

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **1.1 Deskripsi Lokasi Penelitian**

##### **1.1.1 Sejarah Berdirinya CV. Prabulingga**

CV prabulingga merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa percetakan yang didirikan oleh Bapak Akhsan Sunaryanto sejak 20 April 2012, jadi sudah berjalan selama 10 tahun. CV Prabulingga telah mendapat surat ijin pendirian oleh notaris dengan SIUP nomor 517.1/091/425.117/2018. Modal awal CV Prabulingga ini berasal dari modal sendiri dan modal asing. Modal sendiri berasal dari pemilik usaha yakni Bapak Akhsan sunaryanto sedangkan modal asing berasal dari pinjaman pihak ketiga yakni Bank Central Asia (BCA).

CV prabulingga merupakan perseroan komanditer yang menjalankan usaha dalam bidang percetakan, fotocopy, jasa servis, (komputer, laptop, printer) dan alat tulis kantor. Dalam membangun usaha ini Bapak akhsan dibantu oleh 23 orang karyawan termasuk dirinya sendiri yang menjadi pemilik sekaligus karyawan dalam usahanya. Dan berlokasi di Komplek Ruko Panglima Sudirman Blok G-4 Kelurahan Kebonsari Wetan Kecamatan Kanigaran Kota Probolinggo.

##### **1.1.2 Tujuan Berdirinya CV. Prabulingga**

Setiap mendirikan usaha perusahaan memiliki tujuan, dan tujuan pendirian CV Prabulingga adalah sebagai berikut:

- a. Meningkatkan kesejahteraan hidup bagi diri sendiri serta keluarga dari hasil pendapatan usaha
- b. Sesuai dengan kemampuan yang dimiliki oleh pemilik
- c. Pekerjaan turun-temurun dari orang tua, karena Ibu dari pemilik juga memiliki usaha seperti bapak Aksan
- d. Peluang bisnis di dunia percetakan lebih luas usaha percetakan pendapatannya lebih menjanjikan.

## 1.2 Hasil Penelitian

### 1.2.1 Deskripsi Data Responden

Responden dalam penelitian ini berjumlah 40 orang yang merupakan Konsumen CV. Prabulingga Kota Probolinggo pada bulan April 2022. Deskripsi responden dalam penelitian ini meliputi: jenis kelamin, usia, dan pekerjaan konsumen CV. Prabulingga Kota Probolinggo.

#### a. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 3 berikut ini:

**Tabel 3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	LAKI-LAKI	32	80,0	80,0	80,0
	PEREMPUAN	8	20,0	20,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Berdasarkan tabel 3 tentang data responden berdasarkan jenis kelamin (*gender*) dapat diketahui bahwa konsumen CV. Prabulingga Kota Probolinggo yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 32 orang atau setara dengan (80%). Sedangkan yang berjenis kelamin Perempuan sebanyak 8 orang atau setara dengan (20%) Dengan demikian responden dalam penelitian ini mayoritas berjenis kelamin laki-laki.

b. Data Responden Berdasarkan Usia

Responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel 4 berikut ini:

**Tabel 4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-26	13	32,5	32,5	32,5
	27-36	14	35,0	35,0	67,5
	37-46	9	22,5	22,5	90,0
	47>	4	10,0	10,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Sumber :Data primer yang diolah, 2022

Tabel 4 di atas data responden berdasarkan usia, dan dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa jumlah responden yang berusia 17-26 tahun sebanyak 13 konsumen (32,5%), jumlah responden yang berusia 27-36 tahun sebanyak 14 konsumen (35%), jumlah responden yang berusia 37-46 tahun sebanyak 9 konsumen (22,5%), jumlah responden yang berusia 47> tahun sebanyak 4 konsumen (10%). Sehingga dapat

dikatakan bahwa konsumen CV. Prabulingga Kota Probolinggo rata-rata berusia 27-36 tahun.

c. Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

Responden berdasarkan tingkat pekerjaan dapat dilihat pada tabel 5 berikut ini:

**Tabel 5**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

		Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS	18	45,0	45,0	45,0
	KARYAWAN	12	30,0	30,0	75,0
	WIRASWASTA	4	10,0	10,0	85,0
	LAINNYA	6	15,0	15,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

Sumber : Data primer yang diolah, 2022

Tabel 5 di atas menunjukkan bahwa responden yang bekerja sebagai PNS sebanyak 18 konsumen (45%), untuk responden yang bekerja sebagai karyawan sebanyak 12 konsumen (30%), untuk responden yang bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 4 konsumen (10%) dan yang bekerja lainnya sebanyak 6 konsumen (15%). Hal ini menunjukkan bahwa responden pada penelitian ini mayoritas berstatus bekerja sebagai PNS.

