

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah berdirinya UD. Karya Mandiri Lodoyo Kab. Blitar

UD. Karya Mandiri merupakan perusahaan yang bergerak oleh bidang industri rumah yang memproduksi produk Almari. Perusahaan ini tepatnya berlokasi pada Desa Bening Jalan Mawar RT. 04 RW. 01, Sutojayan Lodoyo. Lingkungan pada Desa Bening Lodoyo memang dikenal dengan lingkungan yang kebanyakan memproduksi olahan kayu yang dijadikan misalnya, almari, kursi, meja dll.

UD. Karya Mandiri ini berdiri sejak tahun 1990 yang didirikan oleh Bapak Karyani. Perusahaan ini didirikan awal mula ketika di sekitar daerah lodoyo atau desa bening masih belum banyak yang membuka usaha mebel. Oleh karena itu, Bapak Karyani mempunyai ide untuk memulai membuka usaha mebel tersebut yang awalnya diberi nama mebel Karya Mandiri. Setelah berjalan cukup lama, mebel karya mandiri mengalami kevakuman dikarenakan jumlah pembeli yang berkurang yang disebabkan oleh banyaknya perusahaan-perusahaan baru. Agar kelancaran perusahaan ini, Bapak Karyani menambah modal sehingga dapat membuat perusahaan menjadi berkembang. Pada Tahun 1999

perusahaan ini memiliki nama perusahaan “UD. Karya Mandiri” dan memiliki surat izin usaha.

Setelah perusahaan ini memiliki surat izin dan nama perusahaan UD. Karya Mandiri terus mengalami perkembangan dengan semakin banyaknya pesanan mebel yang datang di daerah lodoyo maupun dari luar daerah.

2. Tujuan Perusahaan (Visi dan Misi Perusahaan)

Perusahaan yang baik serta berkualitas tentunya harus memiliki suatu visi dan misi pada pekerjaan yang berguna untuk lebih mampu memajukan atau mengembangkan perusahaan yang di kelola. Berikut adalah visi dan misi pada perusahaan UD. Karya Mandiri.

a. Visi

Visi dari UD. Karya Mandiri adalah sebagai berikut :

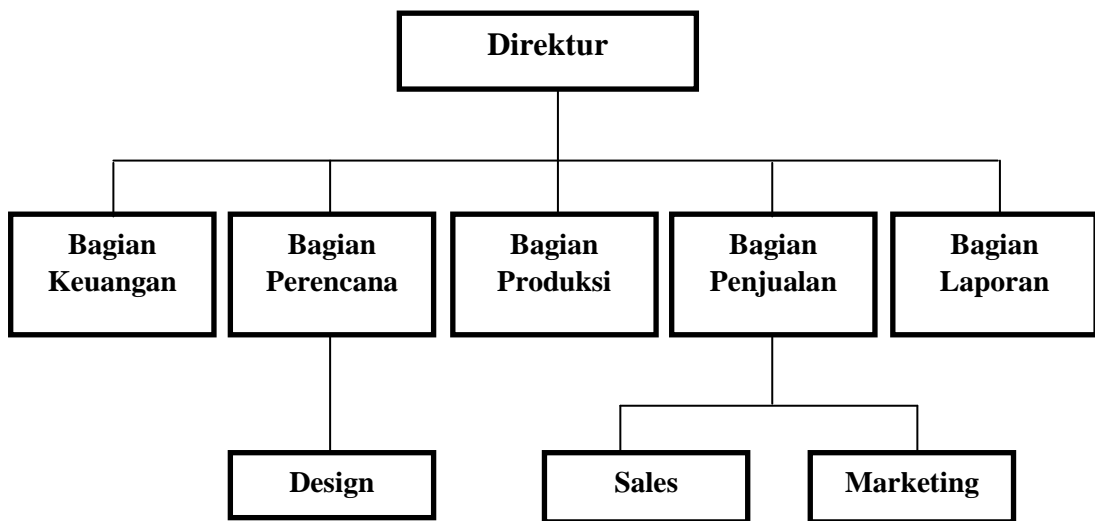
- 1) Meningkatkan kreatifitas masyarakat sekitar baik di dalam pengembangan ekonomi serta dalam penataan lingkungan.
- 2) Menghasilkan produk yang mempunyai ciri khas sendiri serta berbeda dengan hasil produk perusahaan lainnya.

b. Misi

- 1) Mampu mewujudkan Sumber Daya Manusia yang baik serta mandiri maupun berkualitas.

- 2) Meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat berbasis sumber daya local yang mampu mendorong investasi dari berbagai pihak.

3. Struktur Organisasi



Gambar 4.1

Struktur organisasi UD. Karya Mandiri Lodoyo

Struktur Organisasi merupakan sebuah rangkaian atau susunan hubungan antara jabatan serta tugas yang ada di dalam suatu perusahaan untuk menjalankan kegiatan atau pekerjaannya dengan harapan tercapainya tujuan yang diinginkan. Struktur organisasi yang baik wajib mampu memaparkan hubungan wewenang dan mampu mempertanggung jawabkan apa yang akan dikerjakan. Selain itu fungsi dari dibuatnya struktur organisasi adalah untuk memajemen suatu organisasi agar dapat berjalan sebagaimana mestinya yang

sesuai dengan tujuan tertentu dan menghasilkan sebuah karya yang terbaik dan berkualitas. Struktur organisasi pada perusahaan UD. Karya Mandiri dapat dilihat pada gambar berikut.

4. Deskripsi Jabatan

Instansi, organisasi maupun perusahaan mempunyai tugas serta tanggungjawab masing-masing, mampu menciptakan keharmonisan di dalam lingkungan kerja. Berikut ialah tugas serta tanggungjawab oleh masing-masing jabatan.

