

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Profil Perusahaan UD Santoso

UD Santoso adalah salah satu produsen perkakas yang berada di daerah Tegalrejo, Rejotangan, Tulungagung. Home industry ini bergerak di bidang manufaktur dan berdiri pada tahun 2015-an. Sebelum membangun sebuah home industry, Bapak Santoso adalah seorang peternak sapi sejak tahun 2001. Beliau ditahun 2014 merasa akan mengalami kebangkrutan peternakan sapinya, Beliau tahu bahwa peternakannya akan gulung tikar yaitu dari penjualan sapi yang semakin hari semakin murah. Dan untuk memberi makan hewan peliharaannya tersebut setidaknya 1 hari untuk 1 ekor sapi menghabiskan biaya kurang lebih 75-80 ribu. Biaya tersebut mencakup dari rerumputan, dedak, sentrat, ampas tahu dan jagung. Bulan ke 2 di 2015 beliau menjual sapi sebanyak 5 ekor sapi, dari penjualan 5 ekor sapi tersebut beliau mendapatkan kerugian sebesar kurang lebih 60 juta itupun belum termasuk untuk pakan dan tenaga perawatannya.

Lalu dibulan ke 4 tahun 2015 beliau berinisiatif menjual sapinya untuk alih profesi sebagai wirausaha. Impian untuk menjadi wirausaha ini dikarenakan bahwa Beliau ingin memberikan lapangan pekerjaan bagi para warga didaerahnya. Karena beliau memandang bahwasanya warga

didaerah sekitar rumah beliau banyak yang belum mendapatkan pekerjaan, para anak muda, dan ibu-ibu rumah tangga. Beliau mendapatkan ide untuk membangun home industry tersebut dari saudara yang tinggal di kota blitar. Beliau merintis usahanya tersebut dari hasil penjualan sapi yang digelutinya sejak lama untuk tambahan modal usahanya demi membangun usahanya tersebut. Dalam membangun perusahaan kecil miliknya itu beliau hampir mengalami yang namanya kegagalan atau hampir bangkrut, dikarenakan beliau lalai dalam mengatur keuangan miliknya.

Belajar dari pengalaman tersebut home industry milik Bapak Santoso itu bangkit lagi dan lebih hati-hati dalam mengelola usahanya itu, akhirnya home industry yang di kelola Bapak Santoso itu mengalami masa kejayaannya. Pada tahun 2015 itu home industry yang dikelola oleh Bapak Santoso itu hanya mampu menghasilkan beberapa produk yaitu alat dapur seperti sutil atau spatula, sendok, serok dan centong. Produk yang dihasilkan oleh UD Santoso mampu bersaing dengan produk-produk dari para saingannya. Ditahun 2016 UD Santoso sudah mampu menghasilkan produk baru yaitu mesin parut yang mudah digunakan dan mempercepat urusan untuk kebutuhan dapur para ibu rumah tangga.

Tidak puas dengan hasil yang dicapainya itu, UD Santoso mendatangkan mesin lagi untuk membuat hanger atau gantungan baju, dengan banyaknya produk yang dihasilkan oleh UD Santoso ini maka tidak menutup kemungkinan akan membuka lapangan kerja baru untuk

warganya terutama di daerah desa tegalrejo, rejtangan, tulungagung. Hingga saat ini karyawan yang beliau bawahi mampu mencapai 20 orang karyawan, terdiri dari anak muda, dan para ibu-ibu untuk menambah penghasilan dari suaminya.

Patokan harga yang diberikan UD Santoso cukup murah dan kualitas dari barang yang dihasilkannya juga bermutu tinggi, tidak menutup kemungkinan bahwasanya home industry yang dibawah langsung oleh Bapak Santoso itu banyak peminatnya. Rata-rata yang membeli produk tersebut daerah rejtangan, tetapi juga sempat ada pesanan dari luar kota terutama Blitar. Karena harga dari masing-masing produk yang terjangkau bahkan dari semua lapisan masyarakat bisa membeli produk tersebut.

Tabel 4.1
Penjualan produk dari UD Santoso tahun 2018 berdasarkan bulan

Produk	Januari	Februari	Maret
Serok	111 buah	129 buah	131 buah
Sotel	103 buah	119 buah	120 buah
Mesin parut	15 buah	17 buah	22 buah
Gantungan baju	17 lusin	20 lusin	31 lusin
Sendok	28 lusin	31 lusin	39 lusin
Centong	23 unit	26 unit	33 unit

Sumber: Rekapitulasi penjualan dari UD Santoso 2018

Dari pemaparan tabel 4.1 tersebut bahwasanya barang-barang yang dihasilkan oleh pihak UD Santoso dari bulan januari sampai bulan maret terus mengalami kenaikan, meskipun kenaikannya tidak menentu, terkadang naik banyak terkadang juga naik sedikit atau cenderung fluktuatif. Hal tersebut dikarenakan bahwasanya barang yang diproduksi oleh UD Santoso mampu menarik perhatian dari konsumen, baik

konsumen lokal atau daerah Tegalrejo itu sendiri maupun non lokal atau luar daerah bahkan juga luar kota.