### 1.2.2 Penilaian Responden

Rekapitulasi penilaian responden terhadap kuesioner yang diberikan kepada Konsumen CV. Prabulingga Kota Probolinggo untuk

masing-masing variabel diantaranya: Kepercayaan, Kualitas Informasi, Kualitas Produk, dan Keputusan Pembelian.

a. Kepercayaan

Penilaian responden terhadap kuesioner variabel Kepercayaan ( $X_1$ ), sebagaimana tabel 6 berikut ini:

**Tabel 6**  
**Distribusi Frekuensi Variabel Kepercayaan**

NO	Item Pernyataan	Frekuensi Jawaban										Jumlah
		SS	F	S	F	CS	F	TS	F	STS	F	
1.	Pernyataan 1	21	52,5%	19	47,5%	0	0%	0	0%	0	0%	40
2.	Pernyataan 2	20	50%	20	50%	0	0%	0	0%	0	0%	40
3.	Pernyataan 3	25	62,5%	14	35%	1	2,5%	0	0%	0	0%	40
4.	Pernyataan 4	22	55%	17	42,5%	1	2,5%	0	0%	0	0%	40
5.	Pernyataan 5	21	52,5%	19	47,5%	0	0%	0	0%	0	0%	40
6.	Pernyataan 6	20	50%	20	50%	0	0%	0	0%	0	0%	40
<b>Jumlah</b>		<b>129</b>		<b>109</b>		<b>2</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>240</b>
<b>Frekuensi</b>		<b>53,7%</b>		<b>45,4%</b>		<b>0,8%</b>		<b>0%</b>		<b>0%</b>		<b>100%</b>

Sumber : Data primer diolah, 2022.

Pada tabel 6 dapat diketahui bahwa penilaian dari 40 responden terhadap pernyataan tentang variabel kepercayaan sebagai  $X_1$  dalam penelitian ini, menunjukkan sebanyak 0% responden menyatakan sangat tidak setuju dan sebanyak 0% responden menyatakan tidak setuju.

Sedangkan sebanyak 0,8% responden memberikan pernyataan cukup setuju, dan sebanyak 45,4% responden menyatakan setuju serta sebanyak 53,7% responden memberikan pernyataan sangat setuju.

## b. Kualitas Informasi

Penilaian responden terhadap kuesioner variabel Kualitas Informasi ( $X_2$ ), sebagaimana pada tabel 7 berikut ini:

**Tabel 7**  
**Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Informasi**

NO	Item Pernyataan	Frekuensi Jawaban										Jumlah
		SS	F	S	F	CS	F	TS	F	STS	F	
1.	Pernyataan 1	13	32,5%	25	62,5%	2	5%	0	0%	0	0%	40
2.	Pernyataan 2	17	42,5%	19	47,5%	4	10%	0	0%	0	0%	40
3.	Pernyataan 3	11	27,5%	27	67,5%	2	5%	0	0%	0	0%	40
4.	Pernyataan 4	15	37,5%	25	62,5%	0	0%	0	0%	0	0%	40
5.	Pernyataan 5	10	25%	29	72,5%	1	2,5%	0	0%	0	0%	40
6.	Pernyataan 6	20	50%	20	50%	0	0%	0	0%	0	0%	40
<b>Jumlah</b>		<b>86</b>		<b>145</b>		<b>9</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>240</b>
<b>Frekuensi</b>		<b>35,8%</b>		<b>60,4%</b>		<b>3,7%</b>		<b>0%</b>		<b>0%</b>		<b>100%</b>

Sumber : Data primer diolah, 2022.

Pada tabel 7 diatas dapat diketahui bahwa penilaian dari 40 responden terhadap pernyataan tentang variabel kualitas informasi sebagai  $X_2$  pada riset ini, menunjukkan sebanyak 0% responden menyatakan sangat tidak setuju dan sebanyak 0% responden menyatakan tidak setuju.

Sedangkan sebanyak 3,7% responden memberikan pernyataan cukup setuju, dan sebanyak 60,4% responden menyatakan setuju serta sebanyak 35,8% responden memberikan pernyataan sangat setuju.