- a. Direktur : seseorang yang bertugas mengatur dari keseluruhan operasional suatu organisasi atau perusahaan.
- b. Bagian keuangan : seseorang yang di tugaskan mencatat laporan keuangan dari hasil pendapatan pengiriman barang serta pengeluaran untuk gaji.
- c. Bagian perencanaan : seseorang yang bertugas merancang desain yang bermacam-macam serta mampu merencanakan proses pembuatan produk tersebut.
- d. Bagian produksi : seseorang yang memiliki tugas untuk memproduksi barang-barang dan harus memiliki bakat, ketrampilan serta kemampuan membuat suatu barang yang berkualitas dan memiliki nilai tinggi.
- e. Bagian penjualan : seseorang yang ditugaskan mengatur produk yang nantinya akan dijual dan harus mampu mempromosikan produk secara baik agar bisa mencapai target yang maksimal.

- f. Design : seseorang yang memiliki tugas mendesain bermacam-macam produk yang perusahaan butuhkan dan menghasilkan produk yang diinginkan oleh kebutuhan pembeli.
- g. Sales dan marketing : bertugas mempromosikan semua barang mebel ke toko.
- h. Bagian laporan : seseorang yang ditugaskan mengolah seluruh laporan serta mampu merekap laporan yang nantinya akan diberikan kepada Direktur.

B. Analisis Data

1. Gambaran Umum Responden

Responden pada penelitian ialah konsumen yang saat itu mengambil produk di UD. Karya Mandiri Lodoyo. Jumlah responden yang diambil adalah 40 responden. Berdasarkan dari 40 responden ini mampu dijelaskan melalui identitas responden yang berdasarkan dari usia, jenis kelamin dan pekerjaan.

a. Berdasarkan usia responden

Tabel dibawah adalah hasil dari penyerahan lembar kuesioner kepada para responden atau konsumen UD. Karya Mandiri yang dijelaskan berdasarkan serta usianya.

Tabel 4.1
Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden	Persentase
21-30 th	11	27%
31-40 th	24	60%
41-50 th	5	13%
Total	40	100%

(Sumber : Data Kuisisioner, 2021)

Dari tabel 4.1 mengenai responden berdasarkan usia menghasilkan bahwa konsumen atau responden yang membeli almari atau berkunjung ke UD. Karya Mandiri dari usia 21-30 tahun adalah sebanyak 11 responden dengan nilai persentase 27%, kemudian untuk responden yang berusia 31-40 tahun adalah sebanyak 24 responden dengan nilai persentase 60%, sedangkan responden yang berusia 41-50 tahun hanya berjumlah 5 responden dengan nilai persentase 13%. Hasil oleh tabel diatas bisa disimpulkan konsumen yang membeli produk almari atau mebel di UD. Karya Mandiri yang paling lebih ialah responden berusia 31-40 tahun yaitu sebanyak 24 responden dan memiliki nilai persentase paling tinggi sebesar 60%. Hal ini bisa terjadi karena usia 31-40 tahun lebih teliti dalam memilih dan membeli produk mebel yang berkualitas serta cerdas dalam pemilihan desain almari yang menarik.

b. Berdasarkan jenis kelamin responden

Tabel dibawah ini adalah hasil dari penyerahan lembar kuesioner kepada para responden atau konsumen UD. Karya Mandiri yang dijelaskan berdasarkan dari jenis kelamin.

Tabel 4.2

Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
1.	Laki-laki	28	70%
2.	Perempuan	12	30%
	Total	40	100%

(Sumber : Data Kuesioner 2021)

Berdasarkan dari hasil yang dilihat dari tabel 4.2 responden berdasarkan jenis kelamin menghasilkan responden dengan jenis kelamin laki-laki berjumlah 28 responden atau konsumen dengan nilai persentase 70% dan responden dengan jenis kelamin perempuan berjumlah 12 responden atau konsumen dengan nilai persentase 30%. Maka dari penjelasan tersebut yang lebih banyak melakukan pembelian almari di UD. Karya Mandiri ialah responden dengan jenis kelamin laki-laki, perihal ini bisa diartikan bahwa laki-laki lebih paham tentang produk mebel dari bahan yang berkualitas atau tidak serta laki-laki mampu membandingkan bahan dari almari tersebut awet dan tidaknya.

c. Berdasarkan pekerjaan responden

Tabel dibawah ini adalah hasil dari penyerahan lembar kuesioner kepada para responden atau konsumen UD. Karya Mandiri yang dijelaskan berdasarkan oleh pekerjaan responden.

Tabel 4.3
Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
Wiraswasta	16	40%
PNS/TNI-POLRI	10	25%
Karyawan Swasta	14	35%
Total	40	100%

(Sumber : Data Kuisisioner, 2021)

Diketahui dari tabel 4.3 responden berdasarkan pekerjaan yang melakukan pembelian almari dengan pekerjaan sebagai wiraswasta berjumlah 16 responden dengan nilai persentase sebanyak 40%, kemudian jumlah konsumen atau responden yang memiliki pekerjaan sebagai PNS/TNI-POLRI berjumlah 10 responden dengan nilai persentase sebanyak 25%, sedangkan jumlah konsumen atau responden yang mempunyai pekerjaan seperti karyawan swasta adalah 14 responden dengan nilai persentase sebanyak 35%. Dari hasil tabel tersebut bisa diketahui dengan yang paling tinggi membeli mebel atau almari adalah responden dengan pekerjaan wiraswasta, hal ini

memungkinkan seorang wiraswasta lebih banyak membutuhkan tempat atau almari untuk kebutuhan rumah tangga maupun kebutuhan pada sebuah perusahaannya.

2. Uji Statistika Deskriptif

Uji statistika deskriptif ini mempunyai ketentuan yaitu memiliki dua metode dasar yaitu numerik serta grafis. Pendekatan numerik digunakan menghitung nilai statistic oleh sekumpulan data, antara lain *mean* serta *standar deviasi*. Pendekatan grafis lebih sesuai daripada metode numerik untuk mengidentifikasi pola-pola tertentu pada data, dilain pihak, pendekatan numerik lebih tepat serta objektif. Berikut adalah nilai rata-rata dari tiap variabel pada penelitian ini.

