

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1. Deskripsi Hasil Penelitian

Perusahaan Rabbani merupakan perusahaan yang bergerak di bidang garmen dalam retail busana muslim dengan tagline Profesor Kerudung Indonesia. Dalam menjalankan bisnis ini, Rabbani selalu berusaha memberikan kualitas produk, desain dan letak yang strategis sehingga dapat bersaing di pasaran.

Dalam penelitian ini variabel yang digunakan adalah Kualitas Produk (KPk), Desain Produk (DPk), Lokasi (Lk) dan Keputusan Pembelian (KPe), yang akan dijelaskan pada bagian ini.

5.1.1. Presepsi Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk

Tabel 5.1.
Pertanyaan Kualitas Produk

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah	Mean
1	Produk jilbab Rabbani memiliki tampilan fisik yang mengesankan sehingga menambah rasa percaya diri bagi para penggunanya	26	53	16	5		100	4
2	Saya memilih produk jilbab Rabbani karena awet	27	61	7	4	1	100	4,09
3	Produk jilbab Rabbani mampu memenuhi fashion busana muslim yang saya sukai	20	65	14		1	100	4,03
4	Saya memilih produk jilbab Rabbani karena modelnya bagus	14	41	36	9		100	3,6
5	Produk jilbab Rabbani fleksibel digunakan saat beraktivitas	11	67	19	3		100	3,86

6	Produk jilbab Rabbani sempurna dan bagus	13	70	17			100	3,96
7	Produk jilbab Rabbani selalu memperhatikan standar kualitas pada setiap produknya	18	76	6			100	4,12
8	Produk jilbab Rabbani menyediakan berbagai macam desain yang up to date	14	51	31	4		100	3,75
9	Produk jilbab Rabbani memiliki kualitas produk yang tahan lama	19	67	13	1		100	4,04
Total		3,9388888889						

Sumber : Hasil Perhitungan Peneliti (2018)

Berdasarkan frekuensi jawaban responden yang tercantum pada tabel 5.1 diketahui bahwa nilai mean Kualitas Produk Jilbab Rabbani sebesar 3,9388888889 dapat diartikan bahwa rata-rata responden memberikan tanggapan bahwa variabel Kualitas Produk Jilbab Rabbani adalah tinggi. Selanjutnya distribusi frekuensi juga diketahui bahwa nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,12 terletak pada Produk jilbab Rabbani selalu memperhatikan standar kualitas pada setiap produknya. Sedangkan nilai rata-rata terendah adalah 3,6 karena produk jilbab Rabbani belum mampu memenuhi selera kebutuhan fashion tiap konsumen.

5.1.2. Presepsi Responden Terhadap Variabel Desain Produk

Tabel 5.2.

Pertanyaan Desain Produk

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah	Mean
1	Produk jilbab Rabbani memiliki logo khusus yang unik	36	44	17	3		100	4,13
2	Produk jilbab Rabbani mempunyai kesesuaian dengan konsumen	32	48	14	6		100	4,06

3	Produk jilbab Rabbani memiliki kualitas dan desain yang baik	9	72	14	5		100	3,85
4	Produk jilbab Rabbani awet dan tahan lama	20	52	25	3		100	3,89
5	Produk jilbab Rabbani memiliki model desain yang beragam	10	55	34		1	100	3.73
Total		3.932						

Sumber : Hasil Perhitungan Peneliti (2018)

Berdasarkan frekuensi jawaban responden yang tercantum pada tabel 5.2 diketahui bahwa nilai mean Desain Produk pada Jilbab Rabbani sebesar 3,932 dapat diartikan bahwa rata-rata responden memberikan tanggapan bahwa variabel Desain Produk di Jilbab Rabbani lebih rendah dari pada variabel Kualitas Produk. Selanjutnya distribusi frekuensi juga diketahui bahwa nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,13 terletak pada Produk jilbab Rabbani memiliki logo khusus yang unik. Hal ini berarti bahwa konsumen tertarik dengan ciri yang dimiliki Rabbani. Sedangkan nilai rata-rata terendah adalah 3,73 karena konsumen produk jilbab Rabbani tidak memiliki model desain yang beragam. Hal ini berarti jilbab Rabbani belum mampu memenuhi keinginan konsumen.

5.1.3. Presepsi Responden Terhadap Variabel Lokasi

Tabel 5.3.