## c. Kualitas Produk

Penilaian responden terhadap kuesioner variabel Kualitas Produk

( $X_3$ ), sebagaimana tabel 8 berikut ini:

**Tabel 8**  
**Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk**

NO	Item Pernyataan	Frekuensi Jawaban										Jumlah
		SS		S		CS		TS		STS		
1.	Pernyataan 1	9	22,5%	31	77,5%	0	0%	0	0%	0	0%	40
2.	Pernyataan 2	19	47,5%	21	52,5%	0	0%	0	0%	0	0%	40
3.	Pernyataan 3	15	37,5%	21	52,5%	4	10%	0	0%	0	0%	40
4.	Pernyataan 4	17	42,5%	19	47,5%	4	10%	0	0%	0	0%	40
5.	Pernyataan 5	16	40%	24	60%	0	0%	0	0%	0	0%	40
6.	Pernyataan 6	10	25%	30	75%	0	0%	0	0%	0	0%	40
7.	Pernyataan 7	20	50%	20	50%	0	0%	0	0%	0	0%	40
8.	Pernyataan 8	9	22,5%	31	77,5%	0	0%	0	0%	0	0%	40
<b>Jumlah</b>		<b>115</b>		<b>197</b>		<b>8</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>320</b>
<b>Frekuensi</b>		<b>35,9%</b>		<b>61,5%</b>		<b>2,5%</b>		<b>0%</b>		<b>0%</b>		<b>100%</b>

Sumber : Data primer diolah, 2022.

Pada tabel 8 diatas dapat diketahui bahwa penilaian dari 40 responden terhadap pernyataan tentang variabel kualitas produk sebagai  $X_3$  pada riset ini, menunjukkan sebanyak 0% responden menyatakan sangat tidak setuju dan sebanyak 0% responden menyatakan tidak setuju.

Sedangkan sebanyak 2,5% responden memberikan pernyataan cukup setuju, dan sebanyak 61,5% responden menyatakan setuju serta sebanyak 35,9% responden memberikan pernyataan sangat setuju.

## d. Keputusan Pembelian

Penilaian responden terhadap kuesioner variabel Keputusan Pembelian (Y), sebagaimana tabel 9 berikut ini:

**Tabel 9**  
**Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian**

NO	Item Pernyataan	Frekuensi Jawaban										Jumlah
		SS	F	S	F	CS	F	TS	F	STS	F	
1.	Pernyataan 1	17	42,5%	19	47,5%	4	10%	0	0%	0	0%	40
2.	Pernyataan 2	11	27,5%	29	72,5%	0	0%	0	0%	0	0%	40
3.	Pernyataan 3	11	27,5%	24	22,5%	5	12,5%	0	0%	0	0%	40
4.	Pernyataan 4	11	27,5%	29	72,5%	0	0%	0	0%	0	0%	40
5.	Pernyataan5	12	30%	28	70%	0	0%	0	0%	0	0%	40
6.	Pernyataan6	15	37,5%	25	62,5%	0	0%	0	0%	0	0%	40
<b>Jumlah</b>		<b>77</b>		<b>154</b>		<b>9</b>		<b>0</b>		<b>0</b>		<b>240</b>
<b>Frekuensi</b>		<b>32%</b>		<b>64,1%</b>		<b>3,7%</b>		<b>0%</b>		<b>0%</b>		<b>100%</b>

Sumber : Data primer diolah, 2022.

Pada tabel 9 diatas dapat diketahui bahwa penilaian dari 40 responden terhadap pernyataan tentang keputusan pembelian sebagai Y pada penelitian ini, menunjukkan sebanyak 0% responden menyatakan sangat tidak setuju dan sebanyak 0% responden menyatakan tidak setuju.

Sedangkan sebanyak 3,7% responden memberikan pernyataan cukup setuju, dan sebanyak 64,1% responden menyatakan setuju serta sebanyak 32% responden memberikan pernyataan sangat setuju.

### 1.3 Analisis Data

#### 1.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

##### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Dalam uji validitas ini dilakukan dengan menggunakan suatu analisis korelasi yaitu *correlate bivariate*. Hasil uji Validitas dapat dilihat pada tabel 10 berikut ini :

**Tabel 10**  
**Hasil Uji Validitas**

Pernyataan	r Hitung	r Tabel 5% (40-2=38)	Keterangan
Kepercayaan (X <sub>1</sub> )			
1	0,357	0,3120	Valid
2	0,527	0,3120	Valid
3	0,416	0,3120	Valid
4	0,449	0,3120	Valid
5	0,341	0,3120	Valid
6	0,527	0,3120	Valid
Kualitas Informasi (X <sub>2</sub> )			
1	0,556	0,3120	Valid
2	0,470	0,3120	Valid
3	0,542	0,3120	Valid
4	0,563	0,3120	Valid
5	0,374	0,3120	Valid
6	0,463	0,3120	Valid
Kualitas Produk (X <sub>3</sub> )			
1	0,443	0,3120	Valid
2	0,531	0,3120	Valid
3	0,519	0,3120	Valid

4	0,470	0,3120	Valid
5	0,434	0,3120	Valid
6	0,505	0,3120	Valid
7	0,463	0,3120	Valid
8	0,443	0,3120	Valid
Keputusan Pembelian (Y)			
1	0,470	0,3120	Valid
2	0,512	0,3120	Valid
3	0,375	0,3120	Valid
4	0,441	0,3120	Valid
5	0,599	0,3120	Valid
6	0,563	0,3120	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2022.

