

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Uji Instrumen Penelitian

##### 4.1.1 Uji Validitas

Uji Validitas berguna untuk mengetahui kevalidan atau kesesuaian kuesioner yang digunakan dalam mengukur dan memperoleh data penelitian dari para responden. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan Pearson Corelation, pedoman suatu model dikatakan valid jika tingkat signifikansinya dibawah 0,05 maka butir pertanyaan tersebut dapat dikatakan valid.

Pengujian validitas ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS *for windows* dengan kriteria sebagai berikut

Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas

No	Variabel dan Indikator	Cronbach Alpha	Sig (2-Tailed)	Keterangan
1.	Kualitas Produk (X)			
	Indikator 1	,312**	,002	Valid
	Indikator 2	,360**	,000	Valid
	Indikator 3	,340**	,001	Valid
	Indikator 4	,382**	,000	Valid
	Indikator 5	,449**	,000	Valid
	Indikator 6	,505**	,000	Valid
	Indikator 7	,319**	,001	Valid

No	Variabel dan Indikator	Cronbach Alpha	Sig (2-Tailed)	Keterangan
	Indikator 8	,373**	,000	Valid
	Indikator 9	,354**	,000	Valid
	Indikator 10	,392**	,000	Valid
	Indikator 11	,294**	,014	Valid
	Indikator 12	,382**	,003	Valid
	Indikator 13	,307**	,002	Valid
	Indikator 14	,383**	,000	Valid
2.	Keputusan Pembelian (Y)	,549**	,000	Valid
	Indikator 1	,676**	,000	Valid
	Indikator 2	,481**	,000	Valid
	Indikator 3	,510**	,000	Valid
	Indikator 4	,363**	,000	Valid
	Indikator 5	,556**	,000	Valid
	Indikator 6	,585**	,000	Valid
	Indikator 7	,456**	,000	Valid
	Indikator 8	,704**	,000	Valid
	Indikator 9			

Sumber: Data yang diolah, 2022

Tabel 4.1 Menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai kriteria valid untuk semua item pertanyaan dengan nilai signifikansi lebih kecil 0,05. sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel selanjutnya item-item pada masing-masing variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian.

#### 4.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menilai konsistensi dari instrumen penelitian. Suatu instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha berada diatas 0,60. Tabel 4.2 Menunjukkan hasil uji reliabilitas untuk 5 variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Produk (X)	0,660	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,731	Reliabel

Sumber: Data yang diolah, 2022

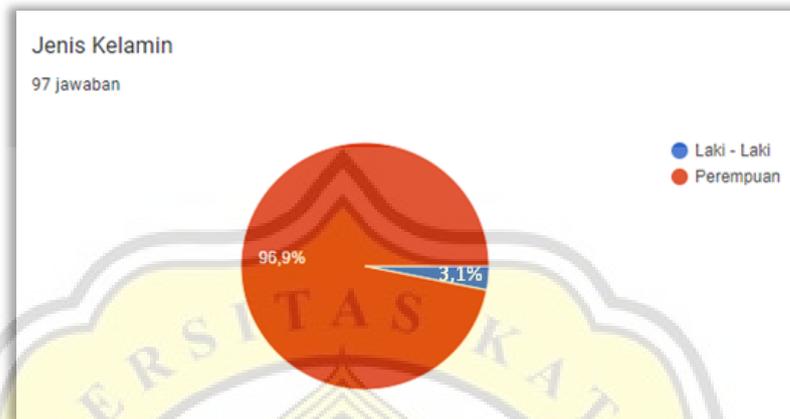
Tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa semua variabel memiliki koefisien Alpha cukup besar yaitu diatas 0,60 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel selanjutnya item-item pada masing-masing variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian.

#### 4.2 Analisis Deskriptif Responden

Dalam melakukan penelitian ini penulis memilih responden yang merupakan *followers* akun instagram Tinkerlust. Penulis berhasil mendapatkan

97 responden yang datanya dapat digunakan dan diolah untuk penelitian ini.