Pertanyaan Lokasi

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah	Mean
1	Lokasi Rabbani Bunker Pucang berlokasi pada tempat yang mudah diakses kendaraan	43	46	10	1		100	4.31
2	Lokasi Rabbani Bunker Pucang mudah di lihat oleh konsumen	3	41	50	5	1	100	3,40

3	Lokasi Rabbani Bunker Pucang dapat dari jalan raya karena papan nama	7	77	16			100	3,91
4	Loakasi Rabbani Bunker Pucang memiliki tempat parkir yang luas dan aman	12	67	19	2		100	3,89
5	Lokasi Rabbani Bunker Pucang memiliki suasana yang nyaman untuk berbelanja	47	37	16			100	4,31
Total		3,964						

Sumber : Hasil Perhitungan Peneliti (2018)

Berdasarkan frekuensi jawaban responden yang tercantum pada tabel 5.3 diketahui bahwa nilai mean Lokasi pada Jilbab Rabbani sebesar 3,962 dapat diartikan bahwa rata-rata responden memberikan tanggapan bahwa Lokasi di Jilbab Rabbani lebih tinggi dari pada variabel kualitas produk dan desain produk. selanjutnya distribusi frekuensi juga di ketahui bahwa nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,31 ada dua, yang pertama terletak Lokasi Rabbani Bunker Pucang berlokasi pada tempat yang mudah diakses kendaraan. Dan yang kedua terletak Lokasi Rabbani Bunker Pucang memiliki suasana yang nyaman untuk berbelanja. Sedangkan nilai rata-rata frekuensi terendah adalah 3,89 terletak Loakasi Rabbani Bunker Pucang memiliki tempat parkir yang luas dan aman.

5.1.4. Presepsi Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian

Tabel 5.4.

Pertanyaan Keputusan Pembelian

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS	Jumlah	Mean
1	Ketika ingin memakai produk jilbab, saya pilih merek Rabbani sebagai pilihan pertama	13	28	55	4		100	3,5
2	Produk jilbab Rabbani sesuai dengan pilihan saya	38	48	14			100	4,24
3	Informasi tentang jilbab Rabbani saya dapatkan dari berbagai sumber	26	53	16	5		100	4

4	Alternatif-alternatif merek produk jilbab lain kurang menjadi pertimbangan bagi saya dalam memutuskan membeli produk jilbab Rabbani	27	44	7	4	1	100	3,14
5	Saya akan tetap menggunakan produk jilbab Rabbani tanpa banyak pertimbangan	20	65	14		1	100	4,02
6	Saya memutuskan membeli produk jilbab Rabbani di bandingkan dengan merek produk lainnya	14	41	36	9		100	3,6
7	Produk jilbab Rabbani sangat mudah diperoleh	11	67	19	3		100	3,86
8	Saya akan merekomendasikan produk jilbab Rabbani kepada teman saya	9	70	21			100	3,88
Total		3,024						

Sumber : Hasil Perhitungan Peneliti (2018)

Berdasarkan distribusi frekuensi jawaban responden yang tercantum pada tabel 5.4 diketahui bahwa nilai mean Keputusan Pembelian Jilbab Rabbani sebesar 3,024 dapat diartikan bahwa rata-rata responden memberikan tanggapan baha variabel Keputusan Pembelian di Jilbab Rabbani tergolong tinggi. Selanjutnya distribusi frekuensi rata-rata tertinggi sebesar 4,24 terletak pada Produk jilbab Rabbani sesuai dengan kebutuhan fashion konsumen dan dari rekomendasi teman. Sedangkan nilai rata-rata terendah adalah 3,5 terletak Ketika ingin memakai produk jilbab, saya pilih merek Rabbani sebagai pilihan pertama. Hal ini berarti produk jilbab Rabbani tidak menjadi pilihan utama konsumen.

5.1.5. Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang paling dipilih responden adalah variabel Lokasi, hal ini dibuktikan dengan nilai mean paling tinggi dari nilai mean 3,964 lain sebesar, sedangkan nilai mean variabel lainnya adalah sebagai berikut:

- Variabel kualitas produk sebesar 3,938888889
- Variabel desain produk sebesar 3,932

- Variabel lokasi sebesar 3,964
- Variabel keputusan pembelian sebesar 3,024

Dari data di atas dapat menarik kesimpulan bahwa responden telah menilai lebih tinggi pada variabel lokasi yang menjadikan alasan mereka tetap menjadi pelanggan Jilbab Rabbani Pucang Surabaya.

