

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan

KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo merupakan koperasi unit desa yang bergerak dibidang sapi perah yang beralamat di desa krucil kecamatan krucil kabupaten probolinggo. Berdiri sejak 1980 dan memiliki badan hukum : 4612/BH/H/1980 tanggal 23 september 1980. Produk yang dihasilkan yakni produk olahan susu sapi.

4.1.2 Deskripsi Data Responden

Dari hasil kuesioner yang telah disebarkan kepada konsumen argopuro krucil diperoleh informasi sebagai berikut :

a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 8
Jenis kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	
	Orang	Persentase
Laki-laki	52	58%
Perempuan	38	42%
Total	90	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 8 menjelaskan bahwa keputusan pembelian pada KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo didominasi oleh Laki-laki sebanyak 52 orang (58%) dan Perempuan sebanyak 38 orang (42%).

b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Tabel 9
Usia Responden

Usia	Jumlah	
	Orang	Persentase
17-25	26	29%
26-35	27	30%
36-45	21	23%
>46	16	18%
Total	90	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 9 menjelaskan bahwa keputusan pembelian pada KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo yang menjadi responden paling banyak adalah berusia 17-25 sebanyak 26 orang (29%), 26-35 sebanyak 27 orang (30%), kemudian diikuti oleh berusia 36-45 sebanyak 21 orang (23%) dan yang berusia > 46 sebanyak 16 orang (18%). Dapat disimpulkan bahwa yang menjadi responden terbanyak dalam penelitian ini adalah usia 26-35 tahun (30%).

c. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan

Tabel 10
Tingkat Pendidikan Responden

Pendidikan	Jumlah	
	Orang	Persentase
SD	14	16%
SMP	28	31%
SMA	36	40%
Sarjana	12	13%
Total	90	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Dilihat dari tabel 10 tingkat pendidikan responden menunjukkan bahwa kelompok tingkat pendidikan SD sebanyak 14 orang (16%),

SMP sebanyak 28 orang (31%), SMA sebanyak 36 orang (40%), dan Sarjana sebanyak 12 orang (13%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa pendidikan terakhir responden terbanyak adalah SMA sebanyak 36 orang (40%).

4.1.3 Deskripsi Variabel Independen dan Dependen

1. Tanggapan responden mengenai Kualitas Produk pada KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 11
Data Frekuensi Jawaban Kualitas Produk (X₁)

Jawaban	Nomor Pernyataan						$\sum X_1$	%
	1	2	3	4	5	6		
Sangat Setuju	31	28	21	19	15	19	133	25%
Setuju	55	57	57	54	67	63	353	65%
Kurang Setuju	4	5	12	17	8	8	54	10%
Tidak Setuju	0	0	0	0	0	0	0	0%
Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0	0	0	0	0%
Jumlah	90	90	90	90	90	90	540	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 11, tanggapan responden mengenai kualitas produk dari kuesioner yang diberikan diketahui bahwa 25% responden menyatakan sangat setuju, 65% responden menyatakan setuju, 10% responden menyatakan kurang setuju, 0% responden menyatakan tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

2. Tanggapan responden mengenai Harga pada KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 12
Data Frekuensi Jawaban Harga (X₂)

Jawaban	Nomor Pernyataan					ΣX_2	%
	1	2	3	4	5		
Sangat Setuju	54	51	43	28	22	198	44%
Setuju	31	35	44	60	63	233	51,78%
Kurang Setuju	4	4	3	2	4	17	3,78%
Tidak Setuju	1	0	0	0	1	2	0,44%
Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0	0	0	0%
Jumlah	90	90	90	90	90	450	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 12, tanggapan responden mengenai harga dari kuesioner yang diberikan diketahui bahwa 44% responden menyatakan sangat setuju, 51,78% responden menyatakan setuju, 3,78% responden menyatakan kurang setuju, 0,44% responden menyatakan tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

3. Tanggapan responden mengenai Promosi pada KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 13
Data Frekuensi Jawaban Promosi (X₃)

Jawaban	Nomor Pernyataan					ΣX_3	%
	1	2	3	4	5		
Sangat Setuju	72	60	33	11	6	182	40,45%
Setuju	17	29	56	78	82	262	58,22%
Kurang Setuju	1	1	1	1	2	6	1,33%
Tidak Setuju	0	0	0	0	0	0	0%
Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0	0	0	0%
Jumlah	90	90	90	90	90	450	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 13, tanggapan responden mengenai promosi dari kuesioner yang diberikan diketahui bahwa 40,45% responden menyatakan sangat setuju, 58,22% responden menyatakan setuju,

