

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden

1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden yang melakukan pembelian tenun ikat di Kelompok Pengrajin Tenun Ikat Suka Maju Desa Batnes Kecamatan Musi Kabupaten Timor Tengah Utara. Berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 4.1 sebagai berikut :

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki – Laki	27	24,10%
2	Perempuan	85	75,89 %
Jumlah		112	100 %

Sumber : Data Primer Diolah, Tahun 2019

Berdasarkan jawaban responden pada Tabel 4.1 dapat dilihat bahwa, terdapat sebanyak 27 responden (24,10%) berjenis kelamin laki-laki dan sebanyak 85 responden (75,89%) berjenis kelamin perempuan. Responden dengan jenis kelamin perempuan (75,89%) lebih cenderung melakukan pembelian tenun ikat di Kelompok Pengrajin Tenun Ikat Suka Maju Desa Batnes. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas konsumen dalam penelitian ini adalah konsumen dengan berjenis kelamin perempuan. Hal ini dikarenakan perempuan lebih menyukai kain tenun dibandingkan laki-laki. Oleh sebab itu, dalam penelitian ini responden dengan jenis perempuan lebih dominan dalam melakukan pembelian kain tenun di

Kelompok Pengrajin Tenun Ikat Suka Maju Desa Batnes dibandingkan laki-laki.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan tingkat usia dapat dilihat pada

Tabel 4.2 berikut :

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	< 19 tahun	3	2,7 %
2	20 – 39 tahun	64	57,1 %
3	>40 tahun	45	40,2 %
Jumlah		112	100 %

Sumber : Hasil Program SPSS versi 16 for windows

Berdasarkan gambaran responden dalam penelitian ini pada Tabel 4.2, dapat dilihat bahwa responden yang berusia 20-39 tahun menjadi paling tinggi dalam melakukan pembelian yang terbanyak kedua adalah yang berusia > 40 tahun. Kelompok Pengrajin Tenun Ikat Suka Maju Desa Batnes perlu memikirkan bahwa segmentasi pasar mereka harus lebih memprioritaskan konsumen dengan usia 20-39 tahun dan yang berusia > 40 tahun, karena konsumen pada usia tersebut sudah bekerja di dalam instansi-instansi tertentu yang diwajibkan berpakaian daerah di hari kerja tertentu.

3. Karakteristik Responde Berdasarkan Pendidikan

Karakteristik responden berdasarkan pendidikan dapat dilihat pada Tabel 4.3.

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan	Frekuensi	Persentase
1	SMA	43	38,4 %
2	S1	65	58 %
3	S2	4	3,6%
Jumlah		112	100 %

Sumber : Hasil Program SPSS versi 16 *for windows*

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas, dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan pendidikan terdiri dari SMA, S1, S2. Dari ke tiga karakteristik tersebut, masyarakat dengan pendidikan S1 lebih banyak membeli kain tenun di Kelompok Pengrajin Tenun Ikat Suka Maju Desa Batnes dan yang kedua adalah masyarakat dengan pendidikan SMA, hal ini dikarenakan mereka sudah bekerja di instansi tertentu yang mewajibkan menggunakan pakaian daerah di hari kerja tertentu.

B. Hasil Uji Coba Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Hasil penelitian benar-benar valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek yang diteliti. Dasar pengambilan keputusan berpedoman pada pendapat Sugiyono (2012:109), yang menyatakan bahwa jika koefisien korelasi (r) lebih besar dari 0,3 maka item pernyataan dalam instrumen dinyatakan valid, sedangkan jika koefisien korelasi dinyatakan lebih kecil

dari 0,3 maka item pernyataan dalam instrumen penelitian tidak valid. Apabila hasil uji validitas menunjukkan item pernyataan yang digunakan tidak valid, maka item pernyataan tersebut tidak dapat digunakan, sehingga harus diubah atau diganti.

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan terhadap 112 responden, yaitu masyarakat Desa Batnes, Desa Oeolo, Desa Oelneke, dan masyarakat Kota Kefamenanu yang pernah membeli kain tenun di Kelompok Pengrajin Tenun Ikat Suka Maju Desa Batnes (minimal satu kali), menggunakan program SPSS Versi 16 *for windows*.

a. Kualitas Produk

Berikut ini merupakan tabel hasil uji validitas variabel Kualitas produk (X1).