Tabel 4.4

Nilai Rata-rata Variabel Harga

Indikator	Pernyataan	Rata-Rata Per Responden	Rata-Rata Per Indikator
Kesesuaian harga dengan manfaat	1	4.35	4.2437
	2	4.175	
	3	4.275	
	4	4.275	
Keterjangkauan harga	5	4.225	4.2625
	6	4.075	
	7	4.275	
	8	4.375	

Berdasarkan dari tabel 4.4 dilihat oleh nilai rata-rata per responden pada variabel harga memiliki nilai terendah adalah pernyataan pada soal nomor 6 Harga produk UD. Karya mandiri mampu bersaing dengan produk sejenis ditempat lain. Sedangkan nilai rata-rata perresponden dengan nilai tertinggi adalah pernyataan pada soal nomor 8 yaitu Harga produk sebanding dengan kualitas. Maka dapat disimpulkan bahwa seharusnya perusahaan UD. Karya Mandiri harus lebih fokus dengan harga produk yang misalnya dengan memberikan harga yang lebih miring sehingga mampu bersaing dengan perusahaan lain. Sedangkan untuk harga produk sebanding dengan kualitas harus dipertahankan guna untuk meningkatkan keputusan pembelian pada UD. Karya Mandiri.

Tabel 4.5
Nilai Rata-Rata Variabel Kualitas Produk

Indikator	Pertanyaan	Rata-Rata Per Responden	Rata-Rata Per Indikator
Bentuk	9	3.95	3.95
Penyesuain	10	4.175	4.1625
	11	4.15	
Kualitas kesesuaian	12	4	4.1
	13	4.25	
	14	4.05	
Kemudahan perbaikan	15	4.15	4.15
Design	16	4.05	4.05

Berdasarkan dari tabel 4.5 dilihat dari nilai rata-rata per responden pada variabel kualitas produk dengan indikator bentuk yang memiliki nilai terendah ialah pernyataan pada soal nomor 9 yaitu Saya merasa Mebel UD. Karya Mandiri mempunyai bentuk unik. Sedangkan nilai rata-rata per responden pada indikator penyesuaian dengan nilai tertinggi adalah pernyataan pada soal nomor 10 yaitu Mebel UD. Karya Mandiri memiliki jenis bahan berkualitas. Maka dapat disimpulkan bahwa seharusnya perusahaan UD. Karya Mandiri harus bisa bersaing dengan kualitas produk lain misalnya dengan menambah bentuk almari yang sesuai dengan permintaan konsumen. Sedangkan untuk produk UD. Karya Mandiri memiliki jenis bahan berkualitas harus tetap di pertahankan supaya tetap dapat lebih meningkatkan keputusan pembelian pada UD. Karya Mandiri.

Tabel 4.6

Nilai Rata-rata Variabel keputusan pembelian

Indikator	Pertanyaan	Rata-Rata Per Responden	Rata-Rata Per Indikator
Keputusan pilihan produk	17	3.95	3.95
Keputusan pilihan merek	18	4.125	4.125
Keputusan jumlah pembelian atau kuantitas	19	3.85	3.85
Keputusan waktu pembelian	20	3.295	3.8917
	21	3.8	
	22	3.95	
Keputusan metode pembayaran	23	3.975	3.95
	24	3.925	

Berdasarkan dari tabel 4.6 dilihat dari nilai rata-rata per responden pada variabel keputusan pembelian yang memiliki nilai terendah adalah pernyataan pada soal nomor 19 yaitu Saya melakukan pembelian mebel UD. Karya Mandiri karena lebih tinggi pembelian akan lebih tinggi diskon yang diperoleh. Sedangkan nilai rata-rata per responden dengan nilai tertinggi adalah pernyataan pada soal nomor 18 yaitu saya memutuskan untuk melakukan pembelian pada UD. Karya Mandiri karena merek mebel UD. Karya Mandiri dapat diandalkan untuk digunakan. Maka dapat disimpulkan bahwa seharusnya perusahaan UD. Karya Mandiri harus lebih bisa membuat serta mengadakan promosi berupa diskon pembelian produk mebel yang sesuai

harapan konsumen sehingga hal ini dapat memberikan respon baik dihati para konsumen yang berkunjung dan membeli mebel di UD. Karya Mandiri. Sedangkan untuk yang memutuskan melakukan pembelian pada UD. Karya Mandiri karena merek mebel UD. Karya Mandiri dapat diandalkan ini harus dipertahankan dengan cara tetap menjaga merk dan kualitas bahan yang digunakan. Sehingga hal ini dapat meningkatkan keputusan pembelian pada UD. Karya Mandiri.

3. Uji Validitas

Pengujian uji validitas memiliki ketentuan instrumen sendiri yaitu adalah apabila signifikansi nilai r hitung $>$ nilai r tabel bisa dikatakan valid, tapi apabila signifikansi nilai r hitung $<$ nilai r tabel dapat dikatakan tidak valid. Pada riset ini nilai r tabel bernilai 0.3120. Nilai r tabel di peroleh dari jumlah sampel yang dikurangi 2 dengan rumus $2 (df = N-2)$, dimana di dalam riset ini terdapat sampel sebanyak 40 responden. Dengan demikian menjadi $df = 40 - 2 = 38$. Berikut ini ialah tabel uji validitas dari tiap-tiap variabel pada penelitian.

a. Uji Validitas Variabel Harga (X_1)**Tabel 4.7****Uji Validitas Variabel Harga (X_1)**

