

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil dari penyebaran kuesioner terdapat 86 responden yang merupakan Konsumen Pedagang daging sapi di pasar maron Probolinggo dapat diketahui karakteristik dari responden yang terdiri dari jenis kelamin, usia, dan jenis pekerjaan.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan data penelitian yang diperoleh dari penyebaran kuesioner maka karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2
Distribusi Jenis Kelamin Responden pembelian daging sapi di pasar maron Probolinggo

No	Jenis Kelamin	frekuensi	Presentase
1	Laki-Laki	26	30%
2	Perempuan	60	70%
Jumlah		86	100%

Sumber: Data Primer, diolah2022

Berdasarkan Tabel 2 di atas dapat diketahui bahwa dari 86 responden pembelian daging sapi di Pasar Maron Probolinggo, sebanyak 30% atau 26 orang merupakan responden laki-laki. Kemudian sebanyak 70% atau 60 orang merupakan responden perempuan.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Berdasarkan data penelitian yang diperoleh dari penyebaran kuesioner maka karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3
Distribusi Usia Responden pembelian daging sapi di pasar maron Probolinggo

No	Umur	Frekuensi	Presentase
1	18-30th	13	15%
2	31-40th	33	38%
3	41-55th	40	47%
Jumlah		86	100%

Sumber: Data Primer, diolah 2022

Berdasarkan Tabel 3 di atas dapat diketahui bahwa dari 86 responden pembelian daging sapi di Pasar Maron Probolinggo yang berusia 18-30 tahun sebanyak 15% atau 13 orang. Kemudian responden yang berusia 31-40 tahun sebanyak 38% atau 33 orang. Sedangkan responden yang berusia 41-55 tahun sebanyak 47% atau 40 orang.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan data penelitian yang diperoleh dari penyebaran kuesioner maka karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4
Distribusi Jenis Pekerjaan Responden pemelian daging sapi di pasar maron Probolinggo

No	Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
1	Pegawai Swasta	11	13%
2	Wiraswasta	19	22%
3	Petani	10	12%
4	Ibu Rumah Tangga	26	30%
5	Pelajar/Mahasiswa	-	-
6	Lain-lain	20	23%
Jumlah		86	100%

Sumber: Data Primer, diolah 2022

Berdasarkan Tabel 4 diatas dapat diketahui bahwa jenis pekerjaan yang dimiliki oleh responden pada pembelian daging sapi di pasar maron Probolinggo. Dari 86 responden terdapat 0 % atau 0 orang merupakan pelajar/mahasiswa. Kemudian sebanyak 23% atau 20 orang merupakan pegawai negeri sipil (PNS). Selanjutnya sebanyak 13% atau 11 orang adalah karyawan swasta. Kemudian sebanyak 22% atau 19 orang merupakan wiraswasta. Dan sebanyak 30% atau 26 orang merupakan pengurus rumah tangga.

4.1.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian

Untuk menerangkan tanggapan responden terhadap variabel penelitian maka dilakukan analisis jawaban yang diberikan kepada responden dengan total 17 pertanyaan maupun pernyataan yang ada didalam kuesioner.

1. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Harga

Pada hasil penelitian terhadap variabel Harga pada responden pembelian daging sapi dipasar maron Probolinggo, maka diperoleh rekapitulasi skor jawaban yang tertera pada tabel berikut:

Tabel 5
Data Frekuensi Jawaban Variabel Harga

No Pertanyaan	Tanggapan Responden					Jumlah
	SS	S	CS	TS	STS	
	5	4	3	2	1	
1	25	39	21	1	0	86
2	4	23	51	4	4	86
3	0	7	65	12	2	86
4	0	1	45	33	7	86
5	0	0	17	52	17	86
6	0	0	10	33	43	86
Jumlah	29	70	209	135	73	516
Persentase	6%	14%	40%	26%	14%	100%

Sumber : Data Primer, diolah 2022

Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui penilaian dari 86 responden terhadap pernyataan tentang harga, menunjukkan bahwa 6% responden menyatakan sangat setuju, 14% responden menyatakan setuju, 40% responden menyatakan cukup setuju, 26% responden menyatakan tidak setuju, 14% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Responden terbanyak menjawab setuju, menunjukkan bahwa harga daging sapi di pasar maron Probolinggo dapat menarik minat konsumen karena daging yang dijual bermacam-macam jenisnya dan memiliki cita rasa yang khas.

