responden sesuai rumus *Slovin*. Kuesioner yang peneliti buat disebarakan kepada responden yang merupakan konsumen UD. Bintang Lestari Desa Ngunut Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung.

⁹³ Wawancara dengan Evi Nurmalasari pemilik UD. Bintang Lestari pada 20 Januari 2022.

Penelitian ini menyajikan informasi mengenai keadaan umum responden berdasarkan jenis kelamin dan usia. Adapun kriteria tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:

1. Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase %
Pria	18	32,7%
Wanita	37	67,3%
Jumlah	55	100%

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS 26, 2022

Berdasarkan tabel 4.1, diketahui bahwa responden berjenis kelamin wanita lebih mendominasi dibandingkan pria. Persentase responden wanita yakni berjumlah 67,3% atau sebesar 37 responden, sedangkan persentase responden pria berjumlah 32,7% atau sebesar 18 responden.

2. Usia

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase %
20-29 Tahun	28	51%
30-39 Tahun	19	34,5%
Lebih dari 40 Tahun	8	14,5%
Jumlah	55	100%

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS 26, 2022

Hasil analisis di atas menunjukkan bahwa kisaran umur responden bervariasi dari usia 20 sampai 29 tahun yang terdiri dari 28 orang (51%), usia 30 sampai 39 tahun terdiri dari 19 orang (34,5%), dan usia lebih dari 40 tahun berjumlah 8 orang (14,5%).

C. Deskripsi Variabel Penelitian

Angket yang telah peneliti sebarakan kepada responden terdiri atas 32 item pernyataan yang terbagi dalam 5 kategori yaitu:

1. Enam pernyataan digunakan untuk variabel kualitas pelayanan islami (X1)
2. Enam pernyataan digunakan untuk variabel desain produk (X2)
3. Delapan pernyataan digunakan untuk variabel kualitas produk (X3)
4. Enam pernyataan digunakan untuk variabel harga (X4)
5. Enam pernyataan digunakan untuk variabel keputusan pembelian (Y)

Hasil yang dapat diperoleh dari jawaban responden tersebut akan dipaparkan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan Islami (X1)

Tabel 4.3
Hasil Kuesioner Variabel Kualitas Pelayanan Islami (X1)

Item	SS		S		KS		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X1.1	24	44%	22	40%	9	16%	0	0%	0	0%
X1.2	22	40%	27	49%	6	11%	0	0%	0	0%
X1.3	25	45%	25	45%	5	10%	0	0%	0	0%
X1.4	28	51%	21	38%	6	11%	0	0%	0	0%
X1.5	22	40%	26	47%	7	13%	0	0%	0	0%
X1.6	17	31%	30	54%	8	15%	0	0%	0	0%

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.3, dapat diketahui bahwa item (X1.1) yaitu pihak UD. Bintang Lestari mengutamakan kejujuran dalam melayani konsumen, sebagian besar responden menjawab sangat setuju. Pada item (X1.2) yaitu pihak UD. Bintang Lestari memberikan informasi

produk yang jelas dan tidak menipu, sebagian besar responden menjawab setuju. Pada item (X1.3) yaitu pihak UD. Bintang Lestari bertanggung jawab dalam proses pendistribusian produk, sebagian besar responden menjawab sangat setuju dan setuju. Pada item (X1.4) yaitu pihak UD. Bintang Lestari memberikan pelayanan sopan, santun dan ramah, sebagian besar responden menjawab sangat setuju. Pada item (X1.5) yaitu pihak UD. Bintang lestari dapat memahami kebutuhan para konsumen, sebagian besar konsumen menjawab setuju. Pada item (X1.6) yaitu pihak UD. Bintang Lestari tanggap dalam merespon konsumen, sebagian besar responden menjawab setuju.