Tabel 4.4

Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1)

Pernyataan	Parameter	r hitung	Keterangan
P1	0.3	0.708	Valid
P2	0.3	0.797	Valid
P3	0.3	0.575	Valid
P4	0.3	0.774	Valid
P5	0.3	0.621	Valid
P6	0.3	0.670	Valid
P7	0.3	0.669	Valid

Sumber : Hasil Program SPSS versi 16 *for windows*

Berdasarkan Tabel 4.4, dapat dilihat bahwa sesuai dengan hasil yang diperoleh dari nilai r hitung, terdapat 7 butir pernyataan yang memiliki r hitung antara 0.000-0.700 lebih besar dari r tabel, 0,3. Maka disimpulkan bahwa semua butir pernyataan variabel Kepercayaan dapat

dinyatakan valid. Oleh karena itu pernyataan-pernyataan tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel kualitas produk (X1).

b. Harga

Berikut ini merupakan Tabel 4.5 hasil uji validitas variabel Harga (X2).

Tabel 4.5

Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Harga(X2)

Pernyataan	Parameter	r hitung	Keterangan
P1	0.3	0.626	Valid
P2	0.3	0.615	Valid
P3	0.3	0.797	Valid
P4	0.3	0.733	Valid

Sumber : Hasil Program SPSS versi 16 *for windows*

Berdasarkan Tabel 4.5 hasil uji coba kuesioner variabel Harga (X2) terhadap 112 responden, dapat dilihat bahwa sesuai dengan hasil yang diperoleh dari nilai r hitung, terdapat 4 pernyataan yang memiliki r hitung sebesar 0,626-0,797 lebih besar dari nilai r tabel 0,3. Maka dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan variabel Harga (X2) dapat dinyatakan valid. Oleh karena itu, pernyataan-pernyataan tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel Harga (X2).

c. Word of Mouth

Berikut di bawah ini merupakan Tabel 4.6 hasil uji validitas variabel *Word of Mouth* (X3).

Tabel 4.6

Rekapitulasi Hasil Uji Validitas *Word of Mouth* (X3)

Pernyataan	Parameter	r hitung	Keterangan
P1	0.3	0.875	Valid
P2	0.3	0.839	Valid
P3	0.3	0.892	Valid

Sumber : Hasil Program SPSS versi 16 *for windows*

Berdasarkan Tabel 4.6, dapat dilihat bahwa hasil uji kuesioner variabel *Word of Mouth* (X3) terhadap 112 responden, menunjukkan bahwa sesuai dengan hasil yang diperoleh dari nilai r hitung terdapat 3 butir pernyataan yang memiliki r hitung sebesar 0,839-0,892 lebih besar dari nilai r tabel 0,3. Jadi, dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan variabel *word of Mouth* (X3) dapat dinyatakan valid. Oleh karena itu pernyataan-pernyataan tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel *Word of Mouth* (X3).

d. Keputusan pembelian

Berikut ini merupakan Tabel 4.7 hasil uji validitas variabel Keputusan Pembeli (Y).

Tabel 4.7

Rekapitulasi Hasil Uji Validitas Keputusan Pembeli (Y)

Pernyataan	Parameter	r hitung	Keterangan
P1	0.3	0.904	Valid
P2	0.3	0.771	Valid
P3	0.3	0.804	Valid
P4	0.3	0.949	Valid

Berdasarkan tabel hasil uji coba kuesioner variabel keputusan pembelian (Y) terhadap 112 responden, dapat dilihat bahwa sesuai dengan hasil yang diperoleh dari nilai r hitung, hasilnya terdapat 4 butir pernyataan yang memiliki r hitung antara, 0,771-0,949, lebih besar dari nilai r tabel 0,3. Jadi, dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan dari variabel Keputusan Pembeli (Y) dapat dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Suatu instrumen (kuesioner) dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *cronbach alpha*. Pada penelitian ini, setiap variabel dikatakan reliabel apabila nilai r *Cronbach Alpha* $\geq 0,06$. Apabila nilai r *cronbach alpha* $< 0,05$ maka reliabilitas ditolak (Sugiyono, 2010:124). Uji reliabilitas dilakukan terhadap 112 masyarakat Kabupaten Timor Tengah Utara yang pernah melakukan pembelian kain tenun di Kelompok Pengrajin Tenun Ikat Suka Maju Desa Batnes minimal satu kali, dengan menggunakan program SPSS versi 16 *for windows*. Hasil pengujian reliabilitas untuk masing-masing variabel dapat dilihat pada Tabel 4.9 dibawah ini.