2. Tanggapan Responden Terhadap Variabel kualitas produk

Pada hasil penelitian terhadap variabel kualitas produk pada responden di pasar maron Probolinggo, maka diperoleh rekapitulasi skor jawaban yang tertera pada tabel berikut:

Tabel 6
Data Frekuensi Jawaban Variabel kualitas produk

No Pertanyaan	Tanggapan Responden					Jumlah
	SS	S	CS	TS	STS	
	5	4	3	2	1	
1	37	34	14	1	0	86
2	6	35	43	2	0	86
3	1	6	68	10	1	86
4	0	1	57	20	8	86
5	0	0	23	40	23	86
6	0	0	3	23	60	86
Jumlah	44	76	208	96	92	516
Persentase	9%	15%	40%	19%	17%	100%

Sumber : Data Primer, diolah 2022

Berdasarkan tabel 6 dapat diketahui penilaian dari 86 responden terhadap pernyataan tentang kualitas produk, menunjukkan bahwa 9% responden menyatakan sangat setuju, 15% responden menyatakan setuju, 40% responden menyatakan cukup setuju, 19% responden menyatakan tidak setuju, 17% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Responden terbanyak menjawab sangat setuju, menunjukkan bahwa kualitas produk dapat menciptakan keputusan pembelian, dimana jika ada kualitas produk maka konsumen akan lebih tertarik untuk membeli produk daging sapi di pasar maron Probolinggo.

3. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian

Pada hasil penelitian terhadap variabel keputusan pembelian pada responden dipasar maron Probolinggo, maka diperoleh rekapitulasi skor jawaban yang tertera pada tabel berikut:

Tabel 7
Data Frekuensi Jawaban Variabel Keputusan Pembelian

No Pertanyaan	Tanggapan Responden					Jumlah
	SS	S	CS	TS	STS	
	5	4	3	2	1	
1	33	22	18	12	1	86
2	29	23	29	4	1	86
3	28	23	15	15	5	86
4	34	14	18	17	3	86
5	28	25	19	12	2	86
Jumlah	152	107	99	60	12	430
Persentase	35%	25%	23%	14%	3%	100%

Sumber : Data Primer, diolah 2022

Berdasarkan tabel 7 dapat diketahui penilaian dari 86 responden terhadap pernyataan tentang keputusan pembelian, menunjukkan bahwa 35% responden menyatakan sangat setuju, 25% responden menyatakan setuju, 23% responden menyatakan cukup setuju, 14% responden menyatakan tidak setuju, 3% responden menyatakan sangat tidak setuju.

Responden terbanyak menjawab setuju, hal ini menunjukkan bahwa keputusan terhadap konsumen pembelian daging sapi di pasar maron Probolinggo cukup tinggi. Hal ini dikarenakan tempat yang sangat strategis, adanya harga dan kualitas produk yang baik dan memiliki cita rasa yang khas. Untuk itu, dua variabel ini harus benar-benar diperhatikan untuk bisa menciptakan keputusan pembelian.

4.2 PEMBAHASAN

4.2.1 Uji Validitas

1. Uji Validitas Harga (X_1)

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner. Pengujian validitas dilakukan dengan membandingkan hasil r hitung dengan r tabel dimana dengan $df = (N-2)$ jadi $86 - 2 = 84$ dengan sig 0,05 (=5%), sehingga diketahui $r_{tabel} = 0,212$ dengan hasil sebagai berikut:

a. Harga (X_1)

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan SPSS 22 dapat disajikan data sebagai berikut:

Tabel 8
Hasil Uji Validitas Harga (X_1)