2. Visi dan Misi UD Santoso

a. Visi :

Untuk pembangunan dan kesejahteraan masyarakat di daerah Rejotangan, khususnya di desa Tegalrejo.

b. Misi

1. Menjadi home industry yang menguntungkan di kalangan industri yang sama.
2. Menghasilkan barang yang terjamin untuk para konsumennya.
3. Menjadi home industry yang kuat dan tangguh, serta siap untuk menghadapi persaingan dari home industry lainnya.
4. Menciptakan kemanfaatan jangka panjang yang berkesinambungan dalam hubungan antara home industry dibidang yang sama.

3. Maksud dan Tujuan Home industry UD Santoso

Home industry UD Santoso didirikan dengan maksud dan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat daerah Tegalrejo dan membuka dalam hal membuka lapangan pekerjaan sekaligus mengurangi tingkat pengangguran. Serta meningkatkan pendapatan masyarakat daerah desa Tegalrejo supaya mampu memenuhi kebutuhannya tanpa harus keluar negeri dan menghasilkan barang untuk masyarakat pada umumnya agar lebih mudah dalam urusan dapur.

4. Letak Geografis home industry UD Santoso

Home industry UD Santoso desa Tealrejo merupakan home industry yang bergerak dibidang perkakasan atau manufakturing. Berada di Dusun Klaten RT/002 RW/003 desa Tegalrejo, kecamatan Rejotangan, Kabupaten Tulungagung. Pemilihan ini berdasarkan:

a) Dekat dengan konsumen pasar

Home industry UD Santoso dekat dengan pasar sehingga banyak para warga didaerah tersebut yang membeli produk-produk dari UD Santoso itu, dan ada juga yang menjadi agen untuk menjualkan produknya. Hal tersebut memberikan keuntungan pada Home industry UD Santoso

b) Dekat dengan perumahan penduduk

Lokasinya yang dekat dengan rumah penduduk memungkinkan menciptakan lapangan kerja baru bagi masyarakat yang belum mendapatkan pekerjaan disekitar Dusun Klaten desa Tegalrejo, Rejotangan.

c) Mudah dijangkau

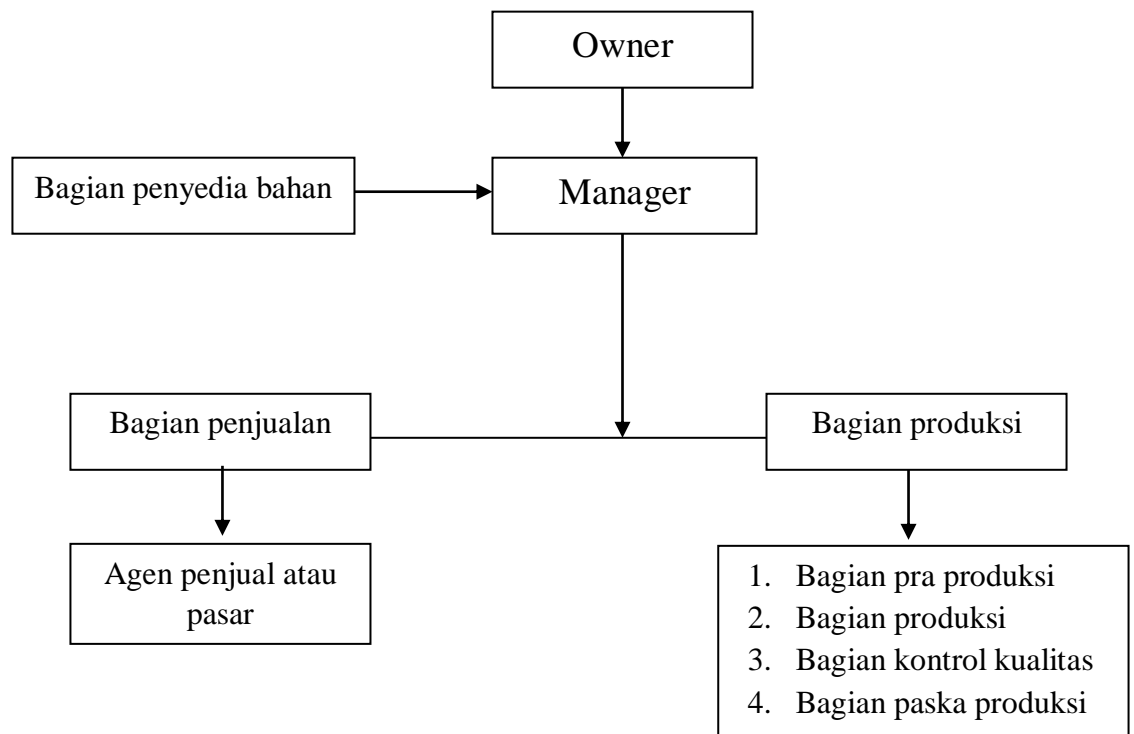
Letak Home industry UD Santoso mudah dilalui alat transportasi, karena dekat dengan jalan raya, sehingga mudah dijangkau oleh konsumen dan agen.

d) Masyarakat setempat

Masyarakat disekitar lokasi Home industry UD Santoso banyak memberi dukungan berdirinya perusahaan tersebut, karena untuk memajukan desa juga.

