

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

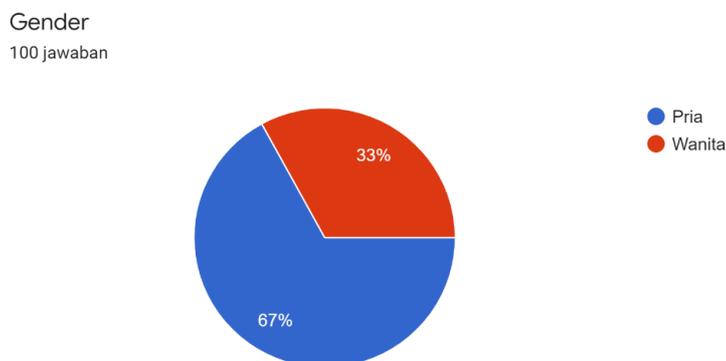
4.1. Analisis Data

Dalam kajian ini, bilangan sampel yang diisi adalah sebanyak 100 responden, yang merupakan ciri responden dalam kajian ini, iaitu orang yang telah membeli buku mengenai CV. Pustaka Karya dan responden dalam kajian ini khusus untuk orang yang bermastautin di Tangerang City atau yayasan sekolah yang terletak di kawasan Bandar Tangerang. Data diperolehi dengan mengedarkan beberapa soalan dalam bentuk soal selidik dalam talian untuk mendapatkan maklumat secara langsung daripada responden mengikut objek kajian. Kajian ini dijalankan dengan memberikan nilai atau skor seperti yang ditentukan menggunakan skala likert. Kemudian hasil purata setiap pembolehubah dikira dan mengetahui interplay data sedia ada. semua soal selidik yang telah diterima, tidak ada data yang hilang, semuanya diisi dengan betul dan tidak ada yang kosong.

4.1.1. Karakteristik Responden

Ciri-ciri responden dalam kajian ini adalah orang yang telah membeli buku mengenai CV. Pustaka Karya dan responden dalam kajian ini khusus untuk orang yang bermastautin di Tangerang City atau yayasan sekolah yang terletak di kawasan Bandar Tangerang..

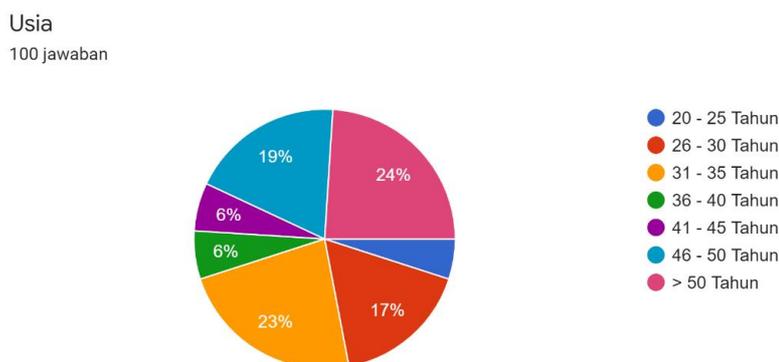
Gambar 4.1 Jenis Kelamin Responden



Sumber: data diolah tahun 2022

Berdasarkan hasil data yang diperoleh, gambar 4.1 menunjukkan bahwa jenis kelamin responden yang paling dominan adalah laki-laki yaitu dengan jumlah sebesar 67 orang dan perempuan memiliki jumlah sebesar 33 orang. Hasil tersebut menunjukkan bahwa orang yang membeli buku di penerbit CV. Pustaka Karya lebih banyak/dominan berjenis laki-laki dari pada perempuan.