Variabel	No Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Harga (X_1)	1	0,707	0,212	Valid
	2	0,584	0,212	Valid
	3	0,652	0,212	Valid
	4	0,756	0,212	Valid
	5	0,723	0,212	Valid
	6	0,539	0,212	Valid

Sumber : Data Primer, diolah 2022

Berdasarkan tabel 8 di atas, menunjukkan bahwa variabel harga (X_1) mempunyai nilai r hitung yang lebih besar dari nilai r tabel. Uji validitas untuk masing-masing item dari setiap variabel menunjukkan nilai yang berada di atas nilai $r_{tabel} = 0,212$. Maka kuesioner variabel harga semua item pernyataan tersebut dinyatakan valid dan semua butir pernyataan tersebut dapat digunakan dan dipercaya.

b. Kualitas Produk

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan SPSS 22 dapat disajikan data sebagai berikut:

Tabel 9
Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X₂)

Variabel	No Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Kualitas Produk (X ₂)	1	0,712	0,212	Valid
	2	0,757	0,212	Valid
	3	0,615	0,212	Valid
	4	0,706	0,212	Valid
	5	0,715	0,212	Valid
	6	0,521	0,212	Valid

Sumber : Data Primer, diolah 2022

Berdasarkan tabel 9 di atas menunjukkan bahwa variable kualitas produk (X₂) mempunyai nilai r hitung yang lebih besar dari nilai r tabel. Uji validitas untuk masing-masing item dari setiap butir pernyataan menunjukkan nilai yang berada di atas nilai r tabel (0,212). Maka kuesioner variabel kualitas produk semua item pernyataan tersebut dinyatakan valid dan semua butir pernyataan tersebut dapat digunakan dan dipercaya.

c. Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian menggunakan SPSS 22 dapat disajikan data sebagai berikut:

Tabel 10
Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Variabel	No Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Keputusan Pembelian (Y)	1	0,672	0,212	Valid
	2	0,701	0,212	Valid
	3	0,722	0,212	Valid
	4	0,793	0,212	Valid
	5	0,541	0,212	Valid

Sumber : Data Primer, diolah 2022

Berdasarkan tabel 10 di atas, menunjukkan bahwa variabel keputusan pembelian (Y) mempunyai nilai r hitung yang lebih besar dari nilai r tabel. Uji validitas untuk masing-masing item dari setiap butir pernyataan menunjukkan nilai yang berada di atas nilai r tabel= (0,212). Maka kuesioner variabel keputusan pembelian semua item pernyataan tersebut dinyatakan valid dan semua butir pernyataan tersebut dapat digunakan dan dipercaya.

4.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui keandalan suatu alat ukur yang digunakan dalam penelitian. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik analisis *Cronbach Alpha*. suatu kuisoner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Kriteria jika:

1. *Cronbach alpha* > 0, 60 maka reliable
2. *Cronbach alpha* < 0, 60 maka tidak reliable.

Hasil pengujian masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

Tabel 11
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Pernyataan (N)	<i>Cronbach Alpha</i>	<i>Critical Value</i>	Keterangan
X ₁	6 Item	0,731	0,60	Reliabel
X ₂	6 Item	0,759	0,60	Reliabel
Y	5 Item	0,719	0,60	Reliabel

Sumber : Data Primer, diolah 2022

Berdasarkan tabel 11 di atas, menunjukkan bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* 0,6 – 0,79 = Reliabilitas diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel.

4.2.3 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu untuk uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika VIF yang dihasilkan diantara 1-0 maka tidak terjadi multikolinieritas.”

Hasil pengujian model regresi yang diperoleh menunjukkan nilai-nilai dan VIF untuk masing-masing variabel sebagai berikut:

Tabel 12
Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2.288	1.846		-1.240	.219		
	Harga (X1)	.742	.128	.504	5.772	.000	.600	1.667
	Kualitas Produk (X2)	.544	.131	.364	4.170	.000	.600	1.667

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)
Sumber : Data Diolah, 2022

Berdasarkan tabel 12 diperoleh hasil nilai VIF untuk variabel kepercayaan (X_1) sebesar 1,667 dan hasil nilai VIF untuk variabel kualitas informasi (X_2) sebesar 1,667. Dengan perolehan hasil nilai VIF tiap variabel bebas yang memiliki nilai antara 1-10 maka dapat disimpulkan bahwasanya dalam model ini tidak terjadi multikolinieritas..