2. Desain Produk (X2)

Tabel 4.4
Hasil Kuesioner Variabel Desain Produk (X2)

Item	SS		S		KS		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X2.1	17	31%	29	53%	9	16%	0	0%	0	0%
X2.2	23	42%	26	47%	6	11%	0	0%	0	0%
X2.3	20	36%	25	46%	10	18%	0	0%	0	0%
X2.4	19	34%	29	53%	7	13%	0	0%	0	0%
X2.5	16	29%	26	47%	12	22%	1	2%	0	0%
X2.6	19	34%	28	51%	8	15%	0	0%	0	0%

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.4, dapat diketahui bahwa item (X2.1) yaitu saya membeli produk UD. Bintang Lestari karena memiliki ciri khas/karakteristik tersendiri dari produk sejenis di tempat lain, sebagian besar responden menjawab setuju. Pada item (X2.2) yaitu desain produk UD. Bintang Lestari sesuai dengan yang spesifikasi yang

dijanjiikan, sebagian besar responden menjawab setuju. Pada item (X2.3) yaitu saya membeli produk UD. Bintang Lestari karena desainnya dapat diterima oleh semua kalangan, sebagian besar responden menjawab setuju. Pada item (X2.4) yaitu saya membeli produk UD. Bintang Lestari karena tidak mudah rusak, sebagian besar responden menjawab setuju. Pada item (X2.5) yaitu saya membeli produk UD. Bintang Lestari karena mudah untuk diperbaiki, sebagian besar konsumen menjawab setuju. Pada item (X2.6) yaitu saya membeli produk UD. Bintang Lestari memiliki model yang menarik atau sesuai dengan selera masyarakat, sebagian besar responden menjawab setuju.

3. Kualitas Produk (X3)

Tabel 4.5
Hasil Kuesioner Variabel Kualitas Produk (X3)

Item	SS		S		KS		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X3.1	21	38%	31	56%	3	6%	0	%	0	%
X3.2	18	33%	31	56%	6	11%	0	%	0	%
X3.3	23	42%	26	47%	6	11%	0	%	0	%
X3.4	24	44%	25	45%	6	11%	0	%	0	%
X3.5	24	44%	26	47%	5	9%	0	%	0	%
X3.6	20	36%	28	51%	7	13%	0	%	0	%
X3.7	20	36%	32	58%	3	6%	0	%	0	%
X3.8	25	45%	30	55%	0	%	0	%	0	%

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.5, dapat diketahui bahwa item (X3.1) yaitu saya membeli produk UD. Bintang Lestari karena kualitas produknya memuaskan, sebagian besar responden menjawab setuju. Pada item (X3.2) yaitu saya membeli produk UD. Bintang Lestari karena kualitas

produknya sangat konsisten, sebagian besar responden menjawab setuju. Pada item (X3.3) yaitu saya membeli produk UD. Bintang Lestari karena memiliki kualitas yang dapat bersaing dengan produk sejenis di tempat lain, sebagian besar responden menjawab setuju. Pada item (X3.4) yaitu saya membeli produk UD. Bintang Lestari karena daya tahan produknya baik, sebagian besar responden menjawab setuju. Pada item (X3.5) yaitu saya membeli produk UD. Bintang Lestari karena menarik minat saya, sebagian besar konsumen menjawab setuju. Pada item (X3.6) yaitu saya membeli produk UD. Bintang Lestari karena kualitas produknya sesuai dengan harapan saya, sebagian besar responden menjawab setuju. Pada item (X3.7) yaitu saya membeli produk UD. Bintang Lestari karena nyaman dipakai atau digunakan, sebagian besar responden menjawab setuju. Pada item (X3.8) yaitu saya membeli produk UD. Bintang Lestari karena kualitas produknya sesuai dengan harga, merk, maupun reputasi perusahaan, sebagian besar responden menjawab setuju.

4. Harga (X4)

Tabel 4.6
Hasil Kuesioner Variabel Harga (X4)

Item	SS		S		KS		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X4.1	20	36%	33	60%	2	4%	0	%	0	%
X4.2	27	49%	24	44%	4	7%	0	%	0	%
X4.3	17	31%	28	51%	10	18%	0	%	0	%
X4.4	17	31%	34	62%	4	7%	0	%	0	%
X4.5	28	51%	27	49%	0	0%	0	%	0	%
X4.6	22	40%	30	55%	3	5%	0	%	0	%

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.6, dapat diketahui bahwa item (X4.1) yaitu harga produk yang ditawarkan sesuai dengan kemampuan daya beli masyarakat, sebagian besar responden menjawab setuju. Pada item (X4.2) yaitu harga produk sesuai dengan kualitas yang saya harapkan, sebagian besar responden menjawab sangat setuju. Pada item (X4.3) yaitu harga produk yang ditawarkan lebih terjangkau dari harga produk sejenis di tempat lain, sebagian besar responden menjawab setuju. Pada item (X4.4) yaitu harga produk sesuai dengan manfaat yang saya rasakan, sebagian besar responden menjawab setuju. Pada item (X4.5) yaitu harga produk dapat bersaing dipasaran untuk dijual kembali, sebagian besar konsumen menjawab sangat setuju. Pada item (X4.6) yaitu harga produk yang ditawarkan bervariasi, sebagian besar responden menjawab setuju.

5. Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 4.7
Hasil Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian (Y.1)

Item	SS		S		KS		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Y.1	22	40%	30	55%	3	5%	0	0%	0	0%
Y.2	19	34%	30	55%	6	11%	0	0%	0	0%
Y.3	16	29%	32	58%	7	13%	0	0%	0	0%
Y.4	15	27%	40	73%	0	0%	0	0%	0	0%
Y.5	18	33%	27	49%	10	18%	0	0%	0	0%
Y.6	4	7%	42	77%	9	16%	0	0%	0	0%

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 4.7, dapat diketahui bahwa item (Y.1) yaitu saya memilih membeli produk UD. Bintang Lestari karena sesuai

dengan produk yang saya inginkan maupun butuhkan, sebagian besar responden menjawab setuju. Pada item (Y.2) yaitu saya memilih membeli produk UD. Bintang Lestari karena produk yang diberikan sesuai dengan informasi yang saya dapatkan, sebagian besar responden menjawab setuju. Pada item (Y.3) yaitu saya memilih membeli produk UD. Bintang Lestari karena memberikan manfaat yang sesuai dengan keinginan saya sehingga saya tidak ingin mencoba produk lain, sebagian besar responden menjawab setuju. Pada item (Y.4) yaitu saya memilih membeli produk UD. Bintang Lestari karena puas dengan pelayanannya, sebagian besar responden menjawab setuju. Pada item (Y.5) yaitu saya akan merekomendasikan produk spatula dan parutan kelapa UD. Bintang Lestari kepada orang lain sebagai pilihannya, sebagian besar konsumen menjawab sangat setuju. Pada item (Y.6) yaitu saya akan membeli lagi produk UD. Bintang Lestari untuk kedepannya, sebagian besar responden menjawab setuju.

D. Analisis Data

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan proses menguji butir-butir pernyataan yang ada dalam sebuah instrumen. Keterkaitan antara butir pernyataan yang satu dengan butir pertanyaan yang lainnya dicerminkan oleh korelasi jawaban antar pernyataan. Pernyataan tidak valid yaitu jika

korelasi antar butir pernyataan rendah atau $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, begitupun sebaliknya jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ maka dinyatakan valid. Metode yang sering digunakan untuk memberikan penilaian tentang validitas kuesioner adalah korelasi produk momen (*pearson product moment*). Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka hasil pengujian validitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian

Variabel	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan Islami (X1)	X1.1	0,802	0,266	Valid
	X1.2	0,797	0,266	Valid
	X1.3	0,798	0,266	Valid
	X1.4	0,830	0,266	Valid
	X1.5	0,726	0,266	Valid
	X1.6	0,735	0,266	Valid
Desain Produk (X2)	X2.1	0,694	0,266	Valid
	X2.2	0,749	0,266	Valid
	X2.3	0,735	0,266	Valid
	X2.4	0,712	0,266	Valid
	X2.5	0,753	0,266	Valid
	X2.6	0,674	0,266	Valid
Kualitas Produk (X3)	X3.1	0,793	0,266	Valid
	X3.2	0,657	0,266	Valid
	X3.3	0,741	0,266	Valid
	X3.4	0,652	0,266	Valid
	X3.5	0,653	0,266	Valid
	X3.6	0,642	0,266	Valid
	X3.7	0,490	0,266	Valid
	X3.8	0,475	0,266	Valid
Harga (X4)	X4.1	0,762	0,266	Valid
	X4.2	0,703	0,266	Valid
	X4.3	0,762	0,266	Valid
	X4.4	0,676	0,266	Valid
	X4.5	0,332	0,266	Valid
	X4.6	0,454	0,266	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y.1	0,792	0,266	Valid
	Y.2	0,594	0,266	Valid
	Y.3	0,776	0,266	Valid
	Y.4	0,711	0,266	Valid
	Y.5	0,799	0,266	Valid