5. Struktur Organisasi Home industry UD Santoso

Gambar 4.1
Struktur Organisasi



Sumber: Home Industry UD Santoso

B. Deskripsi Karakteristik Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah konsumen di Klaten desa Tegalrejo, Rejotangan, Tulungagung yang berjumlah 96 data yang berasal dari data kartu keluarga (KK) Dusun Klaten desa tegalrejo. Adapun jumlah sampel yang ditentukan dalam penelitian ini adalah sebanyak 96 yaitu adalah semua jumlah dari populasi itu sendiri, responden dengan tehnik *probability*

sampling dengan kategori *sample accidental sampling*. Setiap responden diberikan kuesioner untuk memberikan jawaban atas pernyataan yang telah disediakan.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-laki	27	28%
2	Perempuan	69	72%
Total		96	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki lebih sedikit dari pada responden dengan jenis kelamin perempuan. Responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 27 orang responden atau 28% dan responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 69 orang atau 72%. Hal ini berarti perempuan lebih banyak menggunakan produk dari UD Santoso dibanding laki-laki, karena perempuan merupakan ibu rumah tangga wanita atau perempuan yang mayoritas setiap hari memasak.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1	Dibawah 20 tahun	3	3%
2	20-29 tahun	28	30%
3	29-39 tahun	29	30%
4	39-49 tahun	33	34%
5	Diatas 50 tahun	3	3%
Total		96	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Dari tabel 4.3 diketahui bahwa, karakteristik responden berdasarkan usia para konsumen dari UD Santoso Dusun Klaten desa tegalrejo, Rejotangan, Tulungagung didominasi oleh responden dengan rentang usia 39 tahun sampai 49 tahun. Dimana usia 39 tahun sampai 49 tahun sebanyak 33 orang atau 34%, usia dari 29 tahun sampai 39 tahun sebanyak 29 orang atau 30%, usia 20 tahun sampai 29 tahun sebanyak 28 orang atau 30%, dibawah 20 tahun sebesar 3% atau 3 orang responden dan usia diatas 50 tahun 3 orang yaitu sebesar 3%. Tingginya persentase konsumen yang berdomisili di Klaten tersebut pada rentang usia 20 tahun sampai 49 tahun membuktikan bahwa pada usia tersebut, orang-orang cenderung lebih produktif dalam mencari uang dan banyak mengalokasikan penghasilannya untuk banyak hal yang wajib dipenuhi sehingga kebutuhan dalam rumah tangga dan kehidupan sehari-hari dapat terpenuhi. Untuk ibu rumah tangga dan Bapak rumah tangga usia produktif, pengaruhnya untuk memudahkan dalam memasak, memenuhi kebutuhan dapur dan untuk barang-barang seperti parut, untuk memudahkan dalam memarut kelapa dan supaya lebih cepat.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1	Mahasiswa/pelajar	6	7%
2	Wiraswasta	17	17%
3	PNS	8	9%
4	Lain-lain	65	67%
Total		96	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Dari tabel 4.4 diketahui bahwa, karakteristik responden berdasarkan pekerjaan yang dimiliki para konsumen di Klaten Desa Tegalrejo didominasi oleh responden dengan pekerjaan lain-lain. Dimana calon konsumen dengan pekerjaan lain-lain sebanyak 65 orang atau 67%, PNS sebanyak 8 orang atau 9%, wiraswasta yang menjadi responden dalam penelitian ini sebanyak 17 orang atau 17%, sedangkan sisanya sebesar 7% atau 6 orang responden adalah pelajar. Tingginya persentase pekerjaan lain-lain sebagai pekerjaan paling banyak dimiliki oleh para konsumen di wilayah tersebut. Menunjukkan bahwa, rata-rata konsumen adalah orang-orang yang bekerja tidak menentu seperti ibu rumah tangga, sopir, pedagang pasar, sehingga rata-rata dari mereka membutuhkan barang atau produk yang produksi oleh UD Santoso, untuk memudahkan pekerjaan urusan dapur mereka.

C. Deskripsi Variabel

Dalam penelitian ini terdiri dari 3 variabel yaitu Pendapatan (X1) dan tingkat harga jual produk (X2) sebagai variabel bebas, dan Daya beli masyarakat(Y) sebagai variabel terikat. Berdasarkan hasil penelitian dari 3 variabel yang diajukan, dapat diketahui gambaran tanggapan 96 responden konsumen UD Santoso sebagai responden. Berikut ini adalah tabel dan deskripsi tentang tanggapan dari responden konsumen UD Santoso:

Tabel 4.5
Data Deskripsi Variabel Pendapatan

INDIKATOR	SKOR JAWABAN				
	5	4	3	2	1
1. Indikator Gaji pokok Saya memiliki gaji pokok untuk membeli produk peralatan rumah tangga di UD Santoso	26	64	6	0	0

2. Indikator Tunjangan Uang tunjangan yang saya diterima dapat digunakan untuk membeli produk	22	65	7	2	0
3. Indikator Bonus Saya bersedia membeli produk dari UD Santoso karena saya mendapatkan bonus dari perusahaan tempatnya bekerja	33	43	19	1	0
4. Indikator Pendapatan lain Saya mempunyai sumber pendapatan lain untuk menunjang pendapatan yang saya miliki	36	54	6	0	0
TOTAL F	117	226	38	3	0
TOTAL %	30%	59%	10%	1%	0%