1,33% responden menyatakan kurang setuju, 0% responden menyatakan tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

4. Tanggapan responden mengenai Kualitas Produk pada KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 14
Data Frekuensi Jawaban Kualitas Produk (Y)

Jawaban	Nomor Pernyataan						ΣY	%
	1	2	3	4	5	6		
Sangat Setuju	18	5	10	5	3	2	43	7,96%
Setuju	68	83	75	77	76	77	456	84,44%
Kurang Setuju	3	2	4	8	11	9	37	6,86%
Tidak Setuju	1	0	1	0	0	2	4	0,74%
Sangat Tidak Setuju	0	0	0	0	0	0	0	0%
Jumlah	90	90	90	90	90	90	540	100%

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 14, tanggapan responden mengenai kecerdasan emosional dari kuesioner yang diberikan diketahui bahwa 7,96% responden menyatakan sangat setuju, 84,44% responden menyatakan setuju, 6,86% responden menyatakan kurang setuju, 0,74% responden menyatakan tidak setuju dan 0% responden menyatakan sangat tidak setuju.

4.2 Analisis Data

4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Untuk melihat valid tidaknya suatu instrumen, syarat minimum untuk dianggap memenuhi valid adalah jika $r_{hitung} > r_{tabel} = 0,207$, jadi apabila nilai koefisien korelasi (r) lebih besar dari $0,207$ (r_{tabel}) dapat dinyatakan valid.

a. Kualitas Produk (X_1)

Hasil pengujian validitas untuk kualitas produk (X_1) adalah sebagai berikut:

Tabel 15
Data Validitas Kualitas Produk (X_1)

No Pernyataan	r_{hitung}	$r_{tabel} (90-2) = 88$	Keterangan
1	0,594	0,207	Valid
2	0,628	0,207	Valid
3	0,647	0,207	Valid
4	0,522	0,207	Valid
5	0,611	0,207	Valid
6	0,503	0,207	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

b. Harga (X_2)

Hasil pengujian validitas untuk harga (X_2) adalah sebagai berikut:

Tabel 16
Data Validitas Harga (X_2)

No Pernyataan	r_{hitung}	$r_{tabel} (90-2) = 88$	Keterangan
1	0,654	0,207	Valid
2	0,756	0,207	Valid
3	0,740	0,207	Valid
4	0,644	0,207	Valid
5	0,485	0,207	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

c. Promosi (X_3)

Hasil pengujian validitas untuk promosi (X_3) adalah sebagai berikut:

Tabel 17
Data Validitas promosi (X_3)

No Pernyataan	r_{hitung}	$r_{tabel} (90-2) = 88$	Keterangan
1	0,690	0,207	Valid
2	0,808	0,207	Valid
3	0,785	0,207	Valid
4	0,604	0,207	Valid
5	0,498	0,207	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

d. Keputusan Pembelian (Y)

Hasil pengujian validitas untuk Keputusan Pembelian (Y) adalah sebagai berikut:

Tabel 18
Data Validitas Keputusan pembelian (Y)

No Pernyataan	r_{hitung}	$r_{tabel} (90-2) = 88$	Keterangan
1	0,566	0,207	Valid
2	0,474	0,207	Valid
3	0,606	0,207	Valid
4	0,588	0,207	Valid
5	0,697	0,207	Valid
6	0,603	0,207	Valid

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 15, 16, 17 dan 18 menunjukkan bahwa r_{hitung} variabel kualitas produk, harga, promosi dan keputusan pembelian lebih besar dari r_{tabel} , sehingga dapat dikatakan bahwa semua indikator setiap masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid. Uji validitas untuk masing-masing item dari variabel menunjukkan nilai yang berada diatas nilai r_{tabel} yaitu sebesar 0,207.

2. Uji Reliabilitas

Hasil pengujian reliabilitas untuk masing masing variabel adalah sebagai berikut :

Tabel 19
Data Hasil pengujian Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Ketetapan Reliabel	Keterangan
Kualitas Produk	0,609	0,60	Reliabel
Harga	0,668	0,60	Reliabel
Promosi	0,719	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,615	0,60	Reliabel

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 19 menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian mempunyai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,6 sehingga dapat dikatakan semua pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel.