2. Uji Autokorelasi

Menguji autokorelasi dalam suatu model bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya. Untuk data *time series* autokorelasi sering terjadi. Tapi untuk data yang sampelnya *crosssection* jarang terjadi karena variabel pengganggu satu berbeda dengan yang lain”.

Salah satu ukuran dalam menentukan ada tidaknya masalah autokorelasi dengan uji Durbin Watson (DW) dengan kriteria jika:

1. Angka D-W di bawah -2 berarti ada autokorelasi positif.
2. Angka D-W di antara -2 dan +2 berarti tidak ada autokorelasi.
3. Angka D-W di atas +2 berarti ada autokorelasi negatif.

Uji autokorelasi dapat dilakukan dengan melihat nilai Durbin Watson.

Berikut adalah hasil uji autokorelasi:

Tabel 13
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.787 ^a	.620	.611	2.479	2.243

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X2), Harga (X1)

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber: Data Diolah, 2022

tabel hasil uji autokorelasi diatas, dapat dilihat bahwa nilai Durbin-Watson (D-W) dalam penelitian ini sebesar 2,243. Mengacu pada pengambilan keputusan uji autokorelasi nilai 2,243 terdapat di antara -2 dan +2 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi pada penelitian ini.

3. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan *variance* residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas.

H₀ diterima dikarenakan nilai uji heteroskedastisitas sig. (2-tailed) > dari nilai taraf signifikan.

Tabel 14
Uji Spearman

			Harga (X1)	Kualitas Produk (X2)	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Harga (X1)	Correlation Coefficient	1.000	.583**	.118
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.280
		N	86	86	86
		Kualitas Produk (X2)	Correlation Coefficient	.583**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.956
		N	86	86	86
Unstandardized Residual	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.118	-.006	1.000
		Sig. (2-tailed)	.280	.956	.
		N	86	86	86

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data Primer, diolah 2022

Berdasarkan hasil analisis output SPSS pada tabel *Correlations* di atas, menunjukkan nilai sig lebih besar dari 0,05. Maka H₀ diterima dikarenakan nilai uji heteroskedastisitas sig. (2-tailed) > dari nilai taraf signifikan.

4. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual model regresi yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Dalam uji normalitas ini ada 2 cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan uji *statistic kolmogorof* dengan kriteria:

1. Jika signifikan $> 0,05$ maka variabel berdistribusi normal.
2. Jika signifikan $< 0,05$ maka variabel tidak berdistribusi normal

Tabel 15
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		86
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.44963458
Most Extreme Differences	Absolute	.053
	Positive	.053
	Negative	-.046
Test Statistic		.053
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 Diolah, 2022

Hasil pengujian statistik *One Sampel Kolmogrov-Smirnov* di atas menunjukkan bagian Sig. dengan nilai sebesar 0,200, artinya nilai tersebut lebih besar dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai residual terdistribusi normal atau memenuhi syarat uji normalitas.

4.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui tentang pengaruh antar variabel. Perhitungan statistik dalam analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 16
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2.288	1.846		-1.240	.219		
	Harga (X1)	.742	.128	.504	5.772	.000	.600	1.667
	Kualitas Produk (X2)	.544	.131	.364	4.170	.000	.600	1.667

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber : Data Primer, diolah 2022

Model persamaan regresi yang dapat dituliskan dari hasil tersebut dalam bentuk persamaan regresi sebagai berikut:

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

$$Y = -2.288 + 0,742X_1 + -0,544X_2 + 1.846$$

Dimana:

a : Konstanta

X₁ : Harga

X₂ : Kualitas Produk

Y : Keputusan Pembelian

e : Standart error

Dari persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan bahwa:

1. Diketahui nilai konstanta sebesar -2.288 menyatakan jika tidak ada variabel harga (X₁), dan variabel kualitas produksi (X₂), maka keputusan pembelian akan diperoleh nilai sebesar 2.288.