Berdasarkan tabel 10 hasil uji validitas diatas diketahui bahwasanya seluruh item pernyataan memiliki nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan untuk variabel kepercayaan, kualitas informasi, kualitas produk, dan keputusan pembelian yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan sebagai alat ukur suatu kuesioner yang termasuk indikator dari suatu konstruk. Kuisisioner tersebut dapat dikatakan reliabel jika memiliki jawaban responden tersebut stabil antar waktu serta memiliki *Cronbach Alpha*  $>$  0,60 pada variabelnya.

Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 11 berikut ini :

**Tabel 11**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,857	26

Sumber : Data primer hasil olahan SPSS 23, 2022.

Berdasarkan tabel 11 hasil uji reliabilitas diatas, dapat dilihat bahwasanya seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel (stabil antar waktu). Hal ini dapat dianalisa dari *Cronbach Alphas* yang memiliki nilai lebih besar yakni sebesar 0,857 dari pada nilai reliabilitas yang ditetapkan yaitu sebesar 0,60.

### 1.3.2 Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat perbandingan antara data yang dimiliki dengan data berdistribusi normal yang memiliki mean dan standar deviasi yang sama dengan data yang dimiliki. Suatu pengujian dapat dikatakan memiliki model regresi baik apabila mempunyai suatu nilai residual yang terdistribusi secara normal. Jika suatu data memiliki nilai signifikansi  $> 0,05$  dapat disimpulkan bahwa data tersebut terdistribusi normal. Hasil uji Normalitas dapat dilihat pada tabel 12 berikut ini :

**Tabel 12**  
**Hasil Uji Normalitas**

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,68724792
Most Extreme Differences	Absolute	,107
	Positive	,058
	Negative	-,107
Test Statistic		,107
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

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 hasil olahan SPSS 23, 2022

Berdasarkan tabel 12 hasil uji normalitas diatas, diketahui nilai signifikansi  $0,200 > 0,05$ . Dari nilai signifikansi tersebut maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya variabel bebas yang memiliki kemiripan antar variabel bebas lainnya dalam suatu model. Dalam uji multikolinieritas ditentukan jika nilai *tolerance value*  $> 0,10$  maka tidak terjadi multikolinieritas atau apabila VIF yang didapat memiliki nilai antara 1-10 maka didapatkan kesimpulan bahwasanya tidak terjadi multikolinieritas.. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi multikolinieritas

diantara variabel bebasnya. Hasil uji Multikolinieritas dapat dilihat pada tabel 13 berikut ini :

**Tabel 13**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Toleranc	e	VIF
1 (Constant)	1,469	2,922		,503	,618			
KEPERCAYAAN	,239	,084	,291	2,824	,008	,854	1,171	
KUALITAS INFORMASI	,451	,127	,508	3,543	,001	,440	2,272	
KUALITAS PRODUK	,174	,118	,221	1,471	,150	,399	2,506	

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Berdasarkan tabel 13 hasil uji multikolinieritas diatas, didapatkan hasil nilai toleransi untuk variabel kepercayaan ( $X_1$ ) sebesar 0,854. Sedangkan hasil nilai toleransi untuk variabel kualitas informasi ( $X_2$ ) sebesar 0,440 dan hasil nilai toleransi untuk variabel kualitas produk ( $X_3$ ) sebesar 0,399. Dilihat dari nilai toleransi tiap variabel bebas yang memiliki nilai toleransi  $> 0,10$  maka dapat disimpulkan bahwasanya dalam model ini tidak terjadi multikolinieritas.

Begitu juga jika dilihat dari nilai VIF pada tabel 15 di atas, diperoleh hasil nilai VIF untuk variabel kepercayaan ( $X_1$ ) sebesar 1,171 dan hasil nilai VIF untuk variabel kualitas informasi ( $X_2$ ) sebesar 2,272. Sementara nilai VIF untuk variabel kualitas produk ( $X_3$ ) diperoleh hasil sebesar 2,506. Dengan perolehan hasil nilai VIF tiap variabel bebas

yang memiliki nilai antara 1-10 maka dapat disimpulkan bahwasanya dalam model ini tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji perbedaan *variance residual* suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Suatu model dinyatakan baik jika tidak timbul heteroskedastisitas.