Tabel 4.8

Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Parameter	<i>Cronbach' Alpha</i>	Keterangan
Kualitas Produk	0,06	.811	Reliabel
Harga	0,06	.629	Reliabel
<i>Word of Mouth</i>	0,06	.835	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,06	.866	Reliabel

Sumber : Hasil Program SPSS versi 16 *for windows*

Hasil uji reliabilitas pada Tabel 4.8 menunjukkan bahwa, semua variabel mempunyai nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,06. Artinya, semuabutir-butir pernyataan kualitas produk, harga, *word of Mouth*, keputusan pembeli adalah reliabel. Kuesioner yang digunakan yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang handal dan butir-butir pernyataan tersebut dapat digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda.

C. Analisa Data

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dalam penelitian ini, dilakukan dengan membuat tabel dari jawaban responden dan kemudian memberikan jawaban dari hasil persentase dari jawaban responden berdasarkan rumus yang telah ditetapkan.

a. Kualitas Produk

Variabel Kualitas produk (X1) terdiri dari 4 indikator dan 7 pernyataan. Hasil deskriptif dapat dilihat pada Tabel 4.9.

Tabel 4.9

Kategori Gambaran Kualitas Produk(X1)

Indikator	Item	Jumlah Jawaban Responden	\bar{X}Ps-p	Ps-p	\bar{x}	Kategori
<i>Performance</i> (kinerja)	P1	457	4.08	81.6	81.6	Baik
	P2	470	4.19	83.8	83.8	Baik
<i>Reliability</i> (keandalan)	P3	495	4.42	88.4	88.4	Sangat baik

produk)						
<i>Durability</i> (daya tahan)	P4	483	4.31	86.2	86.2	Sangat Baik
	P5	492	4.39	87.8	87.8	Sangat baik
<i>Design</i> (desain)	P6	464	4.14	82.8	82.8	Baik
	P7	470	4.19	83.8	83.2	Baik
Total		3331	29.7	594.	84.9	Sangat baik
			2	4		

Sumber : Hasil Program SPSS versi 16 *for windows*

Pada Tabel 4.9 menunjukkan kategori gambaran jumlah rata-rata dari variabel kualitas produk (X1) adalah 84.4. Selain total dari jumlah rata-rata dapat juga dilihat bahwa adanya indikator yang memperoleh skor dengan nilai Sangat baik, dan indikator yang memperoleh skor dengan nilai Baik. Indikator dengan skor nilai yang sangat tinggi merupakan indikator ”*reliability*(keandalan produk)” (X1.3) sebesar 88.4%, dan indikator dengan skor nilai rendah merupakan indikator “kinerja” (X1.1) sebesar 71,6.

Indikator keandalan produk memperoleh nilai sangat tinggi karena konsumen mengatakan sebenarnya tentang Kualitas Produk dari produk Tenun ikat di Kelompok Pengrajin Tenun Ikat Suka Maju Desa Batnes.

b. Harga

Variabel Harga(X2) terdiri dari pernyataan. Hasil analisis deskriptif dapat dilihat pada Tabel 4.10 berikut ini.

Tabel 4.10

Kategori Gambaran Harga (X2)

Indikator	Item	Jumlah Jawaban Responden	\bar{X} Ps-p	Ps-p	\bar{x}	Kategori
Keterjangkaun Harga	P1	471	4.20	84	84	Sangat baik
Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk	P2	472	4.21	84,2	84,2	Sangat baik
Daya saing harga	P3	462	4.12	82,4	82,4	Baik
Kesesuaian harga dengan manfaat	P4	486	4.33	86,6	86,6	Sangat baik
Total		1891	16.86	337.2	84.3	Sangat baik

Sumber : Hasil Program SPSS versi 16 *for windows*

Hasil rekapitulasi Tabel 4.10, menunjukkan kategori gambaran jumlah rata-rata dari variabel Harga(X2) adalah 84,3 dan dikategorikan Sangat baik. Selain Selain total dari jumlah rata-rata dapat juga dilihat bahwa adanya indikator yang memperoleh skor dengan nilai Sangat Baik, dan indikator yang memperoleh skor dengan nilai Baik. Indikator dengan skor nilai yang sangat baik merupakan indikator ”*kesesuaian harga dengan manfaat*” (X2.4) sebesar 86,6 dan indikator dengan skor nilai rendah merupakan indikator “*daya saing harga*” (X2.3) sebesar 82.4.