Gambar 4.2. Usia Responden

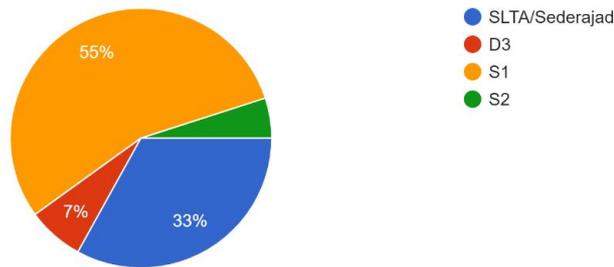


Sumber: data diolah tahun 2022

Berdasarkan hasil data yang diperoleh, gambar 4.2. menunjukkan bahwa usia responden yang paling dominan adalah berusia diatas 50 tahun yaitu dengan jumlah sebesar 24 orang. Selanjutnya usia 31 – 35 tahun dengan jumlah sebesar 23 orang, usia selanjutnya 46 – 50 tahun dengan jumlah sebesar 19 orang, usia 26 – 30 tahun dengan jumlah sebesar 17 orang, usia 41 – 45 tahun dengan jumlah sebesar 6 orang, usia 36 – 40 tahun dengan jumlah sebesar 6 orang, dan usia 20 – 25 tahun dengan jumlah sebesar 5 orang. Hasil tersebut menunjukkan bahwa orang yang pernah membeli buku di penerbit CV. Pustaka Karya lebih banyak/dominan orang berusia diatas 50 tahun yaitu dengan jumlah sebesar 24 orang.

Gambar 4.3. Pendidikan Terakhir

Pendidikan terakhir
100 jawaban

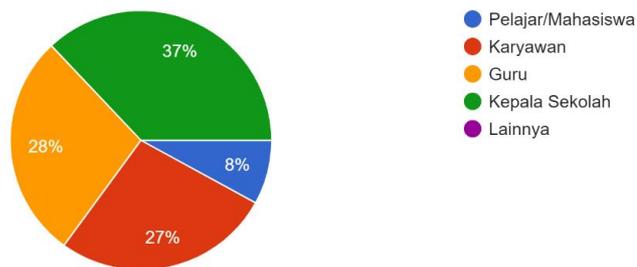


Sumber: data diolah tahun 2022

Berdasarkan data yang diperoleh, gambar 4.3. menunjukkan bahwa responden yang paling dominan adalah sarjana S1 dengan jumlah sebesar 55 orang. Pendidikan terakhir selanjutnya SLTA/Sederajat dengan jumlah sebesar 33 orang, selanjutnya Pendidikan terakhir D3 dengan jumlah sebesar 7 orang, dan yang terakhir Pendidikan terakhir S2 dengan jumlah sebesar 5 orang. Hasil tersebut menunjukkan bahwa orang yang pernah membeli buku di penerbit CV. Pustaka Karya lebih banyak/dominan pada Pendidikan terakhir Sarjana S1 dengan jumlah sebesar 55 orang.

Gambar 4.4. Status Responden

Status Responden
100 jawaban

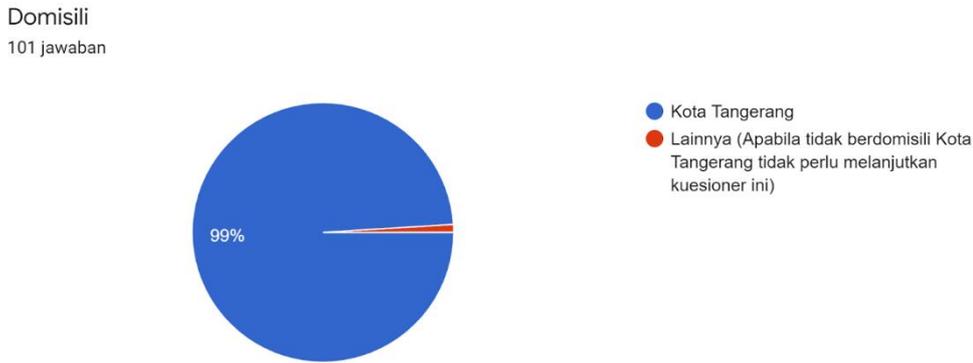


Sumber: data diolah tahun 2022

Berdasarkan data yang diperoleh, gambar 4.4 menunjukkan bahwa responden yang paling dominan adalah kepala sekolah dengan jumlah sebesar 37 orang, status responden selanjutnya adalah guru dengan jumlah sebesar 28 orang, selanjutnya yaitu karyawan dengan jumlah sebesar 27 orang, dan yang terakhir

pelajar/mahasiswa dengan jumlah sebesar 8 orang. Hasil tersebut menunjukkan bahwa orang yang pernah membeli buku di penerbit CV. Pustaka Karya lebih banyak/dominan adalah kepala sekolah dengan jumlah sebesar 37 orang.