4.2.2 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 20
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,13388593
Most Extreme Differences	Absolute	,055
	Positive	,055
	Negative	-,055
Test Statistic		,055
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 Diolah, 2022

Dari hasil pengujian normalitas dengan melihat tabel *One Sample Kormogorov Smirnov* diatas menunjukkan bahwa Asymp. Sig (2-tailed) menunjukkan angka 0,200 yang berarti lebih besar dari 0,05 atau $0,200 > 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Tabel 21
Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6,625	2,437		2,718	,008		
	Kualitas Produk	,299	,065	,406	4,591	,000	,907	1,103
	Harga	,184	,069	,237	2,683	,009	,911	1,098
	Promosi	,267	,085	,269	3,156	,002	,976	1,024

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Dari hasil pengujian multikolinearitas dapat diketahui nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) ketiga variabel, yaitu kualitas produk dengan nilai 1,103, harga dengan nilai 1,098 dan promosi dengan nilai 1,024. Menggunakan besaran *tolerance* (α) dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Dengan menggunakan α atau $\text{tolerance} = 10\%$ atau 0,1 maka $\text{VIF} = 10$. Dari output besar VIF hitung (VIF Kualitas Produk = $1,103 < 10$, VIF Harga = $1,098 < 10$, VIF Promosi = $1,024 < 10$) dan *tolerance* variabel bebas, ($\text{Kualitas Produk} = 0,907 > 0,1$ atau 90,7% diatas 10%, $\text{Harga} = 0,911 > 0,1$ atau 91,1% diatas 10% dan $\text{Promosi} = 0,976 > 0,1$ atau 97,6% diatas 10%). Maka dapat disimpulkan bahwa antar variabel bebas tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 22
Uji Glejser

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5,286	1,471		3,595	,001
Kualitas Produk	-,032	,039	-,088	-,817	,416
Harga	-,070	,041	-,181	-1,692	,094
Promosi	-,095	,051	-,192	-1,853	,067

a. Dependent Variable: ABS

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan hasil output SPSS uji glejser diatas diketahui bahwa nilai signifikansi Kualitas Produk = 0,416, Harga = 0,094, Promosi= 0,067 lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Tabel 23
Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,625 ^a	,391	,370	1,153	2,003

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

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Berdasarkan hasil output SPSS uji autokorelasi pada gambar diatas diperoleh angka DW 2,003 dengan jumlah N = 90 dan jumlah variabel (k) = 3 serta $\alpha = 5\%$ diperoleh angka DL = 1,5889 dan DU 1,7264 sehingga diperoleh $4 - DL = 4 - 1,5889 = 2,4111$ dan $4 - DU = 4 - 1,7264 = 2,2736$. Karena nilai DW 2,003 terletak antara $DU <$

DW < 4 – DU atau 1,7264 < 1,961 < 2,2736 maka pada model persamaan regresi yang diajukan tidak terjadi autokorelasi.

4.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 24
Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,625	2,437		2,718	,008
	Kualitas Produk	,299	,065	,406	4,591	,000
	Harga	,184	,069	,237	2,683	,009
	Promosi	,267	,085	,269	3,156	,002

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Persamaan koefisien regresi berganda adalah sebagai berikut:

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

$$Y = 6,625 + 0,299X_1 + 0,184X_2 + 0,267X_3 + 2,437$$

Dari Persamaan regresi diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. $a = 6,625$ artinya nilai keputusan pembelian sebesar 6,625 sebagai nilai konstan untuk variabel terikat.
2. $b_1 = 0,299$ menyatakan koefisien regresi kualitas produk (X_1), setiap peningkatan nilai kualitas produk sebesar 1 maka akan meningkatkan nilai keputusan pembelian sebesar 0,299 dengan asumsi variabel yang lain yaitu harga dan promosi bernilai tetap.
3. $b_2 = 0,184$ menyatakan koefisien regresi harga (X_2), setiap peningkatan harga sebesar 1 maka akan meningkatkan nilai

keputusan pembelian sebesar 0,184 dengan asumsi variabel yang lain yaitu kualitas produk dan promosi bernilai tetap.

4. $b_3 = 0,267$ menyatakan koefisien regresi promosi (X_3), setiap peningkatan promosi sebesar 1 maka akan meningkatkan nilai keputusan pembelian sebesar 0,267 dengan asumsi variabel yang lain yaitu kualitas produk dan harga bernilai tetap.