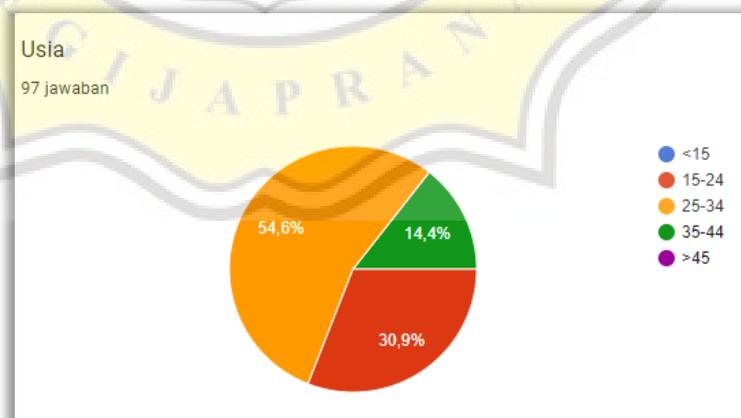
Adapun responden tersebut memiliki karakteristik sebagai berikut:



Gambar 4. 1 Proporsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Sumber: Data Olahan Penulis, 2022

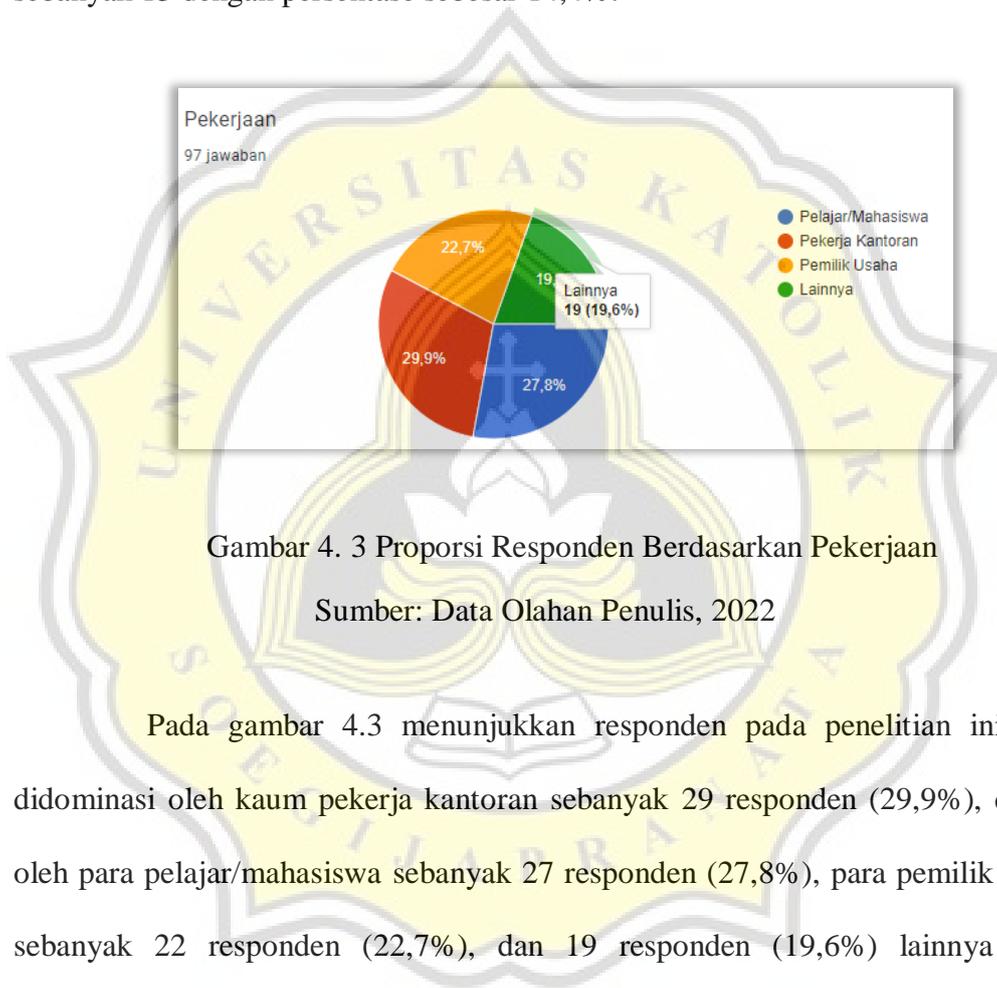
Pada gambar 4.1 ditunjukkan data responden pada penelitian ini didominasi oleh jenis kelamin perempuan sebanyak 95 responden (96,9%) dan diikuti oleh jenis kelamin pria hanya sebanyak 2 responden (3,1%).