Indikator “*kesesuaian harga dengan manfaat*” memperoleh nilai yang tinggi karena walaupun harga tenun cukup tinggi namun konsumen merasa puas dengan manfaatnya sehingga tertarik dan ingin

membeli kain tenun di Kelompok Pengrajin Tenun Ikat Suka Maju Desa Batnes. Hal ini juga dipengaruhi dengan kualitas, sehingga dengan harga yang dapat dijangkau dengan kualitas yang baik.

c. *Word of Mouth*

Hasil analisis deskriptif variabel *word of Mouth* (X3) dapat dilihat pada Tabel 4.11

Tabel 4.11

Kategori Gambaran *Word of Mouth* (X3)

Indikator	Item	Jumlah Jawaban Responden	\bar{X}Ps-p	Ps-p	\bar{x}	Kategori
Membicarakan	P1	488	4.35	87	87	Sangat baik
Merekomendasikan	P2	501	4.47	89.4	89.4	Sangat baik
Mendorong	P3	433	3.86	77.2	77.2	baik
Total		1442	12.86	253.6	84.53	Sangat baik

Sumber : Hasil Program SPSS versi 16 for windows

Berdasarkan dari Tabel 4.11 menunjukkan kategori gambaran jumlah rata-rata dari variabel Kualitas Produk (X3) adalah 84.5 dan dikategorikan sangat baik. Tetapi terdapat pula indikator yang memperoleh skor dengan nilai tinggi dan adapula indikator yang memperoleh skor dengan nilai yang lebih rendah dibandingkan yang lainnya. Indikator dengan skor nilai tinggi merupakan indikator "merekomendasikan" dengan nilai 89,4% dan indikator dengan skor nilai lebih rendah merupakan indikator "mendorong" dengan nilai 77.2

Indikator “merekomendasikan” memperoleh nilai yang tinggi karena dengan semakin baik *Word of Mouth* yang dilakukan konsumen tentang Kelompok Pengrajin Tenun Ikat Suka Maju Desa Batnes maka semakin banyak juga konsumen yang tertarik untuk selalu membeli kain tenun di Kelompok Pengrajin Tenun Ikat Suka Maju Desa Batnes.

d. Keputusan Pembelian

Hasil analisis deskriptif variabel word of mouth (X3) dapat dilihat pada Tabel 4.12

Tabel 4.12

Kategori Gambaran Keputusan Pembeli(Y)

Indikator	Item	Jumlah Jawaban Responden	\bar{X}_{Ps-p}	Ps-p	\bar{x}	Kategori
Kemantapan Pada Sebuah Produk	P1	471	4.20	84	84	Sangat baik
Kebiasaan Dalam Membeli Produk	P2	463	4.13	82.6	82.6	Baik
Merekomendasikan	P3	501	4.47	89.4	89.4	Sangat baik
Melakukan Pembelian Ulang	P4	411	3.67	73.4	73.4	Baik
Total		1846	16.47	329.4	82.3	Baik

Sumber : Hasil Program SPSS versi 16 for windows

Ini berarti tidak ada korelasi antara variabel bebas dan dapat disimpulkan, bahwa tidak ditemukan masalah multikolinieritas antara

variabel bebas dalam persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini.

2. Analisis Statistik Inferensial

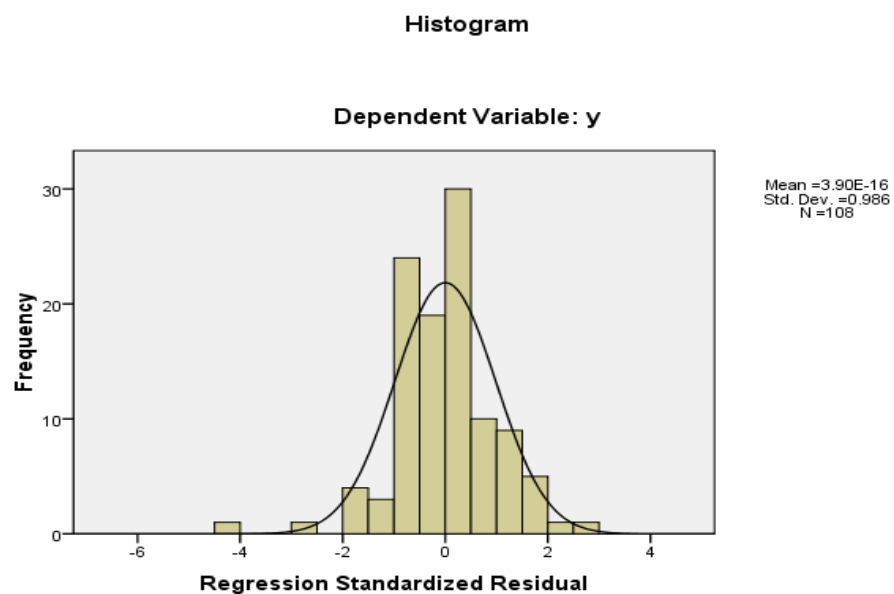
a. Analisis Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Salah satu syarat untuk menggunakan alat analisis regresi adalah data yang dianalisis harus menyebar secara normal atau mendekati normal. Hasil analisis pada grafik histogram dan normal P-Plot menunjukkan bahwa data umumnya menyebar secara normal, yakni terletak disekitar garis diagonal, yang merupakan garis perpotongan antara garis probabilitas harapan dengan pengamatan. Uji normalitas dapat diamati pada Gambar 4.1 grafik histogram maupun Gambar 4.2 grafik normal p-plot.