	Y.6	0,685	0,266	Valid
--	-----	-------	-------	-------

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS 26, 2022

Berdasarkan tabel 4.8, dapat diketahui bahwa nilai r hitung semua skor keseluruhan nilai indikator yang diujikan bernilai positif dan hasilnya lebih besar dari r tabel di mana untuk $N = 55$ pada signifikansi alpha 5% ditemukan r tabel sebesar 0,266 yang artinya masing-masing item pernyataan dalam lima variabel X1, X2, X3, X4, dan Y adalah valid.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

Variabel	Reability Coefficients	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan Islami (X1)	6 item	.872	Reliabel
Desain Produk (X2)	6 item	.813	Reliabel
Kualitas Produk (X3)	8 item	.795	Reliabel
Harga (X4)	6 item	.683	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	6 item	.815	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS 26, 2022

Hasil analisis tabel 4.9 menunjukkan bahwa masing- masing variabel memiliki *Cronboch's Alpha* lebih dari 0,60 ($\alpha > 0,60$). Dengan demikian variabel X1, X2, X3, X4, dan Y (Kualitas Pelayanan Islami, Desain Produk, Kualitas Produk, Harga, dan Keputusan Pembelian) dapat dikatakan reliabel atau konsisten.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas yaitu dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov*, dengan asumsi data dikatakan normal jika setiap variabel memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05. Berikut ini adalah hasil pengujian dengan menggunakan pendekatan *Kolmogorov-Smirnov*.

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

		Unstandardized Residual
N		55
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.33126529
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.086
	Negative	-.064
Test Statistic		.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS 26, 2022

Berdasarkan tabel 4.10 menunjukkan bahwa N (jumlah data) yang digunakan dalam penelitian ini adalah 55. Terlihat bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 lebih besar dari α (0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa residual berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Pada model regresi yang baik seharusnya antar variabel independen tidak terjadi korelasi. Pada penelitian ini untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dalam model regresi dilakukan dengan melihat nilai VIF dan *tolerance* dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.
- 2) Jika nilai *tolerance* < 0,10 dan nilai VIF > 10, maka dapat disimpulkan bahwa ada multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.⁹⁴

Tabel 4.11
Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.595	2.279		.261	.795		
Kualitas_Pelayanan_Islami (X1)	.142	.115	.177	1.229	.225	.264	3.787
Desain_Produk (X2)	.123	.137	.145	.897	.374	.211	4.742
Kualitas_Produk (X3)	.284	.135	.354	2.105	.040	.194	5.168
Harga (X4)	.305	.140	.265	2.179	.034	.370	2.706

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian (Y)

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS 26, 2022

⁹⁴ Duwi Priyatno, *Belajar Cepat Olah Data Statistik...*, hal. 93.

Berdasarkan tabel 4.11, hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai VIF dari seluruh variabel bebas memiliki nilai yang lebih kecil dari 10, serta nilai *tolerance* dari seluruh variabel lebih dari 0,10. Hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel penelitian ini tidak menunjukkan adanya gejala multikolinieritas dalam regresi.