2. Koefisien Regresi b_1 (Harga) = 0,742 yang menyatakan jika ada penambahan satu-satuan kepuasan akan mempengaruhi tingkat keputusan pembelian sebesar 0,742 atau 74,2% dengan variabel bebas berupa kualitas produk dianggap konstan. Hal ini menunjukkan semakin baik dan terjangkau harga maka semakin meningkatkan keputusan pembelian.
3. Koefisien Regresi b_2 (Kualitas Produk) = 0,544 yang menyatakan jika ada penambahan satu-satuan kepuasan akan mempengaruhi tingkat keputusan pembelian sebesar 0,544 atau 54,4% dengan variabel bebas berupa harga dianggap konstan. Hal ini menunjukkan semakin baik pelayanan dan kualitas produk maka semakin meningkatkan keputusan pembelian.

4.2.5 Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dipakai untuk memprediksi seberapa besar kontribusi pengaruh variabel *independen* (X) terhadap variabel *dependent* (Y). Hasil perhitungan program SPSS sebagai berikut:

Tabel 17
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.787 ^a	.620	.611	2.479	2.243

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X2), Harga (X1)

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber : Data Primer, diolah 2022

Dari tabel 17 di atas dapat dilihat bahwa nilai R (koefisien korelasi) sebesar 78,7% menunjukkan bahwa korelasi/hubungan antara variabel x

dengan variabel y memiliki hubungan linier yang sedang. Nilai dari *adjusted R Square* (Koefisien Determinasi) sebesar 0,620 atau 62%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu harga dan kualitas produk sebesar 62%. Sedangkan sisanya 38% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Nilai koefisien determinan (R^2) sebesar 62% karena hasil perhitungan Uji T variabel harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sehingga dapat mempengaruhi hasil determinan (R^2).

4.2.6 Uji Hipotesis

1. Uji F

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

Tabel 18
Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	831.579	2	415.790	67.660	.000 ^b
	Residual	510.060	83	6.145		
	Total	1341.640	85			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X2), Harga (X1)

Sumber: Data Primer, diolah 2022

- a. Berdasarkan data tabel 18 di atas untuk variabel bauran produk (X_1) diperoleh nilai F_{hitung} 67,660 > dari F_{tabel} 2,71 dengan nilai *sig. t* = 0,000

karena nilai *sig. F* < 0,05 maka **H₀diterima dan H_a ditolak**, yang berarti pengaruh yang signifikan variabel harga terhadap keputusan pembelian. Karena nilai F_{hitung} variabel harga (X_1) > dari F_{tabel} sehingga variabel harga (X_1) berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat atau variabel keputusan pembelian(Y) .

- b. Berdasarkan data tabel 18 di atas untuk variabel kualitas produk (X_2) diperoleh nilai F_{hitung} 67,660 lebih besar dari F_{tabel} 2,71 dengan nilai *sig. F* = 0,000 karena nilai *sig. F* > 0,05 maka **H₀diterima dan H_a ditolak**, yang berarti pengaruh yang signifikan variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Karena nilai F_{hitung} variabel kualitas produk (X_2) lebih besar dari F_{tabel} sehingga variabel kualitas produk (X_2) berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat atau variabel keputusan pembelian(Y) ..

2. Uji t

Uji t adalah uji yang digunakan untuk menguji kemampuan koefisien regresi secara parsial, hasil uji secara parsial ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 19
Hasil Uji t

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-2.288	1.846		-1.240	.219
Harga (X1)	.742	.128	.504	5.772	.000
Kualitas Produk (X2)	.544	.131	.364	4.170	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber: Data Primer hasil SPSS 22