Gambar 4.1

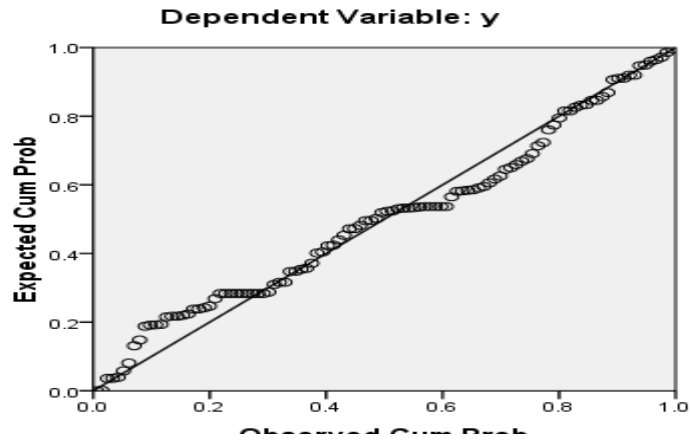
Grafik Histogram Uji Normalitas



Sumber : Hasil Program SPSS versi 16 *for windows*

Gambar 4.2

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber : Hasil Program SPSS versi 16 *for windows*

Pada Gambar 4.1 menunjukkan bahwa data berada pada kurva normal atau menyebar mengikuti distribusi normal. Demikian juga Gambar 4.2 grafik normal probabilitas plot, menunjukkan bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti garis diagonal. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa data hasil penelitian ini dapat dianalisis dengan model regresi, karena memenuhi asumsi normalitas.

2) Uji Linearitas

Hasil uji linearitas dapat dilihat pada Tabel 4.13.

Tabel 4.13

Variabel	F Linearity	F Deviation From Linearity		
	F	Sig	F	Sig.
Y*X1	437.330	.000	1.160	0.759
Y*X2	502.752	.000	4.207	0.804
Y*X3	451.135	.000	8.402	0.764

Sumber : Hasil Program SPSS versi 16 *for window*

Berdasarkan Tabel 4.13, diketahui bahwa nilai signifikansi *linearity* pada setiap variabel kurang dari 0,05 dan pada *deviation from linearity* lebih besar dari 0,05, maka uji asumsi linearitas pada penelitian ini terpenuhi.

3) Uji Multikolinearitas

Berikut ini merupakan Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas, yang diolah menggunakan program SPSS versi 16 for windows.

Tabel 4.14

Hasil Uji Multikolinearitas

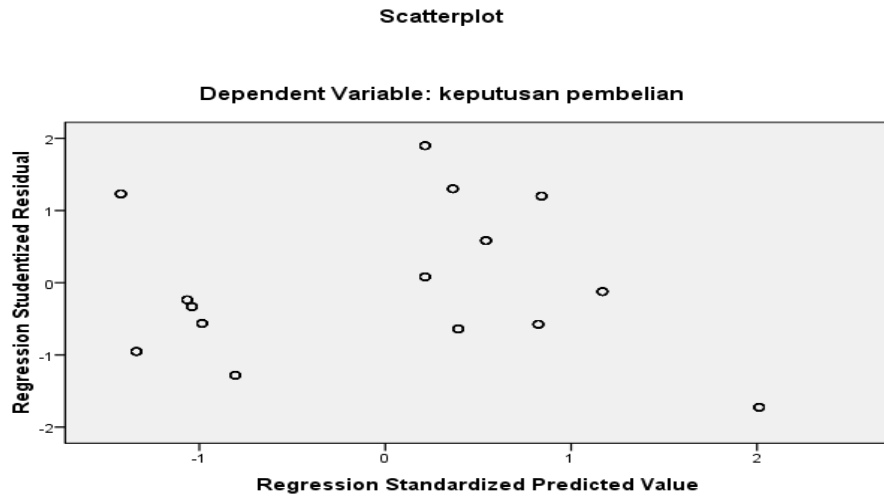
Model	Collineary Statistics		
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X1	.419	2.488
	X2	.191	5.237
	X3	.143	6.978
Dependent Variable: Y			

Sumber : Hasil Program SPSS versi 16 for windows

Hasil pada Tabel 4.15 tidak menunjukkan adanya multikolinieritas, karena nilai VIF (*variance index factor*) kurang dari 10 sementara nilai *tolerance* juga tidak ada yang kurang dari 0,10. Hal ini berarti, tidak ada korelasi antara variabel bebas dan dapat disimpulkan, bahwa tidak ditemukan masalah multikolinearitas antar variabel bebas dalam persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini.