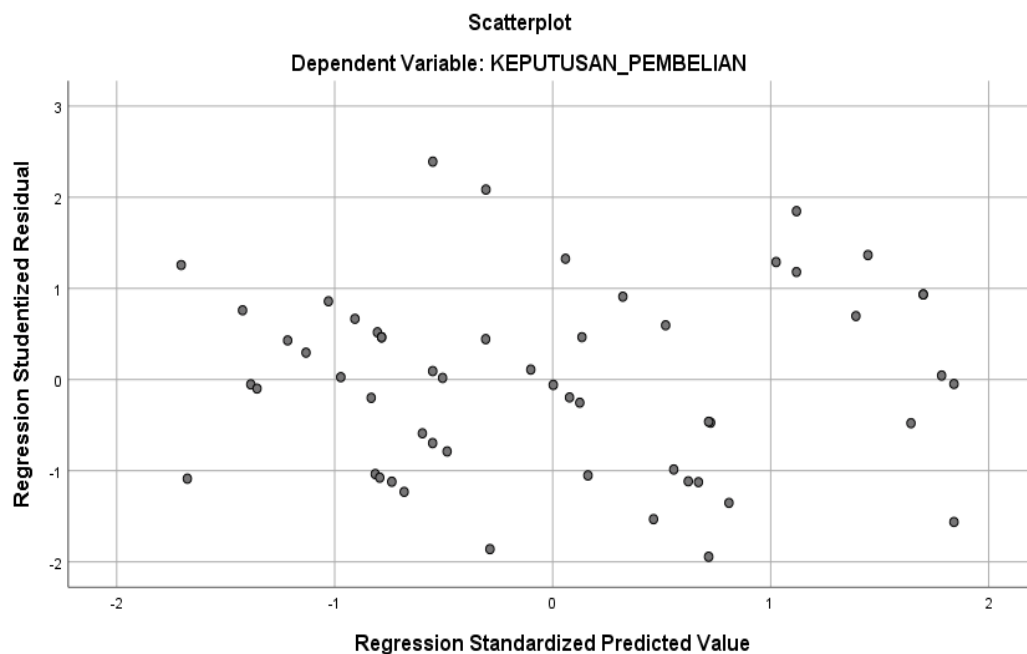
c. Uji Heterokedoksisitas

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar Scatterplot. Dasar kriterianya dalam pengambilan keputusan yaitu:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.⁹⁵

⁹⁵ Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*, (Ponorogo: WADE Group, 2016), hal. 129.

Gambar 4.1
Hasil Uji Heterokedoksis Menggunakan Grafik Scatterplot



Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS 26, 2022

Hasil Scatterplot di atas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka model regresi tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Selain menggunakan Scatterplot, untuk mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas dalam model regresi ini dapat menggunakan uji Glejser adalah sebagai berikut:

Tabel 4.12
Hasil Uji Glejser
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.104	1.240		-.084	.933
	Kualitas_Pelayanan_Islami (X1)	-.006	.063	-.026	-.099	.921
	Desain_Produk (X2)	.137	.074	.534	1.840	.072

	Kualitas_Produk (X3)	-.111	.074	-.459	-1.516	.136
	Harga (X4)	.068	.076	.195	.888	.379

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS 26, 2022

Pada uji Glejser di atas menunjukkan bahwa masing-masing variabel penelitian menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu variabel kualitas pelayanan islami (X1) sebesar 0,921, variabel desain produk (X2) sebesar 0,072, variabel kualitas produk (X3) sebesar 0,136, dan variabel harga (X4) sebesar 0,379. Dapat dilihat bahwa keempat variabel tersebut menunjukkan nilai $> 0,05$. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 4.13
Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.595	2.279		.261	.795
	Kualitas_Pelayanan_Islami (X1)	.142	.115	.177	1.229	.225
	Desain_Produk (X2)	.123	.137	.145	.897	.374
	Kualitas_Produk (X3)	.284	.135	.354	2.105	.040
	Harga (X4)	.305	.140	.265	2.179	.034

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian (Y)

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS 26, 2022

Berdasarkan tabel 4.13, maka dapat disusun persamaan atau model regresi sebagai berikut: $Y = 0,595 + 0,142 X_1 + 0,123 X_2 + 0,284 X_3 + 0,305 X_4 + e$

Dari persamaan regresi di atas, maka dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 0,595, artinya jika Kualitas Pelayanan Islami (X_1), Desain Produk (X_2), Kualitas Produk (X_3), dan Harga nilainya adalah 0, maka keputusan pembelian (Y) nilainya sebesar 0,595.
- b. Koefisien Kualitas Pelayanan Islami (X_1) sebesar 0,142 artinya bahwa setiap kenaikan satu satuan Kualita Pelayanan Islami (X_1), akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,142 satuan.
- c. Koefisien Desain Produk (X_2), sebesar 0,123 artinya bahwa setiap kenaikan satu satuan Desain Produk (X_2), akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,123 satuan.
- d. Koefisien Kualitas Produk (X_3) sebesar 0,284 artinya bahwa setiap kenaikan satu satuan Kualitas Produk (X_3), akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,285 satuan.
- e. Koefisien Harga (X_4) sebesar 0,305 artinya bahwa setiap kenaikan satu satuan Harga (X_4), akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,305 satuan.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Secara Parsial (Uji t)

Uji parsial digunakan untuk menguji atau mengkonfirmasi hipotesis secara individual antara variabel independen harga (X1) kualitas produk (X2) kualitas pelayanan (X3) secara parsial terkait pengaruh signifikan terhadap variabel dependen minta beli (Y). Dasar pengambilan keputusan untuk hasil uji t di dapat dari ketentuan jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka variabel bebas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka variabel bebas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat.