Gambar 4. 2 Proporsi Responden Berdasarkan Usia

Sumber: Data Olahan Penulis, 2022

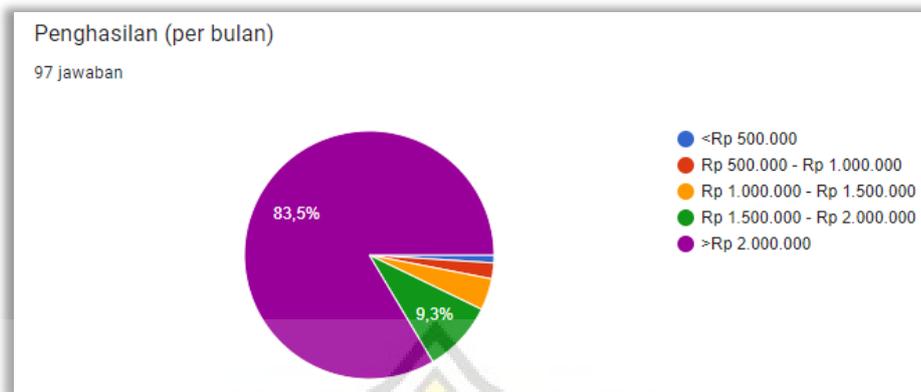
Pada gambar 4.2 ditunjukkan data proporsi responden berdasarkan usia. Dari segi usia, responden penelitian ini didominasi sebanyak 54 responden (54,6%) oleh responden dengan usia 25-34 tahun, lalu diikuti oleh 30 responden (30,9%) dengan usia 15-24 tahun, dan paling sedikit yaitu responden dengan usia 35-44 sebanyak 13 dengan persentase sebesar 14,4%.



Gambar 4. 3 Proporsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Sumber: Data Olahan Penulis, 2022

Pada gambar 4.3 menunjukkan responden pada penelitian ini juga didominasi oleh kaum pekerja kantoran sebanyak 29 responden (29,9%), diikuti oleh para pelajar/mahasiswa sebanyak 27 responden (27,8%), para pemilik usaha sebanyak 22 responden (22,7%), dan 19 responden (19,6%) lainnya yang merupakan ibu rumah tangga dan belum bekerja.



Gambar 4. 4 Proporsi Responden Berdasarkan Jumlah Rata-Rata Penghasilan Responden

Sumber: Data Olahan Penulis, 2022

Dapat dilihat pada gambar 4.4 berdasarkan penghasilan per bulannya, rata-rata penghasilan yang dimiliki oleh responden adalah 82 responden (83,5%) di atas Rp 2.000.000,00 dan 9 responden (9,3%) berada pada rentang Rp 1.500.000 – Rp 2.000.000.

#### 4.3 Analisis Deskriptif Variabel

Setelah mendapatkan data dari responden yang mengisi kuesioner, selanjutnya perlu dilakukan penjumlahan atas jawaban responden. Hal ini bertujuan untuk mengetahui rata-rata (*mean*) dari setiap jawaban responden. Adapun pilihan jawaban yang terdapat pada kuesioner yaitu sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Berdasarkan pilihan jawaban dalam kuesioner penelitian ini, nilai tertinggi adalah 5 untuk pilihan jawaban “sangat setuju” dan nilai terendah adalah 1 untuk pilihan jawaban “sangat tidak setuju”.

#### 4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel (Kualitas Produk)

Variabel kualitas produk (X) diukur dengan kuisioner yaitu terdiri dari 14 butir pertanyaan dengan Skala *Likert* yang terdiri dari empat alternatif jawaban. Setelah didapatkan data nilai masing-masing pernyataan, selanjutnya dihitung menggunakan SPSS 26 *for windows*.

Berdasarkan hasil analisis pada variabel kualitas produk, untuk setiap indikatornya masing-masing indikator kualitas produk mendapatkan nilai sebagai berikut ini:

Tabel 4. 3 Tabulasi Data Kualitas Produk

<b>Pernyataan</b>	<b>Mean</b>	<b>Modus</b>
Produk yang dijual Tinkerlust mempunyai kualitas lebih baik dibandingkan dengan toko lain yang sejenis	3,68	4
Produk pakaian bekas yang dijual Tinkerlust lebih menarik dibandingkan dengan toko lain	3,50	4
Produk yang dijual di <i>marketplace online</i> Tinkerlust bisa disimpan dalam waktu yang lama	3,57	4
Produk yang dijual di <i>marketplace online</i> Tinkerlust memiliki kondisi yang baik dan tidak mudah rusak	3,57	4
<i>Produk yang dijual di Tinkerlust bisa digunakan untuk waktu yang lama</i>	3,56	4
Produk pakaian bekas di Tinkerlust bermanfaat untuk saya	3,68	4
Tinkerlust menjual pakaian bekas yang terjamin keasliannya	3,58	4