4) Uji Heteroskedastisitas

Gambar 4.3



Sumber : Hasil Program SPSS versi 16 *for windows*

Hasil analisis data menunjukkan Gambar *Scatterplot* dapat diambil keputusan, bahwa tidak ada pola yang jelas seperti titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas dan terjadi homoskedastisitas sehingga data dalam penelitian ini dapat diolah lebih lanjut.

b. Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil analisis regresi linear berganda yang diolah menggunakan program SPSS versi 16 *for windows*, dapat dilihat pada Tabel 4.15 :

Tabel 4.15

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

(Constant)	-6.211	.567		-10.947	.000
kualitas produk	.331	.023	.523	14.691	.000
Harga	.872	.072	.637	12.067	.000
word of mouth	.146	.093	.596	.11.581	.000

Dependent Variable: keputusan pembelian

$$Y = 0,523 X1 + 0,637X2 + 0,596 X3$$

Artinya bahwa sikap konsumen dalam membeli tenun ikat di Kelompok Pengrajin Tenun Ikat Suka Maju Desa Batnes ditentukan oleh variabel kualitas produk (X1), harga(X2), *word of mouth* (X3). Persamaan tersebut terlihat bahwa koefisien regresi variabel Harga (X2) paling besar sehingga faktor harga yang paling dominan atau yang mempengaruhi dalam keputusan membeli konsumen. Berikut merupakan penjelasan makna dari masing-masing koefisien regresi, berdasarkan model persamaan linier berganda tersebut.

- 1) Nilai $\beta_1 = 0,523$, menunjukkan bahwa koefisien regresi kualitas produk (X1) meningkat maka variabel keputusan pembeli (Y) juga akan meningkat. Sebaliknya jika variabel kualitas produk (X1) terjadi penurunan maka variabel keputusan pembeli juga akan menurun. Artinya jika kualitas produk tenun Ikat Kelompok Pengrajin Tenun Ikat Suka Maju Desa Batnes meningkat, maka Keputusan pembeli dalam membeli Produk tersebut semakin banyak atau semakin meningkat. Sebaliknya jika Kualitas produk

rendah atau menurun, maka keputusan pembeli dalam melakukan pembelian produk tenun ikat di Kelompok Pengrajin Tenun Ikat Suka Maju Desa Batnes juga akan rendah atau menurun.

- 2) Nilai $\beta_2 = 0,637$ menunjukkan koefisien regresi variabel Harga (X2) meningkat maka variabel keputusan pembeli (Y) meningkat. Sebaliknya jika variabel Harga menurun atau rendah maka keputusan pembeli (Y) juga akan menurun atau rendah. Artinya jika Harga jual produk tenun ikat terjangkau atau murah maka keputusan pembeli (Y) dalam melakukan pembelian produk tenun ikat di Kelompok Pengrajin Tenun Ikat Suka Maju Desa Batnes akan meningkat. Sebaliknya jika Harga jual produk tenun ikat di Kelompok Pengrajin Tenun Ikat Suka Maju Desa Batnes mahal atau susah dijangkau maka keputusan pembeli (Y) dalam membeli produk tenun ikat di Kelompok Pengrajin Tenun Ikat Suka Maju Desa Batnes juga akan menurun.
- 3) Nilai $\beta_3 = 0,596$ menunjukkan koefisien regresi *Word of Mouth* (X3) meningkatkan maka variabel keputusan pembeli (Y) juga akan meningkat. Sebaliknya jika variabel *Word of Mouth* (X3) rendah maka variabel keputusan pembeli (Y) juga akan menurun atau rendah. Artinya jika *word of mouth* tenun ikat di Kelompok Pengrajin Tenun Ikat Suka Maju Desa Batnes baik atau optimal

maka banyak orang yang mengenal produk tenun ikat diKelompok Pengrajin Tenun Ikat Suka Maju Desa Batnes tersebut sehingga keputusan membeli (Y) pembelian tenun ikat di Kelompok Pengrajin Tenun Ikat Suka Maju Desa Batnesjuga akan meningkat. Sebaliknya jika *Word of Mouth* tentang produk Kelompok Pengrajin Tenun Ikat Suka Maju Desa Batnesgagal atau tidak optimal maka banyak orang tidak mengenal produk tersebut sehingga keputusan membeli (Y) juga akan menurun.

c. Pengujian Hipotesis Statistik

1) Uji Parsial (Uji t)

Untuk menguji hipotesis statistik mengenai pengaruh secara parsial (uji t) pada masing-masing variabel bebas yang terdiri dari : Kualitas Produk (X1), Harga(X2), dan *Word of Mouth* (X3) terhadap variabel terikat keputusan pembeli (Y), dapat dilihat pada Tabel 4.16 sebagai berikut :

Tabel. 4.16

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.