Salah satu cara untuk menguji heteroskedastisitas ini yaitu dengan menggunakan uji tingkat signifikansi yang biasa disebut dengan uji Glejser. Dalam hal ini jika hasil pengujian tersebut menghasilkan nilai signifikan  $> 0,05$  maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji Heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel 14 berikut ini :

**Tabel 14**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,009	1,132		,008	,994
Kepercayaan	-,017	,031	-,095	-,553	,583
Kualitas informasi	,047	,041	,250	1,160	,254
kualitas produk	-,005	,036	-,032	-,142	,888

a. Dependent Variable: RES2

Sumber : Data primer hasil olahan SPSS 23, 2022.

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada tabel 14 di atas, diperoleh bahwasanya nilai signifikansi dari masing-masing variabel bebas dimana variabel kepercayaan sebagai  $X_1$  memiliki nilai signifikansi  $0,583 > 0,05$ . Selain itu variabel kualitas informasi sebagai  $X_2$  memiliki nilai signifikansi  $0,254 > 0,05$  dan variabel kualitas produk sebagai  $X_3$  memiliki nilai signifikansi  $0,888 > 0,05$ .

Dengan perolehan nilai signifikansi dari masing-masing variabel bebas pada uji heteroskedastisitas diatas yang secara keseluruhan memiliki nilai signifikansi lebih besar daripada *margin of error* yaitu sebesar 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel bebas (X) dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel sebelumnya. Dasar pengambilan keputusan uji autokorelasi yaitu sebagai berikut:

- a. Angka D-W kurang dari -2 artinya timbul autokorelasi positif,
- b. Angka D-W di antara -2 dan +2 artinya tidak ada autokorelasi, dan
- c. Angka D-W lebih dari +2 artinya timbul autokorelasi negatif.

Hasil uji autokorelasi dapat dilihat pada tabel 15 berikut ini :

**Tabel 15**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,900 <sup>a</sup>	,810	,794	,715	1,929

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kepercayaan, Kualitas Informasi

b. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Sumber : Data primer hasil olahan SPSS 23, 2022.

Pada tabel 15 yaitu tabel hasil uji autokorelasi diatas, dapat dilihat bahwa nilai Durbin-Watson (D-W) dalam penelitian ini sebesar 1,929. Mengacu pada pengambilan keputusan uji autokorelasi nilai 1,929 terdapat di antara -2 dan +2 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi pada penelitian ini.

### 1.3.3 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda berguna untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Hasil uji regresi berganda dapat dilihat pada tabel 16 berikut ini :

**Tabel 16**  
**Hasil Analisis Regresi Berganda**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,469	2,922		,503	,618
Kepercayaan	,239	,084	,291	2,824	,008
Kualitas Informasi	,451	,127	,508	3,543	,001
Kualitas Produk	,174	,118	,221	1,471	,150

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Sumber : Data primer hasil olahan SPSS 23, 2022.

Berdasarkan tabel 16 di atas dapat dilihat bahwa nilai konstanta (nilai  $\alpha$ ) sebesar 1,469 dan untuk variabel kepercayaan (nilai  $\beta$ ) sebesar 0,239, variabel kualitas informasi (nilai  $\beta$ ) sebesar 0,451. Begitupun untuk variabel kualitas produk (nilai  $\beta$ ) sebesar 0,174. Sehingga dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 1,469 + 0,239X_1 + 0,451X_2 + 0,174X_3$$

Yang artinya :

1. Nilai konstanta keputusan pembelian (Y) sebesar 1,469 yang menyatakan jika variabel  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $X_3$  sama dengan nol yaitu variabel kepercayaan, variabel kualitas informasi, variabel kualitas produk maka keputusan pembelian adalah sebesar 1,469..
2. Koefisien variabel kepercayaan ( $X_1$ ) sebesar 0,239 yang berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel  $X_1$  (variabel kepercayaan) sebesar 1% maka keputusan pembelian meningkat sebesar 0,239 (23,9%). Begitupun sebaliknya, setiap terjadi penurunan variabel kepercayaan ( $X_1$ ) sebesar 1% maka keputusan pembelian menurun sebesar 0,239 (23,9%). Namun jika terjadi peningkatan maupun adanya penurunan nilai maka tidak akan berpengaruh pada variabel lain dalam artian nilai Variabel lain tetap. .
3. Koefisien variabel kualitas informasi ( $X_2$ ) sebesar 0,451 yang berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel  $X_2$  (variabel

kualitas informasi) sebesar 1% maka keputusan pembelian meningkat sebesar 0,451 (45,1%). Begitupun sebaliknya, setiap terjadi penurunan variabel kualitas informasi ( $X_2$ ) sebesar 1% maka keputusan pembelian menurun sebesar 0,451 (45,1%). Namun jika terjadi peningkatan maupun adanya penurunan nilai maka tidak akan berpengaruh pada variabel lain dalam artian nilai Variabel lain tetap. .