Tabel 4.14
Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.595	2.279		.261	.795
	Kualitas_Pelayanan_Islami (X1)	.142	.115	.177	1.229	.225
	Desain_Produk (X2)	.123	.137	.145	.897	.374
	Kualitas_Produk (X3)	.284	.135	.354	2.105	.040
	Harga (X4)	.305	.140	.265	2.179	.034

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian (Y)

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS 26, 2022

Dalam uji ini dasar pengambilan keputusan adalah dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} . Nilai t_{tabel} ditentukan dengan derajat bebas (df) = $n - k$. Di mana n adalah jumlah sampel

dan k adalah jumlah variabel (bebas dan terikat). Maka, $df = 55 - 4 = 51$. Maka, pada $df = 51$ dengan $\alpha = 0,05$ menunjukkan t tabel berada pada nilai 2,007. Dari perhitungan tabel di atas menunjukkan bahwa:

- 1) Variabel kualitas pelayanan islami (X1) memiliki nilai t hitung $1,229 < t$ tabel 2,007 maka tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan nilai sig. $0,225 > 0,05$ (*alpha*) yang berarti tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Maka kualitas pelayanan islami (X1) secara parsial tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).
- 2) Variabel desain produk (X2) memiliki nilai t hitung $0,897 < t$ tabel 2,007 maka tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan nilai sig. $0,374 > 0,05$ (*alpha*) yang berarti tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Maka desain produk (X2) secara parsial tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).
- 3) Variabel kualitas produk (X3) memiliki nilai t hitung $2,105 > t$ tabel 2,007 maka berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan nilai sig. $0,040 < 0,05$ (*alpha*) yang berarti signifikan terhadap keputusan pembelian. Maka kualitas produk (X3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).
- 4) Variabel harga (X4) memiliki nilai t hitung $2,179 > t$ tabel 2,007 maka berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan nilai sig.

$0,034 < 0,05$ (*alpha*) yang berarti signifikan terhadap keputusan pembelian. Maka harga (X4) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

b. Uji Secara Simultan (Uji F)

Uji simultan F bertujuan untuk mengetahui variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Untuk uji F dapat dilihat dari tabel Anova sebagai berikut:

Tabel 4.15
Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	254.007	4	63.502	33.177	.000 ^b
	Residual	95.702	50	1.914		
	Total	349.709	54			

A. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian (Y)

B. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan_Islami (X1), Desain_Produk (X2), Kualitas_Produk (X3), Harga (X4)

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS 26, 2022

Dalam uji ini dasar pengambilan keputusan adalah dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel. Nilai F hitung adalah 28,101. Nilai F tabel ditentukan dengan derajat bebas pembilang (df_1) = $k - 1 = 4 - 1 = 3$ dan derajat bebas penyebut (df_2) = $n - k = 55 - 4 = 51$. Maka, pada derajat bebas pembilang pada 3 dan derajat bebas penyebut pada 51 dengan signifikansi 0,05 menunjukkan F tabel berada pada nilai 2,79.

Dari uji F statistik menunjukkan F hitung $33,177 > F$ tabel 2,79 yang berarti signifikan. Artinya kualitas pelayanan islami (X1),

desain produk (X2), kualitas produk (X3), dan harga (X4) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

c. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Tabel 4.16
Hasil Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.852 ^a	.726	.704	1.383

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan_Islami (X1),
Desain_Produk (X2), Kualitas_Produk (X3), Harga (X4)

Sumber: Data primer yang diolah dengan SPSS 26, 2022

Berdasarkan tabel 4.16, menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (R Square) adalah 0,726 atau sama dengan 72,6% artinya bahwa variabel terikat pada keputusan pembelian (Y) mampu dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel bebas dalam penelitian ini yakni kualitas pelayanan islami (X1), desain produk (X2), kualitas produk (X3), dan harga (X4). Sedangkan sisanya 27,4% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.