No.	Pernyataan	R Hitung	R table	Ket.
1.	Harga produk sesuai dengan hasil yang diinginkan	0.823	0.3120	<i>Valid</i>
2.	Harga produk bervariasi	0.408	0.3120	<i>Valid</i>
3.	Memberikan diskon kepada pelanggan yang membeli produk banyak	0.626	0.3120	<i>Valid</i>
4.	Informasi harga lengkap, benar dan jujur	0.457	0.3120	<i>Valid</i>
5.	Harga produk terjangkau oleh konsumen	0.410	0.3120	<i>Valid</i>
6.	Harga produk UD. Karya mandiri mampu bersaing dengan produk sejenis ditempat lain	0.429	0.3120	<i>Valid</i>
7.	Harga produk relatif murah dibanding yang lain	0.458	0.3120	<i>Valid</i>
8.	Harga produk sebanding dengan kualitas	0.369	0.3120	<i>Valid</i>

Dari tabel 4.7 hasil uji validitas variabel harga (X_1) bahwa dari pernyataan atau soal pertama pada lembar kuesioner memiliki nilai R hitung 0.823, pernyataan atau soal kedua memiliki nilai R hitung 0.408, pernyataan atau soal ketiga memiliki nilai R hitung 0.626, pernyataan atau soal keempat memiliki nilai R hitung 0.457 dan pernyataan atau soal kelima memiliki nilai R hitung 0.410, pernyataan atau soal keenam memiliki nilai R hitung 0.429,

pernyataan atau soal ketujuh memiliki nilai R hitung 0.458 dan pernyataan atau soal kedelapan memiliki nilai R hitung 0.369. Dilihat dari seluruh pernyataan atau soal pada variabel harga (X_1) bahwa semua pernyataannya memiliki nilai R hitung yang semakin tinggi pada nilai R tabel 0.3120. Oleh karena itu data pada uji validitas variabel harga (X_1) bisa dikatakan *Valid*.

b. Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X_2)

Tabel 4.8

Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X_2)

No	Pernyataan	R Hitung	R table	Ket.
1.	Saya merasa Mebel UD. Karya Mandiri mempunyai bentuk unik	0.760	0.3120	<i>Valid</i>
2.	Mebel UD. Karya Mandiri memiliki jenis bahan berkualitas	0.502	0.3120	<i>Valid</i>
3.	Bahan kayu yang digunakan UD. Karya mandiri lebih baik dari pada lainnya	0.475	0.3120	<i>Valid</i>
4.	Saya merasa produk mebel UD. Karya Mandiri memiliki daya tahan yang kuat	0.698	0.3120	<i>Valid</i>
5.	Saya merasa tidak ada kecacatan produk pada UD. Karya Mandiri	0.681	0.3120	<i>Valid</i>
6.	Saya merasa produk mebel UD. Karya Mandiri tidak mudah rusak	0.627	0.3120	<i>Valid</i>
7.	Kemudahan dan akurasi untuk perbaikan produk UD. Karya Mandiri ketika mengalami kerusakan	0.690	0.3120	<i>Valid</i>
8.	saya merasa mebel UD. Karya Mandiri memiliki warna yang sesuai dengan desain produknya	0.705	0.3120	<i>Valid</i>

Dari tabel 4.8 hasil uji validitas variabel kualitas produk (X_2) bahwa dari pernyataan atau soal pertama pada lembar kuesioner memiliki nilai R hitung 0.760, pernyataan atau soal kedua memiliki nilai R hitung 0.502, pernyataan atau soal ketiga memiliki nilai R hitung 0.475, pernyataan atau soal keempat memiliki nilai R hitung 0.698 dan pernyataan atau soal kelima memiliki nilai R hitung 0.681, pernyataan atau soal keenam memiliki nilai R hitung 0.627, pernyataan atau soal ketujuh memiliki nilai R hitung 0.690 dan pernyataan atau soal kedelapan memiliki nilai R hitung 0.705. Dilihat dari seluruh pernyataan atau soal pada variabel kualitas produk (X_2) bahwa semua pernyataannya memiliki nilai R hitung yang lebih tinggi dari pada nilai R tabel 0.3120. Oleh demikian data pada uji validitas variabel kualitas produk (X_2) bisa dikatakan *Valid*.

c. Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 4.9**Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)**

No	Pernyataan	R Hitung	R tabel	Ket.
1.	Saya membeli produk UD. Karya Mandiri karena banyaknya pilihan produk yang menarik	0.580	0.3120	<i>Valid</i>
2.	Saya memutuskan untuk melakukan pembelian pada UD. Karya Mandiri karena merek mebel UD. Karya Mandiri dapat diandalkan untuk digunakan	0.733	0.3120	<i>Valid</i>
3.	Saya melakukan pembelian mebel UD. Karya Mandiri karena semakin tinggi pembelian akan semakin tinggi diskon yang diberikan	0.832	0.3120	<i>Valid</i>
4.	Saya melakukan pembelian pada UD. Karya Mandiri pada saat diskon hari libur	0.686	0.3120	<i>Valid</i>
5.	Saya membeli produk UD. Karya Mandiri ketika lebaran karena adanya potongan	0.314	0.3120	<i>Valid</i>
6.	Saya akan melakukan pembelian ulang pada UD. Karya Mandiri ketika diskon weekday	0.561	0.3120	<i>Valid</i>
7.	Saya diberikan pilihan untuk membayar produk UD. Karya Mandiri dengan tunai maupun non tunai	0.638	0.3120	<i>Valid</i>
8.	Saya memutuskan melakukan pembelian mebel UD. Karya Mandiri karena memfasilitasi aneka macam metode pembayaran yang mudah	0.486	0.3120	<i>Valid</i>

Dari tabel 4.9 hasil uji validitas variabel keputusan pembelian (Y) bahwa dari pernyataan atau soal pertama pada lembar kuesioner memiliki nilai R hitung 0.580, pernyataan atau soal kedua memiliki nilai R hitung 0.733, pernyataan atau soal ketiga memiliki nilai R hitung 0.832, pernyataan atau soal keempat memiliki nilai R hitung 0.686 dan pernyataan atau soal kelima memiliki nilai R hitung 0.314, pernyataan atau soal keenam memiliki nilai R hitung 0.561, pernyataan atau soal ketujuh memiliki nilai R hitung 0.638 dan pernyataan atau soal kedelapan memiliki nilai R hitung 0.486. Dilihat dari seluruh pernyataan atau soal pada variabel keputusan pembelian (Y) bahwa keseluruhan pernyataannya memiliki nilai R hitung yang lebih tinggi dari nilai R tabel 0.3120. Oleh demikian data pada uji validitas variabel keputusan pembelian (Y) dapat dikatakan *Valid*.