- a. Berdasarkan data tabel 19 di atas untuk variabel bauran produk (X_1) diperoleh nilai t_{hitung} 5,772 > dari t_{tabel} 1,984 dengan nilai $sig. t = 0,000$ karena nilai $sig. t < 0,05$ maka **H_0 diterima dan H_a ditolak**, yang berarti pengaruh yang signifikan variabel harga terhadap keputusan pembelian. Karena nilai t_{hitung} variabel harga (X_1) > dari t_{tabel} sehingga variabel harga (X_1) berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat atau variabel keputusan pembelian(Y) .
- b. Berdasarkan data tabel 19 di atas untuk variabel kualitas produk (X_2) diperoleh nilai t_{hitung} 4,170 lebih besar dari t_{tabel} 1,984 dengan nilai $sig. t = 0,000$ karena nilai $sig. t > 0,05$ maka **H_0 diterima dan H_a ditolak**, yang berarti pengaruh yang signifikan variabel promosi terhadap kepuasan konsumen. Karena nilai t_{hitung} variabel kualitas produk (X_2) lebih kecil dari t_{tabel} sehingga variabel kualitas produk (X_2) berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat atau variabel keputusan pembelian(Y) .

3. Uji Dominan

Berdasarkan pengujian dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial terlihat bahwa variabel kualitas produk (X_2) memiliki koefisien hasil uji T_{hitung} lebih kecil yakni 4,170 jika dibandingkan dengan variabel harga (X_1) sebesar 5,772.

Untuk menentukan variabel independen yang paling berpengaruh terhadap variabel Y, dapat pula dilakukan dengan membandingkan koefisien Beta antara variabel satu dengan variabel yang lain. Variabel independen yang paling dominan pengaruhnya terhadap variabel (Y) adalah variabel yang memiliki koefisien regresi yang paling besar.

Tabel 20
Hasil Uji Dominan

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-2.288	1.846		-1.240	.219
	Harga (X_1)	.742	.128	.504	5.772	.000
	Kualitas Produk (X_2)	.544	.131	.364	4.170	.000

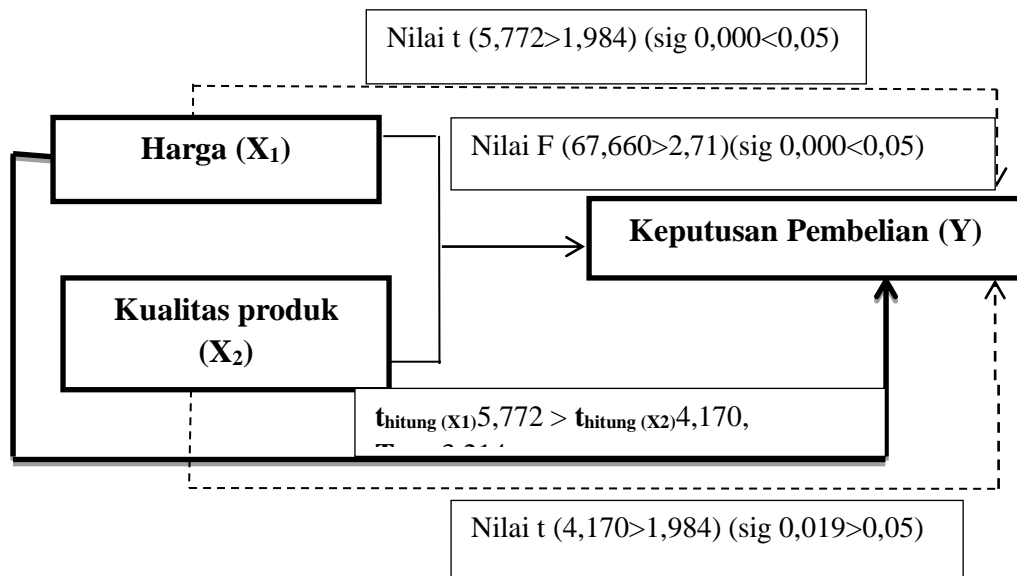
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Sumber: Data Primer hasil SPSS 22

Berdasarkan tabel 20 menunjukkan bahwa nilai koefisien beta variabel harga (X_1) sebesar 0,742 lebih besar dari koefisien beta variabel kualitas produk (X_2) sebesar 0,544. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima yaitu variabel harga (X_1) berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian daging sapi di pasar maron -Probolinggo.