<b>Saya merasa produk preloved Tinkerlust dapat memberikan kenyamanan pada saat dipakai</b>	<b>3,69</b>	<b>4</b>
Tinkerlust memberikan keterangan yang jelas mengenai produk yang dijual	3,52	4
Produk yang dibeli di Tinkerlust sesuai dengan spesifikasi yang dijelaskan	3,59	4
Tampilan dan kemasan pakaian di Tinkerlust menarik	3,56	4
Saya merasa Tinkerlust memberikan reputasi yang baik.	3,61	4
Saya merasa Tinkerlust dapat dipercaya.	3,61	4
<b>Saya merasa Tinkerlust memberikan pelayanan dan kualitas yang baik.</b>	<b>3,46</b>	<b>4</b>

Sumber: Olahan Penulis

Dari 14 butir indikator atau butir pertanyaan yang ada, dapat dilihat bahwa kualitas produk terbesar dari Tinkerlust ialah mengenai “Saya merasa produk preloved Tinkerlust dapat memberikan kenyamanan pada saat dipakai” yaitu dengan nilai sebanyak 358 dan memiliki nilai *mean* sebesar 3,69 dan *modus* 4. Dapat diartikan bahwa kategori “sangat setuju” merupakan kategori yang paling sering dipilih oleh responden.

Lalu diikuti dengan dua butir pertanyaan dengan nilai yang sama, yaitu sebesar 357 dan memiliki nilai *mean* sebesar 3,68 dan *modus* 4 yang mengatakan bahwa “Produk yang dijual Tinkerlust mempunyai kualitas lebih baik dibandingkan dengan toko lain yang sejenis” dan “Produk pakaian bekas di Tinkerlust bermanfaat untuk saya”. Nilai *modus* 4 juga



menunjukkan kategori "sangat setuju" adalah kategori yang paling sering dipilih oleh responden.

Sedangkan nilai kualitas produk terendah berada pada pernyataan "Saya merasa Tinkerlust memberikan pelayanan dan kualitas yang baik" dengan jumlah nilai 340 dan memiliki *mean* sebesar 3,46 dan *modus* 4. Dapat diartikan bahwa kategori "sangat setuju" merupakan kategori yang paling sering dipilih oleh responden.

Hasil ini menunjukkan bahwa dari segi kualitas produk, Tinkerlust memiliki keunggulan pada dimensi keandalan. Di mana dapat kita lihat bahwa konsumen merasa produk-produk yang diberikan oleh Tinkerlust memberikan kenyamanan, kualitas, dan bermanfaat untuk mereka.

#### 4.3.2 Analisis Deskriptif Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Berdasarkan hasil analisis pada variabel keputusan pembelian, masing-masing indikator keputusan pembelian mendapatkan nilai sebagai berikut ini:

Tabel 4. 4 Tabulasi Data Keputusan Pembelian

<b>Pernyataan</b>	<b>Mean</b>	<b>Modus</b>
Saya membeli di <i>marketplace online</i> Tinkerlust karena adanya kebutuhan.	3,50	4
Sebelum saya membeli di Tinkerlust saya mencari informasi tentang thriftshop lainnya	3,41	4

Saya memutuskan untuk membeli produk di Tinkerlust setelah membandingkan dengan toko yang lain	3,50	4
Saya merasa yakin ketika membeli produk di Tinkerlust	3,52	4
<b>Informasi yang diberikan tentang produk di Tinkerlust sesuai dengan kenyataan yang ada</b>	<b>3,55</b>	<b>4</b>
Saya akan memberikan informasi kepada orang lain untuk membeli produk di Tinkerlust	2,52	3
Saya akan membeli lagi produk di Tinkerlust	3,49	4
Saya merasa puas setelah membeli produk di Tinkerlust	3,50	4
Saya akan menjadikan Tinkerlust sebagai pilihan pertama untuk membeli pakaian bekas	3,48	4

Sumber: Olahan Penulis

Dari 9 butir indikator atau butir pertanyaan yang ada, dapat dilihat bahwa variabel keputusan pembelian terbesar dari Tinkerlust ialah mengenai “Informasi yang diberikan tentang produk di Tinkerlust sesuai dengan kenyataan yang ada” yaitu dengan nilai sebanyak 342 dan memiliki *mean* sebesar 3,55 dan *modus* 4. Lalu diikuti dengan butir “Sebelum saya membeli di Tinkerlust saya mencari informasi tentang thriftshop lainnya” sebesar 340 dan “memiliki *mean* sebesar 3,41 dan *modus* 4. Dapat diartikan bahwa kategori “sangat setuju” merupakan kategori yang paling sering dipilih oleh responden.