5.2. Uji Instrumen

5.2.1. Uji Reabilitas

Tabel 5.5
Tabel Hasil Uji Reabilitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KPk1	102.02	65.192	.463	.841
KPk2	101.93	66.955	.334	.845
KPk3	101.99	65.929	.503	.840
KPk4	102.42	66.509	.330	.846
KPk5	102.16	67.530	.364	.844
KPk6	102.14	67.273	.474	.841
KPk7	101.90	67.949	.452	.843
KPk8	102.27	68.846	.189	.850
KPk9	101.98	66.828	.462	.841
DPk1	101.89	64.665	.500	.839
DPk2	101.96	66.281	.348	.845

DPk3	102.20	67.051	.432	.842
DPk4	102.13	66.114	.414	.842
DPk5	102.29	69.945	.117	.852
Lk1	101.71	66.248	.445	.841
Lk2	102.62	68.682	.229	.848
Lk3	102.11	67.776	.479	.842
Lk4	102.13	68.720	.257	.847
Lk5	101.71	65.016	.522	.839
KPe1	102.52	67.303	.303	.846
KPe2	101.78	66.355	.441	.842
KPe3	102.02	65.192	.463	.841
KPe4	101.93	66.955	.334	.845
KPe5	101.99	65.929	.503	.840
KPe6	102.42	66.509	.330	.846
KPe7	102.16	67.530	.364	.844
KPe8	102.14	67.273	.474	.841

Sumber : Perhitungan SPSS 22(2018)

Perhitungan SPSS untuk menghitung Reabilitas dengan uji statistic *CronbachAlpha* (α) dan nilai *alpha* harus $> 0,6$, seperti indikator pengukuran reabilitas, apabila nilai alpha lebih besar dari 0,6 maka dikatakan variabel tersebut reliabel atau dapat diandalkan (Nunnally, 1994 dalam Ghozali, 2011).

5.2.2. Uji Validitas

Tabel 5.6
Uji Validitas

No Item	r_{XY}	Keterangan
KPk1	0,466	Valid
KPk 2	0,412	Valid
KPk 3	0,633	Valid
KPk 4	0,483	Valid
KPk 5	0,499	Valid
KPk 6	0,420	Valid
KPk 7	0,495	Valid
KPk 8	0,353	Valid
KPk 9	0,638	Valid
DPk1	0,609	Valid
DPk 2	0,528	Valid
DPk 3	0,507	Valid
DPk 4	0,640	Valid
DPk 5	0,467	Valid
Lk1	0,672	Valid
Lk 2	0,469	Valid

Lk 3	0,503	Valid
Lk 4	0,685	Valid
Lk 5	0,535	Valid
KPe1	0,447	Valid
KPe 2	0,609	Valid
KPe 3	0,627	Valid
KPe 4	0,350	Valid
KPe 5	0,585	Valid
KPe 6	0,519	Valid
KPe 7	0,414	Valid
KPe 8	0,487	Valid

Uji validitas dalam penelitian ini digunakan analisis item yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah dari tiap skor butir. Jika ada item yang tidak memenuhi kriteria, maka item tersebut tidak perlu diteliti lebih lanjut. Kriteria uji validitas menurut Sugiyono (2011:134) adalah jika koefisien korelasi sama dengan 0,3 atau lebih (paling kecil 0,3), maka butir instrument dinyatakan valid.

Berdasarkan tabel 5.6 dan teori yang sudah dijelaskan bahwa rata-rata indikator yang masuk dalam pengajuan hasil uji validitas penelitian ini adalah diatas $>0,30$, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa semua indikator dalam penelitian ini tergolong valid dan mampu mengungkapkan sesuatu yang dapat diukur dalam penelitian ini.

5.3. Pengujian Hipotesis

5.3.1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 5.7
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.488	1.719		-.284	.777
	Kualitas_Produk (KPk)	.792	.067	.809	11.750	.000
	Design_Produk (DPk)	-.022	.084	-.016	-.258	.797
	Lokasi (Lk)	.206	.096	.132	2.148	.034

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Dari tabel 5.7, maka dibuat persamaan Regresi Linier Berganda sebagai berikut :

$$Y = -0,488 + 0,792KPk - 0,022DPk + 0,206Lk$$

a. Pertanyaan diatas mempunyai makna bahwa koefisien konstanta sebesar

-0,0488 dan bertanda negatif menandakan bahwa yang dihitung dengan regresi lebih kecil dari yang diharapkan.

5.3.2. Uji t

a. Berdasarkan perhitungan tabel 5.7 , diperoleh nilai kualitas produk (KPk) = 0,792, dengan nilai t sebesar 11,750, dan tingkat signifikan sebesar 0,000 < 0,05 (lebih kecil 0,05) yang artinya kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian jilbab Rabbani Pucang Surabaya.