	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-6.211	.567		-10.947	.000
kualitas produk	.331	.023	.523	14.691	.000
Harga	.872	.072	.637	12.067	.000
word of mouth	.146	.093	.596	11.581	.000

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

Sumber : Hasil Program SPSS versi 16 *for windows*

a) Kualitas Produk(X1)

Hasil statistik uji t untuk variabel Kualitas Produk (X1) menunjukkan nilai t hitung sebesar 14,691 dengan nilai signifikan sebesar 0,001 lebih kecil dari tingkat alfa yang digunakan, yaitu 0,05 (5%). Keputusan yang diambil adalah menerima hipotesis alternatif (Ha) dan menolak hipotesis nol (H0). Artinya, secara parsial variabel Kualitas Produk(X1) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembeli (Y) atas pembelian tenun ikat di Kelompok Pengrajin Tenun Ikat Suka Maju Desa Batnes.

b) Harga (X2)

Hasil uji statistik uji t untuk variabel Harga(X2) menunjukkan nilai t hitung sebesar 12,067 dengan nilai signifikan sebesar 0.001 lebih kecil dari tingkat alfa yang digunakan, yaitu

0,05 (5%). Keputusan yang diambil adalah menerima hipotesis alternatif (H_a) dan menolak hipotesis nol (H_0). Artinya, secara parsial variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembeli atas pembelian tenun ikat di Kelompok Pengrajin Tenun Ikat Suka Maju Desa Batnes.

c) **Word of Mouth (X3)**

Hasil uji statistik uji t untuk variabel *Word of Mouth* (X3) menunjukkan nilai t hitung sebesar 11,581 dengan nilai signifikan sebesar 0.001 lebih kecil dari tingkat alfa yang digunakan, yaitu 0,05 (5%). Keputusan yang diambil adalah menerima hipotesis alternatif (H_a) dan menolak hipotesis nol (H_0). Artinya, secara parsial variabel *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembeli atas pembelian tenun ikat di Kelompok Pengrajin Tenun Ikat Suka Maju Desa Batnes.

2) **Uji Stimultan (Uji F)**

Pengujian hipotesis statistik secara simultan (uji F) dalam penelitian ini diolah dengan menggunakan program SPSS versi 16 *for windows*. Berikut merupakan Tabel 4.18 hasil Uji Simultan (Uji F).

Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	542.886	3	180.962	590.831	.000 ^a
Residual	33.079	108	.306		
Total	575.964	111			

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	542.886	3	180.962	590.831	.000 ^a
Residual	33.079	108	.306		
Total	575.964	111			

Sumber : Hasil Program SPSS versi 16 *for window*

Berdasarkan hasil uji simultan (uji F) pada Tabel 4.18 di atas, diperoleh nilai F hitung sebesar 590.831 dengan nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari tingkat alfa yang digunakan yaitu 0,05 (5%). Keputusan yang diambil, yaitu menerima hipotesis alternatif (H_a) dan menolak hipotesis nol (H_0). Dengan kata lain, variabel kualitas produk, Harga, *Word of Mouth* secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembeli atas pembelian tenun ikat diKelompok Pengrajin Tenun Ikat Suka Maju Desa Batnes.

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas, yaitu Kualitas Produk(X_1), Harga(X_2), *Word of Mouth* (X_3) secara bersama-sama terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian (Y). Berikut merupakan Tabel 4.19 *output model summary*, yang menunjukkan nilai dari koefisien determinasi.

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.971 ^a	.943	.941	.55343

Berdasarkan pada *output Model Summary*, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,943. Nilai ini menerangkan bahwa, 94,3% variabel Keputusan Pembeli atas pembelian kain tenun di Kelompok Pengrajin Tenun Ikat Suka Maju Desa Batnes. Dapat dijelaskan atau merupakan kontribusi dari ketiga variabel independen, yakni variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2), *Word of Mouth* (X3), sedangkan sisanya sebesar 5,7% dijelaskan oleh variabel lain yang terdapat di luar model ini seperti kualitas pelayanan.