4. Koefisien variabel kualitas produk ( $X_3$ ) sebesar 0,174 yang berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel  $X_3$  (variabel kualitas produk) sebesar 1% maka keputusan pembelian meningkat sebesar 0,174 (17,4%). Begitupun sebaliknya, setiap terjadi penurunan variabel kualitas produk ( $X_3$ ) sebesar 1% maka keputusan pembelian menurun sebesar 0,174 (17,4%). Namun jika terjadi peningkatan maupun adanya penurunan nilai maka tidak akan berpengaruh pada variabel lain dalam artian nilai Variabel lain tetap.

#### **1.3.4 Analisis Determinasi**

Analisis determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk menghitung besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang dinyatakan dalam bentuk persentase (%). Dalam analisis ini dasar pengambilan keputusan dilihat pada jumlah variabel bebas ( $X$ ) dalam suatu model.

Apabila suatu variabel bebas ( $X$ )  $< 2$  maka perhitungan  $R^2$  dapat dilihat pada tabel *R Square*, namun jika dalam suatu model memiliki jumlah variabel bebas ( $X$ )  $> 2$  maka perhitungan  $R^2$  dapat dilihat pada tabel *Adjusted R Square*. Hasil uji determinasi dapat dilihat pada tabel 17 berikut ini :

**Tabel 17**  
**Hasil Analisis Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,821 <sup>a</sup>	,674	,647	1,017

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kepercayaan, Kualitas Informasi

Sumber : Data primer hasil olahan SPSS 23, 2022.

Dari output pada tabel 18 di atas, didapatkan nilai *Adjusted R Square* (koefisien determinasi) sebesar 0,647. Hal ini memiliki arti bahwa variabel independen ( $X$ ) yang terdiri dari variabel kepercayaan, variabel kualitas informasi dan variabel kualitas produk mempengaruhi keputusan konsumen terhadap variabel dependen ( $Y$ ) yaitu keputusan pembelian sebesar 64,7%. Sedangkan untuk sisanya yaitu sebesar 35,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

### 1.3.5 Pengujian Hipotesis

#### a. Uji t (Parsial)

Di dalam suatu model, uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y). Hasil uji hipotesis dapat dilihat pada tabel 18 berikut ini :

**Tabel 18**  
**Hasil Uji t (Parsial)**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,469	2,922		,503	,618
Kepercayaan	,239	,084	,291	2,824	,008
Kualitas Informasi	,451	,127	,508	3,543	,001
Kualitas Produk	,174	,118	,221	1,471	,150

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Sumber : Data primer hasil olahan SPSS 23, 2022.

#### 1) Menentukan rumusan hipotesis

Ho:  $\beta_i = 0$  ; Tidak ada pengaruh secara parsial antara Kepercayaan, Kualitas informasi, Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada CV. Prabulingga Kota Probolinggo.

Ha:  $\beta_i \neq 0$  ; Ada pengaruh secara parsial antara Kepercayaan, Kualitas informasi, Kualitas Produk terhadap

Keputusan Pembelian Pada CV. Prabulingga Kota  
Probolinggo.

2) Menentukan taraf signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan  $\alpha = 5\%$

3) Menentukan  $t_{hitung}$

Berdasarkan table diperoleh  $t_{hitung}$  Kepercayaan yaitu 2,824,  $t_{hitung}$  Kualitas Informasi yaitu 3,543 dan  $t_{hitung}$  Kualitas Produk yaitu 1,471.

4) Menentukan  $t_{tabel}$

Tabel distribusi t dicari pada  $\alpha = 0,05\% : 2 = 0,025\%$  (uji dua sisi) dengan derajat kebebasan  $df = n-k$  dengan hasil  $40-4 = 36$  (2,028). Dimana  $n$  adalah jumlah keseluruhan responden dan  $k$  adalah jumlah keseluruhan variabel dengan pengujian signifikansi  $= 0,05$ .

5) Kriteria pengujian :

$H_0$  diterima apabila  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$

6) Membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$

a) Nilai  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  ( $2,824 \geq 2,028$ ) (sig.  $0,008 \leq 0,05$ ) maka  $H_0$  ditolak. Artinya variable Kepercayaan ( $X_1$ ) berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y).

b) Nilai  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  ( $3,543 \geq 2,028$ ) (sig.  $0,001 \leq 0,05$ ) maka  $H_0$  ditolak. Artinya variable Kualitas Informasi ( $X_2$ ) berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y).