4.2.4 Koefisien Determinasi

Tabel 25
Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,625 ^a	,391	,370	1,153

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

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Determinasi menunjukkan besarnya pengaruh ketiga variabel bebas terhadap variabel terikat yang diperoleh dari nilai *Adjusted R Square*. Koefisien determinasi dapat dilihat dari tabel diatas yang menunjukkan bahwa *Adjusted R Square* dihitung dengan $0,370 \times 100\% = 37\%$ yang berarti bahwa keputusan pembelian 37% dipengaruhi oleh kualitas produk, harga dan promosi, sedangkan 63% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti saat ini.

4.2.5 Uji Hipotesis

1. Uji Simultan (F)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas mempunyai pengaruh yang sama terhadap variabel terikat, hasil uji secara simultan sebagaimana tabel berikut:

Tabel 26
Uji Koefisien Regresi Secara Simultan
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	73,528	3	24,509	18,421	,000 ^b
	Residual	114,427	86	1,331		
	Total	187,956	89			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

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

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

a. Menentukan rumusan hipotesis

$H_0 : \beta_i = 0$; secara simultan tidak ada pengaruh secara signifikan antara kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo.

$H_a : \beta_i \neq 0$; secara simultan ada pengaruh secara signifikan antara kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo.

b. Menentukan F_{hitung}

Berdasarkan tabel diperoleh perolehan F_{hitung} sebesar 18,421.

c. Menentukan F_{tabel}

Dengan menggunakan tingkat keyakinan 95%, $\alpha = 5\%$ df 1 (jumlah variabel-1) = 3 dan df 2 (n-k-1) atau $90-3-1 = 86$ (n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel independen).

Hasil F_{tabel} diperoleh sebesar 2,71

d. Menentukan kriteria pengujian

1) Jika $F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima.

2) Jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak.

e. Membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel}

Nilai $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ ($18,421 > 2,71$) (sig. $0,00 < 0,05$) maka H_0 ditolak. Artinya, Ada pengaruh signifikan antara Kualitas produk (X_1), Harga (X_2) dan Promosi (X_3) secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y).

2. Uji Parsial (t)

Tabel 27
Uji Koefisien Regresi Secara Parsial
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,625	2,437		2,718	,008
	Kualitas Produk	,299	,065	,406	4,591	,000
	Harga	,184	,069	,237	2,683	,009
	Promosi	,267	,085	,269	3,156	,002

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

a. Menentukan rumusan hipotesis

$H_0 : \beta_i = 0$; secara parsial tidak ada pengaruh secara signifikan antara kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo.

$H_a : \beta_i \neq 0$; secara parsial ada pengaruh secara signifikan antara kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo.

b. Menentukan t_{hitung}

Berdasarkan tabel diperoleh t_{hitung} kualitas produk yaitu 4,591 , t_{hitung} harga yaitu 2,683 dan t_{hitung} promosi yaitu 3,156.

c. Menentukan t_{tabel}

Tabel distribusi t dicari pada $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$ (uji dua sisi) dengan derajat kebebasan (df) $n-k-1$ atau $90-3-1 = 86$ (1,987) (n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel independen).

Dengan pengujian dua sisi (signifikansi 0,025).

d. Kriteria pengujian :

1) H_0 ditolak apabila $t_{hitung} \geq t_{tabel}$

2) H_0 diterima apabila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$

e. Membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel}

1) Nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ ($4,591 \geq 1,987$) (sig. $0,000 \leq 0,025$) maka H_0 ditolak. Artinya ada pengaruh signifikan variabel kualitas produk (X_1) secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y).

2) Nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ ($2,683 \geq 1,987$) (sig. $0,009 \leq 0,025$) maka H_0 ditolak. Artinya ada pengaruh signifikan variabel harga (X_2) secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y).

3) Nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ ($3,156 \geq 1,987$) (sig. $0,002 \leq 0,025$) maka H_0 ditolak. Artinya ada pengaruh variabel promosi (X_3) secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y).

3. Uji Dominan (Uji *Standardized beta coefficients*)

Untuk uji dominan dapat dilihat pada tabel 27 dengan membandingkan nilai koefisien beta masing-masing variabel.

1. Variabel kualitas produk (X_1) dengan nilai koefisien beta 0,406
2. Variabel harga (X_2) dengan nilai koefisien beta 0,237
3. Variabel promosi (X_3) dengan nilai koefisien beta 0,269

Jadi variabel kualitas produk (X_1) merupakan variabel berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian pada KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo dengan nilai koefisien beta sebesar 0,406.