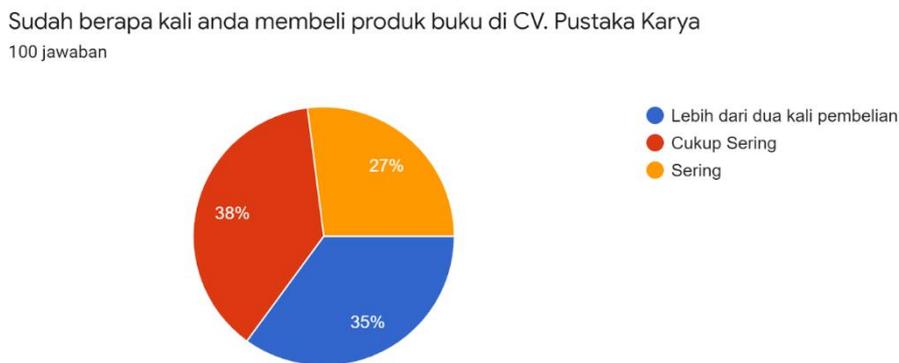
Gambar 4.5 Data Domisili Responden



Sumber: Data diolah tahun 2022

Berdasarkan gambar 4.5., dapat dilihat bahwa domisili responden seratus persen berasal dari Kota Tangerang berdasarkan kuesioner yang sudah di seting sesuai peneliti yang diharapkan yaitu karakteristik responden diharuskan berasal dari Kota Tangerang dikarenakan terdiri dari 3 Kecamatan yaitu di Karang Tengah, Ciledug, dan Larangan yang berjumlah 100 responden sehingga responden dapat melanjutkan pertanyaan selanjutnya.

Gambar 4.6 Tingkat pembelian buku CV. Pustaka Karya



Sumber: Data diolah tahun 2022

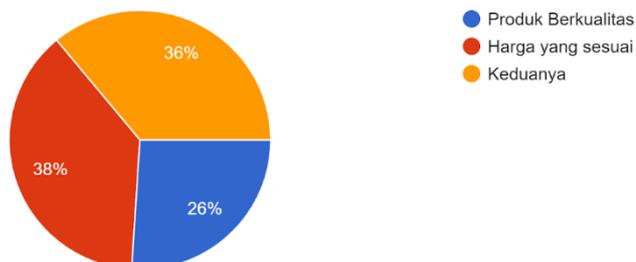
Berdasarkan gambar 4.6., dapat dilihat bahwa mayoritas responden pada penelitian ini cukup sering membeli buku penerbit CV. Pustaka Karya.

Gambar 4.7 Intensitas memutuskan pembelian buku yang dikeluarkan oleh penerbit CV. Pustaka Karya

Apa yang membuat anda memutuskan pembelian produk yang dikeluarkan oleh penerbit CV.

Pustaka Karya

100 jawaban



Sumber: Data diolah tahun 2022

Berdasarkan gambar 4.7., dapat dilihat bahwa mayoritas responden pada penelitian ini buku yang dikeluarkan CV. Pustaka Karya dapat memutuskan pembelian dengan harga yang sesuai sebesar 38 orang, dan responden memilih keduanya yaitu produk berkualitas dan harga yang sesuai sebesar 36 orang dan selanjutnya responden memilih produk berkualitas dengan jumlah sebesar 26 orang yang membuat memutuskan pembelian buku di penerbit CV. Pustaka Karya.

4.2. Analisis Deskriptif

Kegunaan dari analisis deskriptif untuk mengetahui rata-rata skor jawaban responden untuk variabel kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian. Nilai rata-rata skor diperoleh dengan bantuan dari program *Microsoft Excel*.

Tabel 4.1 Analisis Deskriptif Kualitas Suatu Produk

Variabel	Total Mean	Mean Variabel	Kategori
Kualitas Produk	20,98	3,49	Setuju
Harga	12,47	3,11	Netral
Keputusan Pembelian	19,54	3,25	Netral

Sumber: Olahan Data Primer 2022

Berdasarkan pada tabel 4.1., dapat disimpulkan bahwa pernyataan-pernyataan yang disampaikan pada variabel Kualitas Produk, memberikan hasil 3,49 yang termasuk ke dalam kategori setuju. dapat diartikan bahwa mayoritas responden setuju terhadap kualitas produk yang diberikan oleh penerbit CV. Pustaka Karya. Selain itu, pernyataan-pernyataan yang disampaikan pada variabel Harga memberikan hasil 3,11, yang dimana masuk kedalam kategori netral. Dapat diartikan bahwa beberapa responden memilih setuju, namun mayoritas memilih untuk netral terkait pernyataan-pernyataan pada variabel Harga.