4. Uji Reliabilitas

Dalam uji realibilitas memiliki ketentuan yaitu adalah hasil harus lebih besar dari 0.6. Pengukuran ini memiliki tujuan dapat melihat sejauh mana alat ukur didapatkan dan menggunakan SPSS versi 23. Uji realibilitas menggunakan rumus *cronbach alpha* oleh ketentuan nilai minimal 0.6. Berikut ialah tabel hasil uji reliabilitas oleh tiap-tiap variabel pada riset.

a. Reliabilitas Harga (X_1)**Tabel 4.10****Hasil Uji Reliabilitas Harga (X_1)****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.704	8

Berdasarkan dari tabel 4.10 hasil uji reliabilitas variabel harga (X_1) nilai *cronbach alpha* memiliki angka sebesar 0.704 yang mana bahwa angka ini lebih besar dari 0.6. Maka dapat disimpulkan bahwa angket dari variabel ini dapat dikatakan reliable.

b. Reliabilitas Kualitas Produk (X_2)**Tabel 4.11****Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X_2)****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.802	8

Berdasarkan dari tabel 4.11 hasil uji reliabilitas variabel kualitas produk (X_2) nilai *cronbach alpha* memiliki angka sebesar 0.802 yang mana bahwa angka ini lebih besar

dari 0.6. Maka dapat dinyatakan angket dari variabel dapat dikatakan reliabel.

c. Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 4.12

Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.764	8

Berdasarkan dari tabel 4.12 hasil uji reliabilitas variabel keputusan pembelian (Y) nilai *cronbach alpha* memiliki angka sebesar 0.764 yang mana bahwa angka ini lebih besar dari 0.6. Maka dapat ditetapkan dengan angket dari variabel ini dapat dikatakan reliabel.

5. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Pengujian uji normalitas digunakan untuk mengetahui serta mencoba pada model regresi variabel independen ataupun dependen harus memegang porsi yang baik maupun tidak. Apabila variabel terdapat distribusi yang tidak normal, maka hasil uji statistik mengalami penurunan. Pengujian ini dapat dilakukan dengan mengonsumsi One

Sample Kolmogorov Smirnov bersama ketentuan bilamana nilai signifikansi diatas 5% ataupun 0.05 hingga fakta tersebut berdistribusi alamiah. Melainkan jika memiliki hasil uji One Sample Kolmogorov Smirnov nilai signifikansinya dibawah 5% atau 0.05 maka data tidak berdistribusi normal.

Tabel 4.13

**Hasil Uji Normalitas Secara Keseluruhan
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.57880147
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.144
	Positive	.144
	Negative	-.107
Test Statistic		.144
Asymp. Sig. (2-tailed)		.737 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Diketahui dari tabel 4.13 hasil uji normalitas *one-sample kolmogorov-smirnov test* secara keseluruhan menjelaskan bahwa populasi data dari penelitian ini seluruhnya berdistribusi normal karena memiliki angka Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0.737 yang mana angka ini lebih besar dari 5% atau 0.05.

b. Uji Heterokedastisitas dengan metode Glejser

Uji Heterokedastisitas dilakukan untuk menguji varian dari pengamatan residual. Model regresi yang baik adalah penelitian yang memiliki sisa konsisten. sebagai hal itu disebut homokedasticity sedangkan, penelitian residual tidak konsisten dinamis disebut sebagai heteroskedastisitas uji ini dilakukan menggunakan metode glejser. Apabila masing-masing variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap absolut residual ($\alpha = 0,05$) maka dalam model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut adalah tabel hasil pengujian secara heterokedastisitas.

Tabel 4.14

Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.784	3.486		-.512	.612
HARGA (X1)	-.011	.079	-.021	-.136	.892
KUALITAS PRODUK (X2)	.130	.068	.301	1.917	.163

a. Dependent Variable: Abs_RES

Diketahui dari tabel 4.14 pada hasil uji heterokedastisitas disimpulkan bahwa nilai Sig. dari variabel harga yaitu 0.892 dan nilai Sig. oleh variabel

kualitas produk adalah 0.163 berarti nilai Sig. pada tiap variabel lebih tinggi oleh 0.05, maka sesuai dengan pokok pengambilan keputusan pada uji heterokedastisitas dengan metode glejser dapat dinyatakan dengan tidak ada terjadinya gejala heteroskedastisitas pada model regresi.

c. Uji Linieritas

Uji linieritas untuk mengetahui apakah bentuk yang dibuat memiliki hubungan linear atau tidak. Dua variabel dinyatakan linear jika signifikansi lebih dari 0,05 Oleh karena itu pengambilan keputusan terjadi hubungan linear melainkan apabila signifikansi rendah 0,05 dengan pengambilan keputusan tidak memiliki hubungan yang linear oleh kedua variabel ini. Berikut ialah tabel hasil uji linieritas oleh tiap variabel.

Tabel 4.15

Uji Linieritas Harga Terhadap Keputusan Pembelian

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y) * HARGA (X1)	Between Groups	(Combined) Linearity	76.183	11	6.926	.990	.478
		Deviation from Linearity	6.922	1	6.922	.990	.328
			69.262	10	6.926	.990	.474
	Within Groups		195.817	28	6.993		
Total		272.000	39				

Berdasarkan dari tabel 4.15 uji linieritas dilihat bahwa signifikansi variabel harga adalah 0.474 lebih 0.05 yang bisa dinyatakan dengan data dikatakan signifikan. Melainkan untuk nilai F hitung adalah 0.990 kurang dari f tabel 2.19 sehingga data bersifat linier.