Sumber: data primer penelitian diolah, 2018

Pada tabel 4.5 dapat diketahui bahwa, dari jawaban 96 responden konsumen UD Santoso paling banyak menjawab setuju, dimana jawaban setuju sebanyak 226 pernyataan atau 59%, kemudian 117 pernyataan atau 30% menjawab sangat setuju, 38 pernyataan atau 10% yaitu kurang setuju dan 3 pernyataan yang tidak setuju hanya 1%. Dengan tanggapan yang setuju pada setiap item pernyataan yang diajukan pada variabel pendapatan menunjukkan bahwa pendapatan yang didapat masyarakat desa Tegalrejo khususnya Dusun Klaten sudah mencukupi untuk membeli produk dari UD Santoso.

Tabel 4.6
Data Deskripsi Variabel Tingkat harga jual produk

INDIKATOR	SKOR JAWABAN				
	5	4	3	2	1
1. Indikator harga yang sesuai dengan manfaat Saya membeli produk karena dengan harga yang murah yang diberikan oleh perusahaan mampu memberikan manfaat yang lebih	30	61	4	1	0
2. Indikator harga barang terjangkau					

Saya membeli produk karena harga yang ditawarkan terjangkau oleh kalangan atau lapisan masyarakat	26	59	11	0	0
3. Indikator persaingan harga Saya tertarik membeli produk di UD Santoso karena harga dari suatu barang tersebut mampu bersaing dengan harga pokok barang lain atau barang substitusi	34	53	8	1	0
4. Indikator kesesuaian harga dengan kualitas Saya tertarik membeli peralatan rumah tangga di UD Santoso karena dengan harga yang murah dan mampu memberikan kualitas yang baik dan bagus	27	60	9	0	0
TOTAL F	117	233	32	2	0
TOTAL %	30%	61%	8%	1%	0%

Pada tabel 4.6 dapat diketahui bahwa, dari jawaban 96 responden konsumen UD Santoso paling banyak menjawab setuju, dimana jawaban setuju sebanyak 233 pernyataan atau 61%, kemudian 117 pernyataan atau 30% menjawab sangat setuju, 32 pernyataan atau 8% yaitu kurang setuju dan 2 pernyataan yang tidak setuju hanya 1%. Dengan tanggapan yang setuju pada setiap item pernyataan yang diajukan pada variabel harga menunjukkan bahwa harga yang diberikan bebaskan kepada konsumen oleh UD Santoso mendapatkan respon yang lumayan baik, dan para konsumen tentunya tidak terlalu terbebani dengan patokan harga tersebut.

Tabel 4.7
Data Deskripsi Variabel Daya beli masyarakat

INDIKATOR	SKOR JAWABAN				
	5	4	3	2	1
1. Indikator Harga barang lain yang berkaitan erat dengan barang tersebut Harga yang dipatok UD Santoso tersebut sesuai dengan material atau bahannya berkualitas	34	57	3	2	0

2. Indikator Corak distribusi pendapatan dalam masyarakat Saya membeli produk dari UD Santoso karena pendistribusian dari pendapatan mampu untuk membeli produk dari perusahaan	20	65	11	0	0
3. Indikator Cita rasa masyarakat Saya membeli produk dari UD Santoso karena barang yang ditawarkan mampu memikat selera masyarakat	32	54	9	1	0
4. Indikator Ramalan mengenai keadaan dimasa yang akan datang Saya membeli barang dari UD Santoso dikarenakan produk akan mengalami kenaikan disuatu hari	23	62	11	0	0
TOTAL F	109	238	34	3	0
TOTAL %	28%	62%	9%	1%	0%

Pada tabel 4.7 dapat diketahui bahwa, dari jawaban 96 responden konsumen UD Santoso paling banyak menjawab setuju, dimana jawaban setuju sebanyak 238 pernyataan atau 62%, kemudian 109 pernyataan atau 28% menjawab sangat setuju, 34 pernyataan atau 9% yaitu kurang setuju dan 3 pernyataan yang tidak setuju hanya 1%. Dengan tanggapan yang setuju pada setiap item pernyataan yang diajukan pada variabel daya beli masyarakat menunjukkan bahwa daya beli masyarakat tidak sepenuhnya membebani para konsumen untuk membeli produk di UD Santoso.

Masyarakat tidak sepenuhnya membebani para konsumen untuk membeli produk di UD Santoso.

D. Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas ini digunakan untuk mengetahui “apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuisioner yang harus dibuang/diganti karena dianggap tidak relevan”,⁹⁶ dimana keseluruhan variabel penelitian memuat 12 pernyataan yang harus dijawab oleh responden.

Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Item dikatakan valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan sebaliknya.⁹⁷ Rumus yang digunakan untuk analisis butir ialah *Korelasi Pearson Product Moment* dengan bantuan *SPSS Statistics* versi 23. Dalam uji validitas ini peneliti menggunakan 96 responden konsumen. Berikut hasil dari pengujian validitas pada kuisioner yang disebarakan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian

Variabel	Item/ Kode	Person Correlation	R Table (N=96) Taraf Signifikansi 5%	Status
Pendapatan (X1)	X1.1	0,522	0,200	Valid
	X1.2	0,525	0,200	Valid
	X1.3	0,642	0,200	Valid
	X1.4	0,349	0,200	Valid
Harga (X2)	X2.1	0,541	0,200	Valid

⁹⁶ Husein Umar, *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi Dan Thesis Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hal. 166.