Sedangkan pada variabel Keputusan Pembelian, pernyataan-pernyataan yang disampaikan pada variabel tersebut memberikan nilai rata-rata 3,25. Hal ini menunjukkan responden banyak yang memilih netral terhadap pernyataan-pernyataan yang disampaikan pada variabel Keputusan Pembelian seperti mempertimbangkan untuk membeli produk dan memilih produk sebagai alternatif keputusan pembelian, yang dimana nilai 3,25 termasuk dalam kategori netral sama dengan mendekati baik atau setuju.

4.3. Uji Validitas

4.3.1. Validitas Konvergen

Tabel 4.2 Analisis Deskriptif Kualitas Suatu Produk

	Average Variance Extracted (AVE)
X1	0.506
X2	0.553
Y	0.556

Sumber: Olahan Data PLS 2022

Berdasarkan tabel di atas, dapat dikatakan valid karena nilai *Average Variance Extracted* (AVE) yang dihasilkan lebih besar dari 0,5. Dapat dilihat bahwa variabel kualitas produk memiliki skor AVE 0,506, harga memiliki skor AVE 0,553, dan keputusan pembelian memiliki skor AVE 0,556.

4.3.2. Validitas Diskriminan

Tabel 4.3 Nilai Cross Loading

Cross Loadings	X1	X2	Y
X11	0,709	0,327	0,590
X12	0,733	0,530	0,605
X13	0,694	0,368	0,568
X14	0,726	0,522	0,536
X15	0,659	0,337	0,400
X16	0,724	0,616	0,647
X21	0,404	0,714	0,474
X22	0,520	0,805	0,572
X23	0,460	0,706	0,503
X24	0,527	0,746	0,458
Y11	0,565	0,433	0,684
Y12	0,528	0,514	0,751
Y13	0,574	0,540	0,741
Y14	0,600	0,479	0,774
Y15	0,603	0,430	0,757
Y16	0,674	0,616	0,762

Sumber: Olahan Data PLS

Berdasarkan tabel *cross loading* diatas, dapat dikatakan valid karena skor *cross loading* masing-masing indikator variabel adalah di atas 0,70 atau lebih besar daripada variabel laten lainnya.

4.4. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan dari indikator variabel atau konstruk. Apabila jika kuesioner bisa dikatakan reliabel atau handal terhadap jawaban seseorang pada pertanyaan yaitu konsisten atau stabil dari waktu ke waktu, (Ghozali, 2018). Maka dari itu semakin homogen item-item dalam sebuah alat ukur, maka semakin tinggi juga konsistensi mengukur konstruk yang sama. Untuk mengukur reliabilitas dapat digunakan uji statistik Cronbach's alpha (α). Suatu variabel bisa dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach's alpha $> 0,70$ (Ghozali, 2018).

Tabel 4.4 Nilai Konstruk

	Cronbach's alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
X1	0.806	0.811	0.860	0.506
X2	0.730	0.736	0.832	0.553
Y	0.840	0.843	0.882	0.556

Sumber: Olahan Data PLS 2022

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa skor *Composite Reliability* adalah 0,70 dan *Cronbach's Alpha* memiliki skor di bawah rata-rata *Composite Reliability*. Maka dapat dikatakan bahwa konstruk bersifat reliabel.

4.5. Analisis R-square dan Q-square

1. Analisis R-square

Tabel 4.4 Nilai R-square

	R Square	R Square Adjusted
Y	0.681	0.675

Sumber: Olahan Data PLS 2022

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan satu variabel yang dipengaruhi, yaitu Keputusan Pembelian. Variabel ini dipengaruhi oleh harga dan kualitas produk. dari tabel diatas bahwa nilai R-square pada keputusan pembelian produk di CV Pustaka Karya sebesar 0,675 yang dimana variabel keputusan pembelian dipengaruhi sebesar 67.5% (kuat).

2. Analisis Q-square

Tabel 4.4 Nilai Q-square

Variabel	SSO	SSE	Q ² (=1- SSE/SSO)
X1	600.000	600.000	
X2	400.000	400.000	
Y	600.000	383.699	0.361

Sumber: Olahan Data PLS 2022

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat diketahui bahwa masing-masing nilai Q-square untuk Keputusan Pembelian adalah 0,361 Olahan Data PLS yang mana lebih besar dari 0 (nol). Hal ini mengartikan bahwa model memiliki nilai *predictive relevance*.