4.3 Pembahasan

4.3.1 Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Simultan

Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian secara simultan pada KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo,

melalui hasil perhitungan yang telah diperoleh F_{hitung} 18,421 yang lebih besar dari F_{tabel} 2,71 atau $(18,421 > 2,71)$ dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari α ($0,000 < 0,05$), Berarti bahwa kualitas produk, harga dan promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo.

Penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Heri Erlangga, *dkk.* (2021), hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa uji F menghasilkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($56,081 > 2,700$) dengan tingkat signifikan ($0,000 < 0,05$). Artinya, variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemudian hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Akrim Ashal Lubis (2015), hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa uji F menghasilkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($5,296 > 3,20$) dengan tingkat signifikan ($0,008 < 0,05$). Artinya, harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemudian hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rini Astutik *dkk.* (2021), hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa uji F menghasilkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($15,255 > 3,090$) dengan tingkat signifikan ($0,000 < 0,05$). Artinya, promosi dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemudian hasil penelitian yang dilakukan Nurmin Arianto & Giovani (2020), hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa uji F

menghasilkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($72,760 > 4,84$) dengan tingkat signifikan ($0,000 < 0,01$). Artinya kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemudian hasil penelitian yang dilakukan oleh Khotim Fadhli *dkk* (2021), hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa uji F menghasilkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($66,824 > 3,25$) dengan tingkat signifikan ($0,000 < 0,05$). Artinya harga dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

4.3.2 Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Parsial

Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian secara parsial pada KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo, melalui hasil perhitungan variabel kualitas produk nilai t_{hitung} yang diperoleh sebesar 4,591 yang lebih besar dari t_{tabel} yaitu sebesar 1,987 atau $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ ($4,591 \geq 1,987$) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,025$ ($0,000 \leq 0,025$). Hasil perhitungan variabel harga nilai t_{hitung} yang diperoleh sebesar 2,683 yang lebih besar dari t_{tabel} yaitu sebesar 1,987 atau $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ ($2,683 \geq 1,987$) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,009 lebih kecil dari $\alpha = 0,025$ ($0,009 \leq 0,025$). Dan hasil perhitungan variabel promosi nilai t_{hitung} yang diperoleh sebesar 3,156 yang lebih besar dari t_{tabel} yaitu sebesar 1,987 atau $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ ($3,156 \geq 1,987$) dengan tingkat signifikansi sebesar

0,002 lebih kecil dari $\alpha = 0,025$ ($0,002 \leq 0,025$). Dengan demikian, kualitas produk harga dan promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo.

Penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Heri Erlangga, *dkk.* (2021), Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dilihat dari hasil pengujian hipotesis $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8,806 > 1,984$) dan $sig < 0,05$ ($0,000 < 0,05$). Kemudian penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Akrim Ashal Lubis (2015), Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dilihat dari hasil pengujian hipotesis $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3.102 > 2.009$) dan $sig < 0,05$ ($0,003 < 0,05$), kemudian penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rini Astutik *dkk* (2021), Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dilihat dari hasil pengujian hipotesis $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3.807 > 1,984$) dan $sig < 0,05$ ($0,000 < 0,05$). Kemudian penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nurmin Arianto & Giovani (2020), Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dilihat dari hasil pengujian hipotesis $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($10,457 > 1,661$) dan $sig < 0,1$ ($0,000$

$< 0,1$). Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nurmin Arianto & Giovani (2020) hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dilihat dari hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,815 > 1,661$) dan nilai $sig < 0,1$ ($0,006 < 0,1$). Kemudian penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Khotim Fadhli *dkk* (2021), hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dilihat dari hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,846 > 1,683$) dan nilai $sig < 0,05$ ($0,007 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian terdahulu yang dilakukan Rini Astutik *dkk* (2021) menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dilihat dari hasil pengujian hipotesis $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3012 > 1984$) dengan nilai signifikan sebesar $0,003 < 0,05$. Kemudian penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Khotim Fadhli *dkk* (2021), hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dilihat dari hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8,560 > 1,683$) dan nilai $sig < 0,05$ ($0,000 < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa

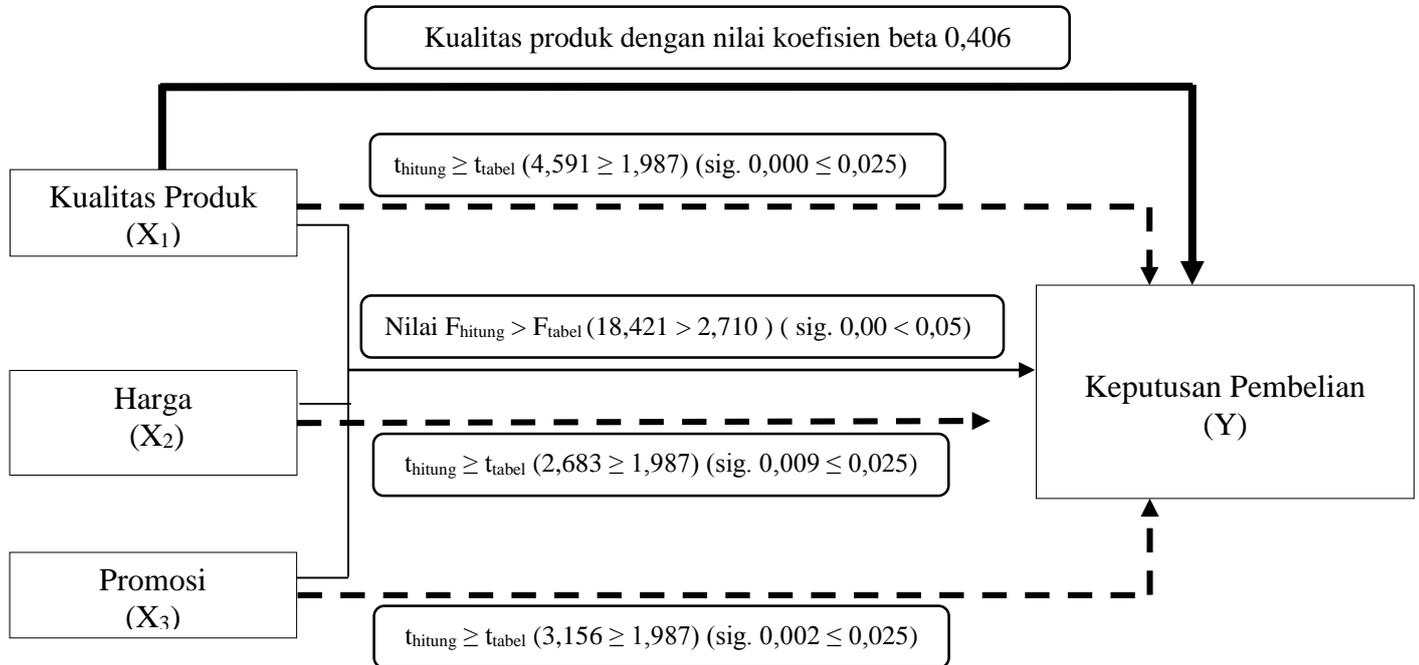
secara parsial promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

4.3.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo Secara Dominan

Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian secara dominan pada KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo, melalui hasil perhitungan yang telah diperoleh nilai koefisien beta untuk variabel kualitas produk sebesar 0,406 yang lebih besar dari koefisien beta variabel harga sebesar 0,237 dan koefisien beta variabel promosi sebesar 0,269 atau ($X_1 = 0,406 > X_3 = 0,269 > X_2 = 0,237$). Dengan demikian, maka variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang lebih banyak atau dominan terhadap keputusan pembelian pada KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo.

Penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nurmin Arianto & Giovani (2020). Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh dominan dengan perolehan nilai koefisien beta sebesar 0,712 lebih besar dari nilai koefisien beta untuk variabel harga sebesar 0,192. Dengan demikian, maka variabel kualitas produk memiliki pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian pada penelitian tersebut.

4.3.4 Hasil Kerangka Berpikir



Keterangan :

- Pengaruh Simultan
- Pengaruh Parsial
- Pengaruh Dominan

Gambar 2 : Hasil Kerangka Berpikir

Sumber : Data Primer Diolah, 2022

Dapat dibuktikan bahwa variabel kualitas produk (X_1), harga (X_2) dan Promosi (X_3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y) dimana diperoleh nilai $F_{hitung} = 18,421$. Sedangkan dari uji parsial dibuktikan bahwa variabel kualitas produk (X_1) berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y) dengan nilai $t_{hitung} = 4,591$. Variabel harga (X_2) berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y) dengan nilai $t_{hitung} = 2,683$. Sedangkan variabel promosi (X_3)

berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) dengan nilai $t_{hitung} = 3,156$. Variabel kualitas produk (X_1) yang mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian (Y) pada KUD Argopuro Krucil Kabupaten Probolinggo dengan nilai koefisien beta = 0,406.