- b. Berdasarkan perhitungan tabel 5.7 , diperoleh nilai desain produk (DPk) = -0,022, dengan nilai t sebesar -258, tingkat signifikan sebesar 0,797 >0,05 (lebih besar 0,05) yang artinya desain produk berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan pembelian jilbab Rabbani Pucang Surabaya.
- c. Berdasarkan perhitungan tabel 5.7 , diperoleh nilai lokasi (Lk) = 0,206, dengan nilai t sebesar 2,148, tingkat signifikan sebesar 0,034 >0,05 (lebih besar 0,05) yang artinya lokasi berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan pembelian jilbab Rabbani Pucang Surabaya.
- d. Berdasarkan hasil uji parsial variabel kualitas produk (KPk) diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 11,750 dengan signifikansi 0,000 <0,05 yang artinya nilai variabel produk lebih besar daripada variabel desain produk dan lokasi, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara dominan terhadap keputusan pembelian jilbab Rabbani Pucang Surabaya.

5.3.3. Hasil Uji F

Tabel 5.8
Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	645.551	3	215.184	121.196	.000 ^b
	Residual	170.449	96	1.776		
	Total	816.000	99			

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Desain_Produk, Kualitas_Produk

Pengujian regresi secara simultan dilakukan dengan menggunakan uji F. pengujian ini dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 5%. Hasil

pengujian uji F yang menguji pengaruh secara simultan (bersama-sama) yang memiliki estimasi F sebesar 121,196 dengan signifikansi 0.000, hal ini mengindikasikan bahwa kualitas produk, desain produk dan lokasi secara simultan (bersama-sama) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian jilbab Rabbani Pucang Surabaya.

5.3.4. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 5.9
Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.889 ^a	.791	.785	1.332

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Desain_Produk, Kualitas_Produk

Berdasarkan tabel 5.9 hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R^2), yang diperoleh sebesar 0,889. Hal ini berarti keputusan pembelian jilbab Rabbani Pucang Surabaya dipengaruhi sebesar 88,9% oleh Kualitas Produk (KPk), Desain Produk (DPk), dan Lokasi (Lk), sedangkan sisanya 11,1% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian.

5.4. Pembahasan Hasil Penelitian

5.4.1. Pengaruh Kualitas Produk (KPk) terhadap Keputusan Pembelian (KPe) jilbab Rabbani Pucang Surabaya

Hipotesis pertama dalam penelitian ini menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian jilbab Rabbani Pucang Surabaya, berdasarkan hasil pengujian hipotesis, dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk memiliki nilai sebesar 0,792 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa

kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian jilbab Rabbani Pucang Surabaya.

5.4.2. Pengaruh Desain Produk (DPk) terhadap Keputusan Pembelian (KPe) jilbab Rabbani Pucang Surabaya

Hipotesis kedua dalam penelitian ini menyatakan bahwa desain produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian jilbab Rabbani Pucang Surabaya, berdasarkan hasil pengujian hipotesis, dapat diketahui bahwa variabel desain produk memiliki nilai sebesar $-0,022$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,797 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa desain produk berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan pembelian jilbab Rabbani Pucang Surabaya.

5.4.3. Pengaruh Lokasi (Lk) terhadap Keputusan Pembelian (KPe) jilbab Rabbani Pucang Surabaya

Hipotesis ketiga dalam penelitian ini menyatakan bahwa lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian jilbab Rabbani Pucang Surabaya, berdasarkan hasil pengujian hipotesis, dapat diketahui bahwa variabel lokasi memiliki nilai sebesar $0,206$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,034 > 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan pembelian jilbab Rabbani Pucang Surabaya.

5.4.4. Pengaruh Kualitas Produk (KPk), Desain Produk (DPk), dan Lokasi (Lk) terhadap Keputusan Pembelian (KPe) jilbab Rabbani pucang Surabaya (Simultan)

Hipotesis keempat dalam penelitian ini berdasarkan analisis hasil penelitian yang telah dilakukan menggunakan uji F diketahui bahwa kualitas produk, desain produk, dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian jilbab Rabbani Pucang Surabaya. Hal ini dibuktikan dengan nilai uji F sebesar $121,196$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang

diajukan yang berbunyi “kualitas produk, desain produk dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian jilbab Rabbani Pucang Surabaya”.

5.4.5. Pengaruh yang paling dominan diantara Kualitas Produk (KPk), Desain Produk (DPk) dan Lokasi (Lk) terhadap Keputusan Pembelian (KPe) jilbab Rabbani Pucang Surabaya

Hipotesis keempat menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap keputusan pembelian jilbab Rabbani Pucang Surabaya. Berdasarkan hasil uji parsial diperoleh bahwa nilai signifikansi untuk variabel kualitas produk (KPk) sebesar 0,792. Hal ini dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 11,750 dan perolehan signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan yang berbunyi “diduga variabel kualitas produk secara dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian jilbab Rabbani Pucang Surabaya”.