4.5. Pengujian Hipotesis

Tabel 4.5 Direct dan Indirect Effects

H	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
X1->Y	0,614	0,612	0,095	6,478	0.000
X2->Y	0,284	0,292	0,107	2,649	0.008
Indirect Effect	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
X1->Y	0,614	0,612	0,095	6,478	0.000
X2->Y	0,284	0,292	0,107	2,649	0.008

Sumber: Olahan Data PLS 2022

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat disimpulkan hasil pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Langsung (Direct Effect) Kegunaan dari analisis pengaruh langsung adalah untuk menguji hipotesis suatu variabel terhadap variabel yang dipengaruhi secara langsung. Berdasarkan tabel 4.5 dapat diketahui kesimpulan dari hipotesis yang dijelaskan sebelumnya sebagai berikut:

a. Hipotesis 1: Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Dalam pengujian kualitas produk terhadap keputusan pembelian diketahui bahwa nilai *path coefficients* adalah 0.614. p-value sebesar 0,000, dan t-value 6,478 atau $> 1,98$. Hal tersebut mengartikan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

b. Hipotesis 2: Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Dalam pengujian harga terhadap keputusan pembelian diketahui bahwa nilai *path coefficients* adalah 0.284. p-value sebesar 0,000, dan t-value 2,649 atau $> 1,98$. Hal tersebut mengartikan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Pengaruh Tidak Langsung (Indirect Effect) Kegunaan dari analisis pengaruh tidak langsung adalah untuk mengetahui apakah variabel Sikap berperan baik sebagai variabel mediasi. Berdasarkan Tabel 4., dapat diketahui kesimpulan sebagai berikut:

a. Hipotesis 1: Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Dalam pengujian kualitas produk terhadap keputusan pembelian diketahui bahwa nilai *path coefficients* adalah 0.614. p-value sebesar

0,000, dan t-value 6,478 atau $> 1,98$. Hal tersebut mengartikan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

b. Hipotesis 2: Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Dalam pengujian harga terhadap keputusan pembelian diketahui bahwa nilai *path coefficients* adalah 0.284. p-value sebesar 0,000, dan t-value 2,649 atau $> 1,98$. Hal tersebut mengartikan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

4.7. Pembahasan

Hasil analisis menggunakan teknik PLS-SEM menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk di CV Pustaka Karya. Hal tersebut menjelaskan bahwa kualitas produk yang ditampilkan oleh perusahaan mempengaruhi keputusan konsumen terhadap pembelian. Hasil ini didukung oleh hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan Kotler dan Armstrong (2008:75) mengatakan bahwa kualitas produk merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Jadi perusahaan dengan kualitas produk paling baik akan tumbuh dengan pesat, dan dalam jangka panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil dari perusahaan yang lain. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Shareef et al. (2008) yang menyatakan bahwa kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian secara positif signifikan. Pernyataan tersebut didukung oleh Shahrudin et al. (2011), Ackaradejuangsri (2013), Tamunu dan Ferdinand (2014), dan Kalicharan (2014).

Hasil analisis menggunakan teknik PLS-SEM menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara harga terhadap keputusan

pembelian produk di CV Pustaka Karya. Hal tersebut menjelaskan bahwa harga produk yang ditampilkan oleh perusahaan mempengaruhi keputusan konsumen terhadap pembelian. Hasil ini didukung oleh hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan Jurnal penelitian Adanya hubungan harga terhadap keputusan pembelian. Harga ialah suatu yang terpenting untuk pembeli dan penjual, untuk menukarkan barang atau jasa yang akan dilakukan pada proses transaksi jual beli. (Kotler dan Armstrong 2018:308). Penelitian yang dilakukan Erika (2010) yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Merek dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Sepeda Motor Yamaha Jupiter Z” menyimpulkan bahwa harga mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dani (2005) juga menyatakan dalam publikasi penelitiannya bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini juga didukung oleh penelitian empiris yang dilakukan oleh Tri Gunawan (2017) yang berpendapat bahwa variabel harga memiliki pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian produk yang dijual dan Nuradin dan Diyan Lestari (2019) yang menyimpulkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal serupa juga dinyatakan dalam jurnal penelitian Nur Achidah (2016) yang menyimpulkan bahwa harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.