⁹⁷ Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hal. 79.

	X2.2	0,514	0,200	Valid
	X2.3	0,565	0,200	Valid
	X2.4	0,357	0,200	Valid
Daya Beli Masyarakat (Y)	Y.1	0,510	0,200	Valid
	Y.2	0,491	0,200	Valid
	Y.3	0,586	0,200	Valid
	Y.4	0,442	0,200	Valid

Berdasarkan pada tabel di atas, seluruh item pada setiap variabel adalah valid karena nilai *Person Correlation* lebih besar dibandingkan 0.200. Sehingga, dalam penelitian ini semua item dalam instrumen memenuhi persyaratan validitas secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat dan cermat.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan metode *Alpha Cronbach's*. Interpretasi dari nilai *cronbach's alpha* untuk mengetahui reliabel yaitu sebagai berikut:

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

Kriteria *cronbach's alpha* yaitu “apabila *cronbach's alpha* > 0,60 maka instrumen penelitian tersebut reliabel dan sebaliknya apabila *cronbach's alpha* <0,60 maka instrumen tersebut tidak reliabel”.⁹⁸

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian

Variabel	Croanbach Alpha	Keterangan
Pendapatan (X1)	0,642	Reliabel
Harga (X2)	0,619	Reliabel
Daya Beli Masyarakat (Y)	0,636	Reliabel

Sumber: Hasil Output SPSS 23.0, 2018

Berdasarkan tabel di atas, nilai *croanbach alpha* untuk masing masing

variabel adalah sebagai berikut:

1. Pendapatan reliabel, hal ini dapat diketahui dari nilai *croanbach alpha* yang reliabel yaitu 0,61 – 0,80. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa untuk variabel pendapatan mempunyai nilai 0,642
2. Harga reliabel, hal ini dapat diketahui dari nilai *croanbach alpha* yang reliabel yaitu 0,61 – 0,80. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa untuk variabel harga mempunyai nilai 0,619.
3. Daya Beli Masyarakat reliabel, hal ini dapat diketahui dari nilai *croanbach alpha* yang reliabel yaitu 0,61 – 0,80. Hasil uji reliabilitas

⁹⁸Masyuri Machfudz, *Metodologi Penelitian Ekonomi*, (Malang: Genius Media, 2014), hal.135.

menunjukkan bahwa untuk variabel daya beli masyarakat mempunyai nilai 0,636.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas data dengan “*Kolmogorov-Smirnov*, asumsi data dikatakan normal, jika variabel memiliki nilai signifikan lebih dari 0,05”.⁹⁹ Berikut adalah hasil pengujian dengan menggunakan pendekatan *Kolmogorov-Smirnov*:

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

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.14123380
Most Extreme Differences	Absolute	.077
	Positive	.049
	Negative	-.077
Test Statistic		.077
Asymp. Sig. (2-tailed)		.194 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Hasil Output SPSS 23.0, 2018

Dari tabel uji normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov* di atas, dapat diketahui bahwa masing-masing variabel berdistribusi normal, hal

⁹⁹Husein Umar, *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi Dan Thesis Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hal. 181.

ini dapat dilihat dari nilai signifikansi (*Asymp. Sig. 2-tailed*) 0.194 yang lebih dari 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua variabel berdistribusi normal, sehingga dapat dilakukan penelitian selanjutnya.

b. Uji Multikolinearitas

Dengan uji multikolinieritas digunakan “untuk mengetahui gejala korelasi antar variabel bebas yang ditunjukkan dengan korelasi yang signifikan antar variabel bebas”.¹⁰⁰ Dimana dapat dideteksi dengan menggunakan *Variance Inflation Factor* (VIF). Dari uji multikolinearitas dengan bantuan *software SPSS for window Versi 23* didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.11
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.426	2.091		4.029	.000		
	X1	.276	.093	.289	2.975	.004	.970	1.031
	X2	.218	.100	.211	2.175	.032	.970	1.031

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Output SPSS 23.0, 2018

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas diatas, dapat diketahui bahwa nilai VIF adalah: 1.031 (variabel pendapatan) dan 1.031 (variabel harga). Hasil ini