Tabel 4.16

Uji Linieritas Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y) * KUALITAS PRODUK (X2)	Between Groups	(Combined) Linearity	50.894	8	6.362	.892	.535
		Linearity	5.934	1	5.934	.832	.369
		Deviation from Linearity	44.961	7	6.423	.901	.518
	Within Groups		221.106	31	7.132		
Total			272.000	39			

Berdasarkan oleh tabel 4.16 uji linieritas diketahui signifikansi variabel kualitas produk adalah 0.518 lebih dari 0.05 yang dapat disimpulkan bahwa data dikatakan signifikan. Sedangkan untuk nilai F hitung adalah 0.901 kurang dari f tabel 2.19 sehingga data bersifat linier.

6. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda ini, digunakan dapat mengerti besarnya pengaruh variabel bebas (X_1 serta X_2)

terhadap variabel terikat (Y). Berikut adalah tabel hasil uji regresi linier berganda.

Tabel 4.17
Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	17.114	9.012		3.842	.001		
	HARGA (X1)	.152	.139	.163	1.712	.003	1.000	1.000
	KUALITAS PRODUK (X2)	.214	.140	.140	4.561	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

Tabel 4.17 diatas bisa dituliskan model estimasi regresi linier berganda oleh rumus yang diantara berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$\text{Keputusan Pembelian} = 17.114 + 0.152(X_1) + 0.214(X_2) + e$$

$$T \text{ hitung} = (1.712) \quad (4.561)$$

Keterangan:

Y = Kriteriaum

X1 = Prediktor

X2 = Prediktor 2

B1 = Koefisien prediktor 1

B_2 = Koefisien prediktor

$2A$ = Bilangan konstan/konstanta (Sugiyono,2012:267)

Berdasarkan persamaan regresi linear berganda diatas dapatdiketahui bahwa :

Berdasarkan kesamaan regresi linear berganda yang diatas bisa dilihat dengan :

- a. Nilai konstanta sebesar 17.114, artinya jika nilai variabelindependen bernilai 0 atau *constant* maka keputusan pembelian di UD. Karya Mandiri tetap sebesar 17.114.
- b. Nilai koefisien harga (X_1) yaitu 0.152 ialah apabila setiap penambahan variabel harga sebesar 1%, jika variabel lain dianggap konstan, dengan harga pada UD. Karya Mandiri akan meningkat sebesar 0.152.
- c. Nilai koefisien kualitas produk (X_2) yaitu 0.214 artinya setiap penambahan variabel kualitas produk sebesar 1%, jika variabel lain dianggap konstan, maka kualitas produk pada UD. Karya Mandiri akan meningkat sebesar 0.214.

7. Uji hipotesis

Uji hipotesis dilakukan agar peneliti dapat mengetahui apakah hipotesis yang diajukan akan diterima atau ditolak.

- a. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinan (R^2) berfungsi untuk mengetahui signifikansi variabel maka harus dicari koefisien determinasi

(ukuran yang menunjukkan berapa banyak variasi dalam data dapat dijelaskan oleh model regresi). Koefisien determinasi menunjukkan besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk menghitung koefisien determinasi yaitu dengan cara mengkuadratkan koefisien korelasi. Berikut ialah tabel hasil pengujian Koefisien Determinan (R^2).

Tabel 4.18

Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.216 ^a	.746	-.005	2.648	1.437

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK (X2), HARGA (X1)

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

Dilihat dari tabel 4.18 dimengerti bahwa nilai koefisien determinasi atau R square pada data adalah 0.746 yang mempunyai arti bahwa variasi variabel bebas hanya bisa menjelaskan variasi variabel terikatnya sebesar 74.6% seperti harga dan kualitas produk. Melainkan sisanya 25.4% dapat diuraikan oleh variabel lainnya tetapi tidak dimasukkan dalam pengujian pada model estimasi regresi seperti kualitas kesesuaian, bentuk, keputusan pilihan produk, kemudahan perbaikan, keputusan jumlah

pembelian, dan keputusan waktu pembelian. Hal ini mengartikan bahwa variasi pada variabel keputusan pembelian hanya bisa dijelaskan sebesar 74.6% oleh variabel harga serta kualitas produk. Besarnya koefisien variabel harga sebesar 0.152 berarti harga yang lebih diinginkan oleh yang dipeluhkan dengan konsumen akan meningkatkan keputusan pembelian. Sedangkan untuk besarnya koefisien variabel kualitas produk ialah 0.214 berarti apabila kualitas produk sudah setara atau sesuai oleh fungsi yang diinginkan konsumen dengan konsumen akan memutuskan untuk memiliki almari tersebut, sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian secara signifikan. Selain itu dapat dinyatakan pula H_{a1} diterima maupun oleh kata lainnya bahwa harga mempengaruhi keputusan pembelian, dan H_{a2} diterima merupakan kualitas produk juga mempengaruhi keputusan pembelian. Hal ini berarti dari antara variabel bebas berpengaruh yang baik serta positif signifikan dengan keputusan pembelian.

b. Uji Statistik F atau Simultan

Pada awalnya uji statistik F dilakukan dengan menunjukkan semua variabel bebas yang diisikan ke dalam model memiliki pengaruh denganserempak atau bersamaan dengan variabel terikat. Ketentuan dalam uji f adalah

membedakan nilai f oleh hasil perhitungan nilai f menurut tabel. jika nilai f hitung $>$ nilai f tabel dapat hipotesis alternatif atau H_a dikatakan diterima atau dengan arti semua variabel bebas secara simultan mempengaruhi variabel dependen dengan nilai f hitung $<$ nilai f tabel untuk hipotesis alternatif atau H_a dikatakan ditolak.