4.3 Hasil Kerangka Berpikir dan Pembahasan

Setelah dilakukan pengujian statistik baik secara simultan (uji F) maupun secara parsial (uji t) maka dapat diketahui hasil dari kerangka berpikir sebagai berikut:



Gambar 5 : Hasil Kerangka Berpikir
Sumber : Pengujian Hipotesis

Keterangan:

- > Pengaruh Secara Simultan
- > Pengaruh Secara Parsial
- > Pengaruh Dominan

a. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Dari hasil pengujian menunjukkan bahwa pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada penjual daging sapi di pasar maron Probolinggo adalah berpengaruh signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa harga yang diberikan untuk konsumen maka akan Menambah keputusan pembelian untuk membeli kembali ke penjual daging sapi di pasar maron Probolinggo karena merasa puas dengan apa yang di dapat oleh konsumen. Hasil pengujian diperoleh t_{hitung} untuk variabel harga lebih kecil dari t_{tabel} yaitu sebesar $5,772 > 1,984$ dengan nilai $sig. = 0,000 < 0,05$. Sehingga hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa terbukti terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini bersesuaian dengan penelitian Asrizal, Muhammad, 2018 dalam konteks Analisis Harga, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart di Kota Medan yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Pada Kartu Kredit Pt. Bank Mandiri Tbk. Dan penelitian ini tidak bertentangan dengan penelitian lain

b. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Dari hasil pengujian menunjukkan bahwa pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian daging sapi di Pasar Maron Probolinggo adalah berpengaruh signifikan. Hal ini dalam kualitas produk yang masih meningkatkan keputusan pembelian, hal ini dikarenakan konsumen

beranggapan bahwa kualitas produk yang diberikan penjual daging sapi di pasar maron Probolinggo pada peningkatan harga dan mengakibatkan keputusan pembelian tetap . Hasil pengujian diperoleh t_{hitung} untuk variabel promosi lebih kecil dari t_{tabel} yaitu sebesar $4,170 > 1,984$ dengan nilai $sig. = 0,00 < 0,05$. Sehingga hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini tidak bertentangan dengan penelitian lainnya. Tetapi penelitian ini juga mempunyai kesamaan dan bersesuaian dengan penelitian Akrim, 2015 dengan konteks Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Pada PT. Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan yang membuktikan variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

c. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.

Dari hasil pengujian menunjukkan bahwa pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian daging sapi di Pasar Maron Probolinggo adalah signifikan dan positif. Hasil pengujian diperoleh nilai F_{hitung} untuk variabel Harga (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) $67.660 > F_{tabel} 2,71$ dengan nilai $sig. F = 0,000 < 0,05$. Sehingga hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian (Y).

d. Pengaruh Dominan

Variabel bebas yang berpengaruh dominan terhadap variabel terikat dapat diketahui dari nilai T_{hitung} variabel Harga (X_1)= 5,772 dengan nilai sig.t 0,000 lebih besar dari nilai T_{hitung} variabel kualitas produk (X_2)=4,170 dengan nilai sig.t 0,000. Atau dapat pula dengan membandingkan nilai koefisien beta dimana variabel kualitas produk (X_2) dengan nilai koefisien regresi 0,544 < variabel Harga (X_1) dengan nilai koefisien regresi 0,742.

Dengan Demikian terbukti jika hipotesis pertama diterima yaitu “Harga berpengaruh Dominan terhadap Keputusan pembelian padapenjual daging sapi di Pasar Maron Probolinggo”. Hal ini menunjukkan bahwa Harga merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian, jika harga yang diterima konsumen sesuai dengan yang diharapkan, maka konsumen akan merasa puasa dengan harga yang ditetapkan. Pelanggan yang memiliki keputusan yang tinggi akan sangat berpengaruh dalam kelangsungan hidup penjual. Oleh karena itu perlunya keputusan bagi konsumen guna untuk mendapatkan hasil yang memuaskan bagi penjual.