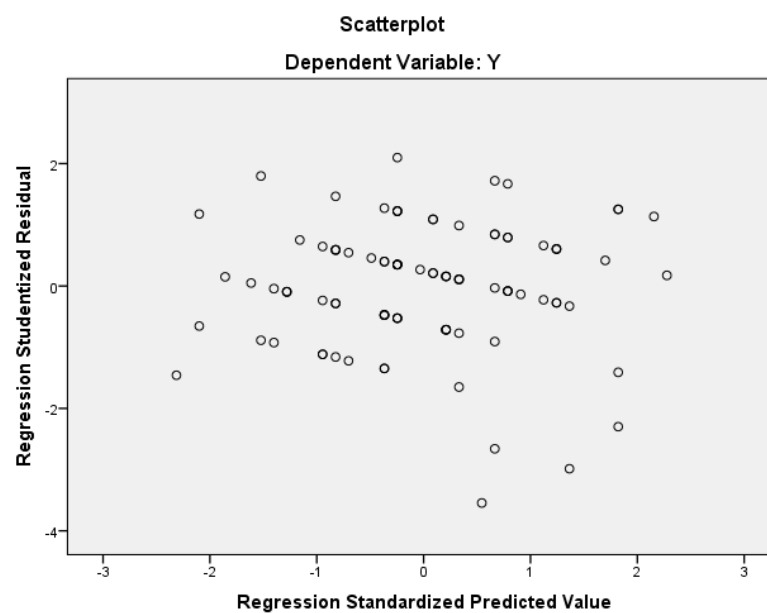
¹⁰⁰*Ibid*, hal. 177.

menunjukkan, bahwa variabel terbebas dari asumsi klasik multikolinearitas (tidak terjadi multikolinearitas), karena semua hasil nilai VIF kurang dari 10.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dari uji heteroskedastisitas dengan bantuan *software SPSS for window Versi 23* didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.12
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: SPSS 23, 2018

Dari gambar di atas terlihat titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y (daya beli masyarakat). Hal ini berarti tidak terjadi Heteroskedastisitas pada model ini, sehingga model regresi ini layak dipakai.

3. Analisis regresi linier berganda

Analisis statistik inferensial yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis regresi linier berganda. Analisis ini bertujuan untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua variabel independen dan memprediksi variabel dependen dengan menggunakan variabel independen. Secara ringkas hasil uji regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.13
Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.426	2.091		4.029	.000		
	X1	.276	.093	.289	2.975	.004	.970	1.031
	X2	.218	.100	.211	2.175	.032	.970	1.031

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda pada tabel 4.13 maka dapat diperoleh hasil persamaan sebagai berikut:¹⁰¹

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

atau

$$Y = 8,426 + 0.276X_1 + 0.218X_2$$

¹⁰¹Ali Mauludi, *Teknik Belajar Statistika 2*, (Rawamangun: Alim's Publishing, 2016), hal. 125.

Penjelasan dari persamaan fungsi regresi linear berganda di atas adalah sebagai berikut:

a. 8.426

Jika pendapatan (X_1), tingkat harga jual produk (X_2) = 0, maka daya beli masyarakat (Y) sebesar 8.426 satuan.

b. 0.276

Jika pendapatan (X_1), mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, dan tingkat harga jual produk (X_2) tetap, maka daya beli masyarakat (Y) akan meningkat 0.276 satuan.

c. 0.218

Jika tingkat harga jual produk (X_2), mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, dan pendapatan (X_1) tetap, maka daya beli masyarakat (Y) akan meningkat 0.218 satuan.

4. Uji Hipotesis

a. Uji t / t-test

Uji t digunakan untuk menguji apakah pernyataan dalam hipotesis itu benar. “Uji-t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen, pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05”.

¹⁰² Dari uji t dengan bantuan *software SPSS for window Versi 23* didapatkan hasil sebagai berikut:

¹⁰²Singgih Santoso, *Seri Solusi Bisnis Berbasis TI Menggunakan SPSS Untuk Statistik Parametrik*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo,2006),Hal. 37.

Tabel. 4.14
Uji hipotesis

Model		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.426	2.091		4.029	.000		
	X1	.276	.093	.289	2.975	.004	.970	1.031
	X2	.218	.100	.211	2.175	.032	.970	1.031

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Output SPSS 23.0, 2018

Berdasarkan uji t diatas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai signifikansi yang dihasilkan untuk variabel pendapatan ialah sebesar 0.004. karena nilai signifikansi dibawah 0.05, maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Nilai t_{hitung} (untuk X1) sebesar 2.975 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1.985. Maka dapat di ketahui t_{hitung} (2.795) > t_{tabel} (1.985) atau dengan kata lain hipotesis nol (H_0) ditolak, Sehingga dapat dikatakan bahwa pendapatan berpengaruh positif signifikan terhadap daya beli masyarakat.
2. Nilai signifikansi yang dihasilkan untuk variabel tingkat harga jual ialah sebesar 0.032. karena nilai signifikansi dibawah 0.05, maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Nilai t_{hitung} (untuk X2) sebesar 2.175 sedangkan nilai t_{tabel} sebesar 1.985. Maka dapat di ketahui t_{hitung} (2.175) > t_{tabel} (1.998) atau dengan kata lain hipotesis nol (H_0)

ditolak, Sehingga dapat dikatakan bahwa tingkat harga jual produk berpengaruh positif signifikan daya beli masyarakat.

Dari data diatas ditentukan t_{tabel} dengan rumus sebagai berikut:

$df = n-k-1 = 96-2-1 = 93$ dan $\alpha = 5\%$ adalah nilai t_{tabel} sebesar 1.998. atau dengan cara menggunakan program *MS.Excel* memakai rumus $=TINV(0.05,93)$ kemudian tekan *Enter*.