Tabel 4.19
Uji Statistik F atau Simultan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12.642	2	6.321	8.902	.002 ^b
	Residual	259.358	37	7.010		
	Total	272.000	39			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK (X_2), HARGA (X_1)

Dari pengujian secara uji statistik F atau simultan diatas menunjukkan bahwa nilai dari f hitung lebih besar dari f tabel yaitu $8.902 > 2.19$ dengan nilai signifikansi 0.002 kurang dari 0.05 , disimpulkan pengujian hasil dengan simultan H_{a3} diterima yaitu variabel harga serta variabel kualitas produk memiliki pengaruh signifikan dengan keputusan pembelian pada UD. Karya Mandiri.

c. Uji Statistik T atau Parsial

Uji hipotesis secara parsial dilakukan dengan memberikan tingkatan kejauhan pengaruh dari salah satu variabel independen secara perorangan mampu memberi arahan variasi variabel dependen. Ketentuan dalam uji parsial adalah membandingkan nilai statistic t dengan titik kritis menurut tabel. Apabila nilai statistik t hasil hitungannya lebih banyak daripada nilai t tabel dengan itu hipotesis alternatif atau H_a diartikan diterima.

Tabel 4.20

Uji Statistik T atau Parsial

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.114	9.012		3.842	.001
	HARGA (X1)	.152	.139	.163	1.712	.003
	KUALITAS PRODUK (X2)	.214	.140	.140	4.561	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

Diketahui melalui tabel uji parsial diatas untuk bisa diambil kesimpulan diantara berikut :

1. Hipotesis 1

Dilihat oleh tabel uji parsial bahwa nilai signifikansi variabel harga ialah 0.003 kurang dari 0.05 serta nilai t hitung 1.712 lebih dari t tabel 1.68, dengan demikian H_0 ditolak serta H_a diterima perihal ini bisa disimpulkan terdapat pengaruh harga (X_1) yang signifikan dengan keputusan pembelian (Y) pada UD. Karya Mandiri.

2. Hipotesis 2

Dilihat dari tabel pengujian secara parsial diatas nilai signifikansi variabel kualitas produk ialah 0.000 kurang 0.05 serta nilai t hitung 4.561 melebihi dari t tabel 1.68, dengan demikian bahwa dapat dikatakan H_0 tidak diterima dan H_a diterima dengan alasan yakni mempunyai pengaruh signifikan pada kualitas produk (X_2) dengan keputusan pembelian (Y) di UD. Karya Mandiri.

3. Hipotesis 3

Menunjukkan dengan harga serta kualitas produk berpengaruh baik dengan keputusan pembelian pada UD. Karya Mandiri. Perihal ini ditunjukkan pada koefisien X_1 sebesar 0,152 serta koefisien X_2 sebesar 0,214 memiliki nilai positif, maka bisa diartikan

harga dengan kualitas produk mempunyai pengaruh baik dalam keputusan pembelian.

C. Pembahasan

Bersumber pada hasil riset yang sudah dicoba pada UD. Karya Mandiri dengan menjadikan konsumen sebagai responden penelitian yang identitasnya telah dibagi berdasarkan usia, jenis kelamin serta pekerjaan. Diketahui konsumen yang berkunjung dan melakukan pembelian di UD.Karya Mandiri yaitu yang lebih dominan adalah konsumen yang berusia 31-40 tahun dengan versi kelamin laki-laki serta memiliki pekerjaan wiraswasta.

Penelitian melalui pengujian secara uji statistik bahwa harga pada UD. Karya Mandiri belum bisa bersaing dengan perusahaan lain yang diakrenakan harga belum bisa menyesuaikan sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian, tetapi hasil produk pada UD. Karya Mandiri sudah cukup baik dan sesuai dengan permintaan konsumen.

Melalui pengujian secara validitas dan reliabilitas mendapatkan hasil bahwa tiap angket dari lembar kuesioner yang telah disebarkan bersifat valid dan reliable.

Pengujian ini juga melalui pengujian secara normalitas dengan melihat tabel *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* secara keseluruhan diketahui bahwa populasi data dari penelitian ini

seluruhnya berdistribusi normal karena memiliki angka Asymp.Sig (2-tailed) lebih besar dari 5%.

Penelitian ini di uji juga secara heteroskedastisitas dengan metode glejser yang hasilnya bahwa nilai signifikansi untuk variabel harga (X_1) dengan nilai signifikansi variabel kualitas produk (X_2) lebih banyak dari 0.05 dapat diartikan ditolak adanya gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Variabel harga tidak memiliki hubungan linear dengan keputusan pembelian dengan nilai signifikansi harga kurang oleh nilai probabilitas yang dapat diartikan data dikatakan ditolak dengan signifikan. variabel kualitas produk mempunyai hubungan yang linear terhadap keputusan pelanggan karena nilai signifikansi kualitas produk banyak dengan nilai probabilitas yang bisa diartikan data dikatakan ditolak secara signifikan. untuk uji statistic kualitas produk perusahaan belum mampu menciptakan produk almari dengan bentuk yang bermacam-macam atau sesuai dengan keinginan konsumen sehingga dapat menurunkan tingkat keputusan pembelian. Kemudian untuk uji statistic keputusan pembelian belum diadakannya promosi melalui diskon apabila melakukan pembelian lebih dari satu produk, hal ini juga dapat menurunkan tingkat keputusan pembelian.

Melalui pengujian dengan metode analisis regresi linier berganda membuktikan bahwa nilai dari t hitung menunjukkan angka lebih banyak oleh t tabel dapat diartikan H_0 atau harga mempengaruhi

keputusan pembelian diterima, dan Ha2 atau kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian juga diterima. Penjelasan lain dari yang disimpulkan yaitu bahwa masing-masing variabel harga dan kualitas produk memiliki pengaruh yang baik dan positif secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Melalui pengujian secara koefisien determinasi atau R^2 diartikan dengan nilai koefisien determinasi maupun R square di dalam data adalah 0.746 yang mempunyai arti bahwa variasi variabel bebas hanya bisa menjelaskan variasi variabel terikatnya sebesar 74.6% seperti harga serta kualitas produk. Melainkan sisanya 25.4% dapat dijelaskan dengan variabel yang lain tetapi tidak dimasukkan pada pengujian pada model estimasi regresi seperti kualitas kesesuaian, bentuk, keputusan pilihan produk, keputusan jumlah pembelian atau kuantitas. Perihal ini mengartikan macam-macam pada variabel keputusan pembelian hanya bisa diterangkan sebesar 74.6% dengan variabel harga dan kualitas produk. Besarnya koefisien variabel kualitas pelayanan sebesar 0.152 berarti lebih baik harga berpengaruh dengan keputusan pembelian pada UD. Karya Mandiri. Sedangkan untuk besarnya koefisien variabel kualitas produk adalah 0.214 berarti apabila Semakin bagus kualitas produk dapat mempunyai pengaruh dalam keputusan pembelian di UD. Karya Mandiri sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian secara signifikan.