D. Pembahasan

Hasil penelitian yang diuraikan diatas, baik yang menggunakan alat statistik deskriptif maupun inferensial, selanjutnya penelitian ini dikaitkan dengan teori-teori yang menjadi landasan teori, hasil penelitian terdahulu dan fakta atau kondisi lapangan. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel Kualitas Produk, Harga, *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembeli atas pembelian tenun ikat di Kelompok Pengrajin Tenun Ikat Suka Maju Desa Batnes. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa variabel Kualitas produk, Harga, *Word of Mouth* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembeli atas pembelian tenun ikat di Kelompok Pengrajin Tenun Ikat Suka Maju Desa Batnes. Secara simultan variabel Kualitas Produk, Harga, *Word of Mouth* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian

atas pembelian tenun ikat di Kelompok Pengrajin Tenun Ikat Suka Maju Desa Batnes.

1. Pengaruh Kualitas Produk (X1), Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Hasil analisis deskriptif variabel keputusan menunjukkan angka kategori gambaran responden sebesar 84,9% dan masuk dalam kategori sangat baik, artinya kualitas tenun ikat di Kelompok Pengrajin Tenun Ikat Suka Maju Desa Batnes. Hal ini disebabkan karena kualitas produk tenun ikat di Kelompok Pengrajin Tenun Ikat Suka Maju Desa Batnes yang baik dan disenangi oleh konsumen. Hasil analisis statistik (uji t), menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembeli atas pembelian tenun ikat di Kelompok Pengrajin Tenun Ikat Suka Maju Desa Batnes. Hal ini menunjukkan bahwa, apabila kualitas tenun ikat di Kelompok Pengrajin Tenun Ikat Suka Maju Desa Batnes baik, maka sikap konsumen atas pembelian tenun ikat di Kelompok Pengrajin Tenun Ikat Suka Maju Desa Batnes meningkat. Secara deskriptif, nilai kategori gambaran responden masuk dalam kategori tinggi sesuai dengan nilai kategori gambaran responden mengenai Keputusan pembeli yang masuk dalam kategori Baik (82,3) dan sama dengan hasil uji t dan hasil regresi yang menunjukkan Kualitas produk berpengaruh terhadap Keputusan pembeli, atas pembelian tenun ikat di Kelompok Pengrajin Tenun Ikat Suka Maju Desa Batnes.

2. Pengaruh Harga(X2)Terhadap Keputusan Pembeli (Y)

Pada hasil uji statistik secara parsial menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Harga dan Keputusan Pembeli atas pembelian tenun ikat di Kelompok Pengrajin Tenun Ikat Suka Maju Desa Batnes. Secara deskriptif, nilai kategori gambaran responden mengenai Hargamasuk dalam kategori Sangat Baik (84,3) sesuai dengan nilai kategori gambaran responden mengenai Keputusan Pembelian yang masuk dalam kategori Baik (82,3), dan sama dengan hasil uji t dan hasil regresi yang menunjukkan harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembeli atas pembelian produk tenun ikat di Kelompok Pengrajin Tenun Ikat Suka Maju Desa Batnes.

3. Pengaruh *Word of Mouth* (X3) Terhadap Keputusan Pembeli (Y)

Hasil analisis deskriptif variabel *Word of Mouth* menunjukkan angka kategori gambaran responden sebesar 84,3% yang artinya gambaran konsumen tentang manfaat yang dirasakan dari tenun ikat di Kelompok Pengrajin Tenun Ikat Suka Maju Desa Batnes adalah Sangat Baik. Hal ini mendorong adanya Keputusan pembelian untuk melakukan pembelian produk Tenun ikat. Penilaian responden tentang *word of mouth* tersebut, juga diikuti nilai kategori gambaran untuk Keputusan Pembelian Baik, yakni sebesar 82,3%.

Hasil analisis uji statistik (uji t) dan hasil regresi menunjukkan secara parsial, variabel *word of mouth* mempunyai pengaruh positif dan signifikan

terhadap Keputusan Pembeli atas pembelian tenun ikat di Kelompok Pengrajin Tenun Ikat Suka Maju Desa Batnes. Hal ini berarti, apabila word of mouth tenun ikat Kelompok Pengrajin Tenun Ikat Suka Maju Desa Batnes baik atau optimal maka Keputusan Pembeli atas pembelian kain tenun di Kelompok Pengrajin Tenun Ikat Suka Maju Desa Batnes juga akan baik.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, manfaat word of mouth yang dirasakan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.