Keterangan:

0.05 adalah taraf signifikansi

96 adalah $n-k-1$ (jumlah sampel – jumlah variabel independen -1)

Pengambilan keputusan

$t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima

$t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Kesimpulan

Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis nol (H_0) ditolak

Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hipotesis nol (H_0) diterima

b. Uji F / F-test

Uji F atau uji koefisien regresi digunakan “untuk mengetahui apakah secara bersama-sama variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, pengujian menggunakan tingkat

signifikansi 0,05”.¹⁰³ Dari uji F dengan bantuan *software SPSS for window Versi 23* didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.15
Pendapatan dan Harga jual produk terhadap Daya Beli Masyarakat

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	21.677	2	10.838	8.147	.001 ^b
	Residual	123.729	93	1.330		
	Total	145.406	95			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

H

Hasil Output SPSS 23.0, 2018

Langkah-langkah uji F adalah sebagai berikut:

a. Merumuskan hipotesis

H₀ : Tidak ada pengaruh yang signifikan pendapatan dan harga jual produk terhadap daya beli masyarakat

H₁ : Ada pengaruh yang signifikan pendapatan dan harga jual produk terhadap daya beli masyarakat

b. Menentukan F hitung

Dari output diperoleh F_{hitung} sebesar 25.407 dengan taraf 0.05%

F_{tabel} = 3.09

c. Kriteria pengujian

1) Jika F_{hitung} ≤ F_{tabel} maka H₀ diterima

2) Jika F_{hitung} > F_{tabel} maka H₀ ditolak

¹⁰³Singgih Santoso, *Panduan Lengkap Menguasai Statistik Dengan SPSS 17*, (Jakarta: PT Elex Komputindo, 2009), hal. 285

d. Membuat kesimpulan

Karena " $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($8.147 > 3.09$) maka H_0 ditolak. Jadi, dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang secara bersama-sama antara pendapatan dan harga jual produk terhadap daya beli masyarakat Dusun Klaten desa Tegalrejo, Rejotangan Tulungagung.

5. Analisis Koefisien Determinasi (R^2) Pendapatan, Harga Jual Produk dan Daya Beli Masyarakat secara Parsial

Analisis Koefisien Determinasi (KD) digunakan untuk melihat seberapa besar variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) yang dinyatakan dalam persentase. Persentase peranan semua variabel bebas yang ditunjukkan atas nilai variabel bebas ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R^2). Seperti pada tabel 4.11 Dari uji analisis koefisien determinasi didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.16
Koefisien Determinasi Parsial
Pendapatan terhadap Harga

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.174	1.581		8.965	.000
	PENDAPATAN	.159	.094	.172	1.694	.094

a. Dependent Variable: HARGA

Sumber: Hasil Output SPSS 23.0, 2018

Hasil estimasi ditunjukkan pada nilai pengaruh pendapatan terhadap harga jual produk ($X_1 \rightarrow X_2$) adalah sebesar 0,172 (Tabel 4.16). Nilai

tersebut menunjukkan bahwa pengaruh pendapatan memberikan pengaruh terhadap tingkat harga jual produk secara parsial adalah sebesar 17,2%.

Tabel 4.17
Koefisien Determinasi Parsial
Pendapatan terhadap Daya Beli Masyarakat

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.514	1.565		7.355	.000
	PENDAPATAN	.311	.093	.325	3.335	.001

a. Dependent Variable: DAYABELI

Sumber: Hasil Output SPSS 23.0, 2018

Hasil estimasi ditunjukkan pada nilai pengaruh pendapatan terhadap daya beli masyarakat ($X_1 \rightarrow Y$) adalah sebesar 0,325 (Tabel 4.17). Nilai tersebut menunjukkan pengaruh pendapatan secara langsung terhadap terhadap daya beli masyarakat secara parsial adalah sebesar 32.5 %

Tabel 4.18
Koefisien Determinasi Parsial
Harga terhadap Daya Beli Masyarakat

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.185	1.734		7.026	.000
	HARGA	.269	.103	.261	2.621	.010

a. Dependent Variable: DAYABELI

Sumber: Hasil Output SPSS 23.0, 2018

Hasil estimasi ditunjukkan pada nilai pengaruh harga jual produk terhadap daya beli masyarakat ($X_2 \rightarrow Y$) adalah sebesar 0,261 (Tabel 4.18). Nilai tersebut menunjukkan pengaruh harga jual produk memberikan pengaruh terhadap daya beli masyarakat secara parsial adalah sebesar 26,1%.

**Tabel : 4.19 Model Summary
Pendapatan dan Harga jual produk
terhadap Daya beli masyarakat**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.386 ^a	.149	.131	1.153