Pengujian secara uji parsial oleh variabel harga diartikan dengan harga mempunyai pengaruh signifikan dalam keputusan pembelian. Kemudian untuk variabel kualitas produk juga mempunyai pengaruh signifikan dalam keputusan pembelian. Pada penelitian secara uji statistik F atau simultan menerangkan dengan semakin baik harga serta kualitas produk maka berpengaruh terhadap keputusan pembelian di UD. Karya Mandiri. Dari hasil uraian pembahasan diatas maka peneliti dapat membuat kesimpulan bahwa :

1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.

Harga mempunyai pengaruh dalam keputusan pembelian, dinyatakan oleh kesesuaian harga pada UD. Karya Mandiri yang menyatakan bahwa pada pernyataan kuesioner dengan pernyataan Harga produk UD. Karya mandiri bisa dilawankan oleh produk yang sama diwilayah lain. Tetapi harga di UD. Karya Mandiri sedikit lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan lain namun produk yang diciptakan oleh UD. Karya Mandiri memiliki daya tahan yang baik halini memiliki pengaruh dalam keputusan pembelian yang sedikit menurun dikarenakan harga yang belum bisa menyesuaikan dengan harga perusahaan lainnya yang menjual produk sejenis. Harga juga merupakan sejumlah uang yang di berikan oleh penjual kepada konsumen sebagai harga yang special, Bentuk dari dilakukannya memberikan harga oleh penjual diberikan kepada konsumen adalah untuk menarik konsumen agar

tetap kembali membeli atau menggunakan produk tersebut secara berulang kali dalam waktu jangka panjang. Tetapi harga juga dapat membuat keputusan pembelian menurun apabila barang yang dijual tidak sesuai dengan manfaatnya hal ini dapat mempengaruhi dalam penjualan terhadap keputusan pembelian, uraian ini sejalan dengan pendapat Tjiptono (2018) dan memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu oleh Tusa'dah (2019) yang menyimpulkan hingga harga jual mebel memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas produk mempunyai pengaruh sangat penting bagi perusahaan termasuk pada perusahaan yang menjual produk mebel atau almari. Pada UD. Karya Mandiri kualitas produk mebel atau almari memiliki kualitas kayu yang dijadikan almari sangat baik sehingga memiliki almari atau mebel yang dijual memiliki kualitas daya tahan yang kuat. Dengan demikian keputusan pembelian pula hendak bertambah sebab terdapatnya pengaruh dari kualitas produk tersebut. Kualitas produk merupakan keahlian suatu produk dalam memperagakan kegunaannya, perihal ini termasuk totalitas durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, serta reparasi produk, pula atribut produk yang lain. Industri membutuhkan terus tingkatan kualitas produk ataupun jasanya sebab kenaikan kualitas produk bisa mewujudkan

konsumen merasa puas terhadap produk ataupun jasa yang mereka bayar, serta akan menularkan konsumen buat melaksanakan pembelian ulang. Produk ialah suatu yang dapat ditawarkan untuk memuaskan keinginan dari target pasar. Uraian ini sejalan dengan pendapat Kotler dan Armstrong (2012:283), dan memiliki persamaan dengan riset terdahulu dari Wiyono (2014) yang menerangkan jika kualitas produk mampu mempengaruhi keputusan pembelian.

3. Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.

Harga dan kualitas produk memiliki peran penting didalam perusahaan yang menjual mebel atau almari. Di UD. Karya Mandiri memiliki ketetapan harga serta kualitas produk guna menciptakan nilai keputusan pembelian meningkat, tetapi di perusahaan ini untuk harga belum bisa menyesuaikan dengan perusahaan yang lain yang menjual produk sejenis atau memiliki harga lebih besar dari lainnya. Sedangkan guna kualitas produk mebel atau almari pada UD. Karya Mandiri mempunyai kualitas produk yang bagus serta daya tahan almari kuat, oleh karena itu dilihat dari harga serta kualitas produk ini tingkat keputusan pembelian UD. Karya Mandiri masih belum meningkat. Selain itu harga dan kualitas produk dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian di karenakan harga adalah nilai yang diperlukan

konsumen untuk suatu manfaat atas pengkonsumsian penggunaan atau kepemilikan barang atau jasa. Harga merupakan salah satu faktor yang harus di kendalikan secara serasi, selaras dengan tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan. Segala keputusan yang menyangkut dengan harga akan sangat mempengaruhi beberapa aspek kegiatan suatu usaha baik yang menyangkut kegiatan penjualan ataupun aspek keuntungan yang ingin dicapai oleh suatu lini usaha. Ini berarti harga menggambarkan nilai uang sebuah barang atau jasa. Sedangkan untuk kualitas produk ialah keahlian suatu barang guna memberikan hasil maupun kinerja yang diinginkan serta melebihi dari yang diperlukan oleh pelanggan. Kemudian keputusan pembelian adalah suatu pendekatan untuk menyelesaikan permasalahan guna mengambil suatu barang maupun jasa serta memenuhi keperluan dan kebutuhannya antara lain dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, serta perilaku pasca pembelian. Hal ini sependapat dengan teori Kotler dan Keller (2012:184), serta memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu oleh Atmaja dan Adiwinata (2013) diartikan dengan harga serta kualitas produk memang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.