- c) Nilai  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  ( $1,471 \leq 2,028$ ) (sig.  $0,150 \geq 0,05$ ) maka  $H_0$  diterima. Artinya variable Kualitas Produk ( $X_3$ ) tidak berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y).

#### b. Uji F (Uji Koefisien Regresi Secara Simultan)

**Tabel 19**  
**Hasil Uji F (Simultan)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	77,149	3	25,716	24,853	,000 <sup>b</sup>
	Residual	37,251	36	1,035		
	Total	114,400	39			

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kepercayaan, Kualitas Informasi

Sumber : Data primer hasilolahan SPSS 23. 2022

##### 1) Menentukan rumusan hipotesis

$H_0: \beta_i = 0$  ; Tidak ada pengaruh secara simultan antara Kepercayaan, Kualitas informasi, Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada CV. Prabulingga Kota Probolinggo.

$H_a: \beta_i \neq 0$  ; Ada pengaruh secara simultan antara Kepercayaan, Kualitas informasi, Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada CV. Prabulingga Kota Probolinggo.

##### 2) Menentukan tingkat signifikan

Tingkat signifikansi menggunakan  $\alpha = 5\%$  (signifikansi 5% atau 0,05 adalah ukuran standar yang sering digunakan dalam penelitian).

3) Menentukan  $F_{hitung}$

Berdasarkan tabel diatas diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 24,853.

4) Menentukan  $F_{tabel}$

Dengan menggunakan tingkat signifikansi  $\alpha = 5\%$  dengan  $df_1 = k - 1 = 4 - 1 = 3$ ,  $df_2 = n - k - 1 = 40 - 4 - 1 = 35$  (n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independent dan dependen).

Hasil diperoleh untuk  $F_{tabel}$  adalah 2,874.

5) Menentukan kriteria pengujian :

$H_0$  diterima bila  $F_{hitung} < F_{tabel}$

$H_0$  ditolak bila  $F_{hitung} > F_{tabel}$

6) Membandingkan  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$

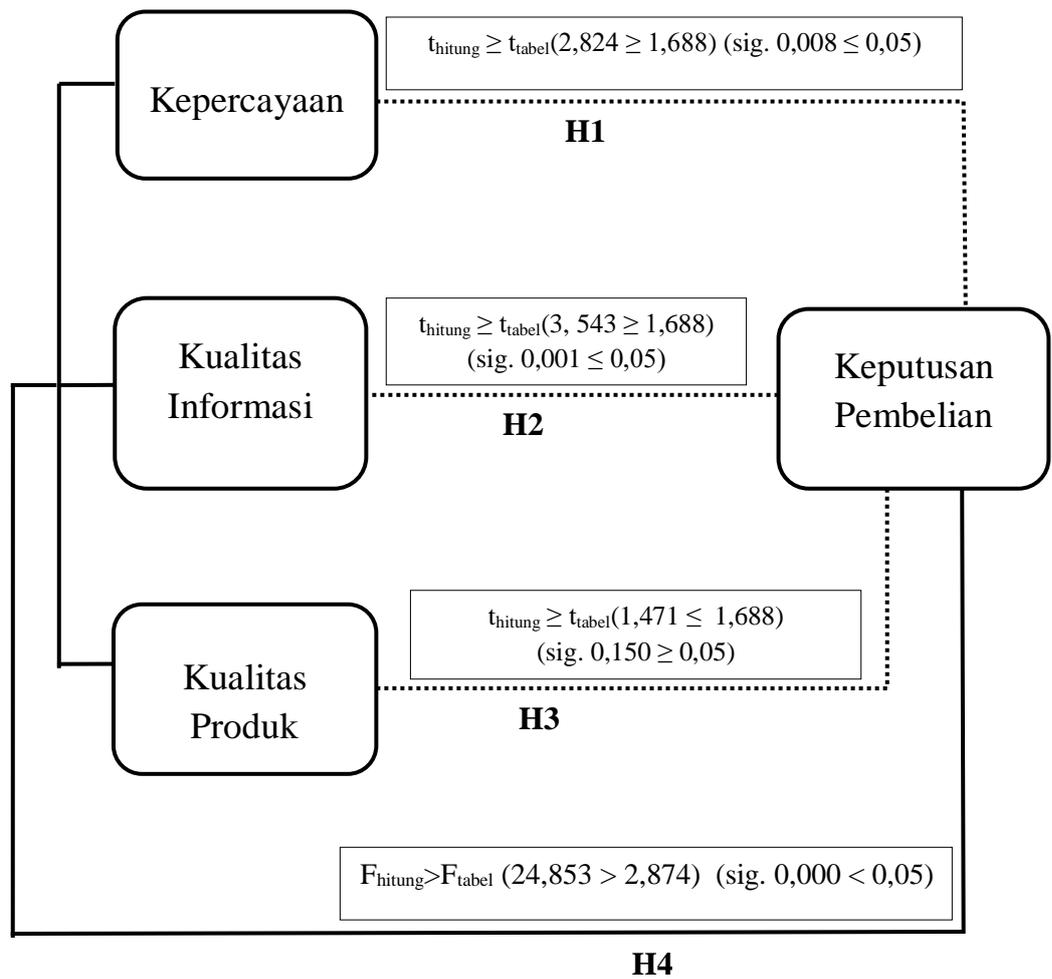
7) Nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $24,853 > 2,874$ ) (sig.  $0,000 < 0,05$ ) maka  $H_0$  diterima. Artinya variabel Kepercayaan ( $X_1$ ), Kualitas Informasi ( $X_2$ ) dan Kualitas Produk ( $X_3$ ) berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