a. Predictors: (Constant), X2, X1

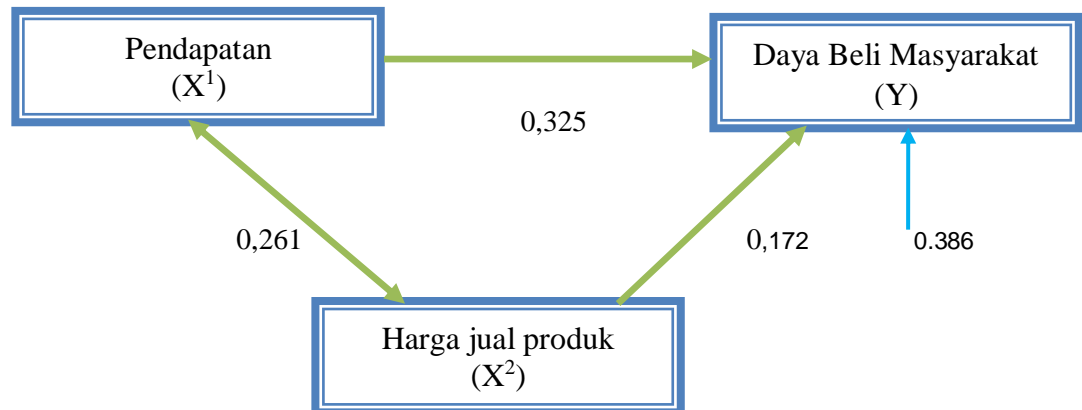
b. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil output SPSS 23,0, 2018

Nilai R Square atau koefisien determinasi adalah 0.149 artinya 14,9% variabel terikat daya beli masyarakat dapat dipengaruhi oleh variabel bebas yang terdiri dari pendapatan dan tingkat harga jual produk. Sisanya sebesar 85,1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian ini, seperti minat, komitmen, jangkauan untuk pendistribusian, iklan, dan citra perusahaan.

6. Analisis Jalur / Path Analysis

Gambar 4.2
Analisis jalur (*path analysis*) Pendapatan dan Harga jual produk terhadap Daya beli masyarakat



Dari gambar tersebut dapat dihitung berapa besar pengaruh langsung maupun tidak langsung sebagai berikut :

Untuk perhitungan pengaruh langsung adalah koefisien jalur dikuadratkan kemudian dikalikan dengan 100%.

1. Pengaruh dari pendapatan terhadap harga jual produk di Dusun Klaten Desa Tegalrejo terdiri dari pengaruh langsung (*direct effect*) dan tidak langsung (*indirect effect*).
 - a. Pencarian pengaruh langsung (*direct effect*) pendapatan terhadap daya beli masyarakat adalah sebagai berikut

DE X^1

$$Y = (\rho X^1)^2 \times 100 \%$$

$$Y = (0,325)^2 \times 100 \%$$

$$Y = 10,5\%$$

Jadi diketahui pengaruh langsung adalah sebesar 10,5%

- b. Pencarian pengaruh tidak langsung (indirect effect) pendapatan terhadap daya beli masyarakat adalah sebagai berikut

$$IE X^1 = Y(\text{via } X^2) = (\rho_{X^1 X^2} \times r_{X^1 X^2} \times \rho_{X^2 Y}) \times 100\%$$

$$IE X^1 = Y(\text{via } X^2) = (0,325 \times 0,261 \times 0,172) \times 100\%$$

$$IE X^1 = Y(\text{via } X^2) = 1,5 \%$$

Jadi diketahui pengaruh tidak langsung adalah sebesar 1,5 %

- c. Maka diketahui pengaruh total Pendapatan terhadap daya beli masyarakat adalah $10,5\% + 1,5\% = 12\%$. Jadi diketahui pengaruh total pendapatan terhadap daya beli masyarakat adalah sebesar 12%

2. Pengaruh langsung dari Harga jual produk terhadap Daya beli masyarakat di Dusun Klaten Desa Tegalrejo adalah:

- a. Pencarian pengaruh langsung (direct effect) Harga jual produk terhadap Daya beli masyarakat adalah sebagai berikut

$$DE X^2$$

$$Y = (\rho_{X^2 Y})^2 \times 100 \%$$

$$Y = (0,172)^2 \times 100 \%$$

$$Y = 2,9 \%$$

Jadi diketahui pengaruh langsung adalah sebesar 2,9 %

- b. Pencarian pengaruh tidak langsung (indirect effect) Harga jual produk terhadap Daya beli masyarakat adalah sebagai berikut.

$$IE X^1 = Y(\text{via } X^2) = (\rho_{X^1 X^2} \times r_{X^1 X^2} \times \rho_{X^2 Y}) \times 100\%$$

$$IE X^1 = Y(\text{via } X^2) = (0,325 \times 0,261 \times 0,172) \times 100\%$$

$$IE X^1 = Y(\text{via } X^2) = 1,5 \%$$

Jadi diketahui pengaruh tidak langsung adalah sebesar 1,5 %

c. Maka diketahui pengaruh total Harga jual produk terhadap Daya beli masyarakat adalah $2,9\% + 1,5\% = 4,4\%$. Jadi diketahui pengaruh total Harga jual produk terhadap Daya beli masyarakat adalah sebesar 4,4 %.

3. Secara Bersama-sama pendapatan dan harga jual produk mampu mempengaruhi daya beli masyarakat sebesar 16,4% dan sisanya sebesar 83,6 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

Analisis jalur digunakan untuk memprediksi perubahan nilai variabel dependen apabila nilai variabel independen naik atau turun nilainya. Dalam penelitian ini analisis jalur digunakan karena variabel yang menjadi kajian dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel independen yaitu pendapatan sebagai variabel X_1 dan harga jual produk sebagai variabel X_2 dan satu variable dependen yaitu daya beli masyarakat, sehingga dapat diketahui dan dapat dibuktikan sejauh mana hubungan pendapatan dan harga jual produk terhadap daya beli masyarakat.