## 1.4 Pembahasan

### 1.4.1 Hasil Kerangka Berpikir

#### 1. Kerangka Berpikir

Hasil kerangka berpikir pada penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:



Gambar 2 : Hasil Kerangka Berfikir  
 Sumber : Data Diolah, 2022

Keterangan :

- > : Pengaruh secara parsial
- : Pengaruh secara simultan

Pada gambar kerangka berpikir di atas, dapat dijelaskan bahwasanya hasil uji hipotesis sebagai berikut:

a. Pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian

Kepercayaan menunjukkan nilai  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  ( $2,824 \geq 1,688$ ) (sig.  $0,008 \leq 0,05$ ) artinya variabel ( $X_1$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ). Hasil pada penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ike Kusdyah Rachmawati, dkk. (2019) yang memiliki hasil penelitian yaitu kepercayaan mempengaruhi secara signifikan positif pada keputusan pembelian. Hasil ini dikuatkan juga oleh salah satu point dari indikator kepercayaan yakni integritas dan kesungguhan dimana yang sangat ditekankan oleh CV. Prabulingga yakni dapat memenuhi kesepakatan yang telah dibuat dengan konsumen dan selalu memberikan yang terbaik kepada konsumen sehingga konsumen percaya dan tertarik untuk melakukan pembelian di CV. Prabulingga.

b. Pengaruh kualitas informasi terhadap keputusan pembelian

Kualitas informasi menunjukkan nilai  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  ( $3,543 \geq 1,688$ ) (sig.  $0,001 \leq 0,05$ ) artinya variabel ( $X_2$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ). Hasil pada penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sari Wahyuni, dkk (2020) yang memiliki hasil penelitian yaitu kualitas informasi berpengaruh secara signifikan pada keputusan

pembelian. Dimana hasil dari penelitian di CV. Prabulingga disimpulkan informasi mempengaruhi keputusan pembelian dengan informasi yang dihasilkan sudah memenuhi kebutuhan konsumen, seperti informasi cukup akurat melalui berbagai media, serta informasi atau penjelasan terhadap suatu produk yang diberikan secara langsung sangat memudahkan konsumen untuk menjatuhkan pilihannya terhadap sebuah produk.

c. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian

Kualitas produk menunjukkan nilai  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  ( $1,471 \leq 1,9696$ ) (sig.  $0,150 \geq 0,05$ ) artinya variabel ( $X_3$ ) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hasil pada penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Amelisa, dkk (2016) yang memiliki hasil penelitian yaitu kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan pada keputusan pembelian. Sehingga variabel kualitas produk ini dapat di simpulkan bahwa keputusan pembelian konsumen pada CV. Prabulingga Kota Probolinggo belum dipengaruhi oleh kualitas produk atau kualitas produk belum menjadi acuan terdorongnya keputusan pembelian, namun konsumen tertarik karna harga yang cukup murah serta pengerjaan yang cukup cepat.

d. Pengaruh kepercayaan, kualitas informasi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan uji F (simultan) pada pengaruh kepercayaan, kualitas informasi dan kualitas produk terhadap Keputusan

Pembelian Pada CV. Prabulingga Kota Probolinggo maka menunjukkan adanya pengaruh yang secara simultan antara kepercayaan, kualitas informasi dan kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian Pada CV. Prabulingga Kota Probolinggo Hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian simultan menunjukkan nilai  $F_{hitung} (24,853 > 2,874)$  dengan nilai  $sig. F = 0,000 < 0,05$ .

Dengan demikian terbukti jika hipotesis keempat dapat diterima yaitu “Ada pengaruh yang secara simultan antara kepercayaan, kualitas informasi dan kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian Pada CV. Prabulingga Kota Probolinggo.