Sedangkan nilai keputusan pembelian terendah yaitu sebesar 245 dan memiliki *mean* sebesar 2,52 dan *modus* 3 dengan pernyataan “Saya akan memberikan informasi kepada orang lain untuk membeli produk di Tinkerlust”. Maka dapat diartikan bahwa kategori “setuju” merupakan kategori yang paling sering dipilih oleh responden pada pernyataan tersebut.

Hasil ini menunjukkan bahwa dari segi keputusan pembelian, konsumen memiliki respon positif terhadap bagaimana Tinkerlust memberikan informasi-informasi yang berkaitan dengan produk yang ditawarkan. Namun dari segi loyalitas atau setelah pembelian, konsumen masih merasa bahwa mereka tidak terlalu akan merekomendasikan Tinkerlust kepada orang lain.

#### 4.4 Uji t

Tabel 4. 5 Uji T Parsial

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3,113	4,836		,644	,521
	Kualitas Produk	,567	,096	,518	5,904	,000

a. *Dependent Variable:* Keputusan Pembelian

Sumber: Data yang diolah, SPSS 26

Variabel Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan tabel 4.4 di atas, dapat diperoleh nilai t-hitung variabel kualitas produk sebesar 5,904 dengan nilai signifikansi sebesar

0,000. Nilai signifikansi ini lebih kecil dari nilai batas signifikansi, yaitu sebesar 0,05. Selain itu, dengan melihat nilai koefisien yang bernilai positif, maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti apabila kualitas produk semakin meningkat maka keputusan pembelian akan semakin meningkat.

#### 4.5 Uji F Simultan

Tabel 4. 6 Hasil Uji F

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	202,030	1	202,030	34,858	,000 <sup>b</sup>
	Residual	550,609	95	5,796		
	Total	752,639	96			

a. *Dependent Variable:* Keputusan Pembelian

b. *Predictors:* (Constant), Kualitas Produk

Sumber: Data yang diolah, SPSS 26

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 4.5, maka nilai F sebesar 34,858 lebih besar dari nilai f tabel sebesar 2,70 dengan tingkat signifikansi 0,000 atau  $< 0,05$  maka secara simultan variabel kualitas produk (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

#### 4.6 Uji R<sup>2</sup> Koefisien Determinasi

Tabel 4.6 Hasil Uji R<sup>2</sup>

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,518 <sup>a</sup>	,268	,261	2,40746

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

Sumber: Data yang diolah, SPSS 26

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai R Square sebesar 0,268 yang berarti bahwa variabel keputusan pembelian (Y) dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk (X) sebesar 26,8%, sedangkan sisanya 73,2% dijelaskan oleh variabel lain di luar model yang diteliti.

#### 4.7 Uji Regresi Linear Sederhana

Untuk mencari persamaan regresinya digunakan analisis regresi sederhana dengan bantuan SPSS 26.0 *for windows*. Analisis regresi sederhana digunakan untuk memprediksi atau menguji hubungan satu variabel bebas atau variabel independen terhadap variabel terikat atau variabel dependen. Bila skor variabel bebas diketahui maka skor variabel terikatnya dapat diprediksi besarnya. Analisis regresi juga dapat dilakukan untuk mengetahui linearitas variabel terikat dengan variabel bebasnya. Analisis regresi linear sederhana terdiri dari satu variabel bebas (*predictor*) dan satu variabel terikat (respon), dengan persamaan:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y : Variabel Terikat

a : Konstanta Regresi

bX : Nilai Turunan Atau Peningkatan Variabel Bebas

Tabel 4. 7 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,113	4,836		,644	,521
	Kualitas Produk	,567	,096	,518	5,904	,000

a. *Dependent Variable:* Keputusan Pembelian

Sumber: Data yang diolah, SPSS 26

Berdasarkan hasil di atas diperoleh nilai konstanta pada kolom B. sehingga dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 3,113 + 0,567 X$$

Konstanta memiliki nilai sebesar 3,113 ini menunjukkan jika nilai Kualitas Produk (X) adalah 0, maka Y (Keputusan Pembelian) memiliki nilai 3,113. Koefisien regresi X (Kualitas Produk) sebesar 0,567 menyatakan bahwa setiap kenaikan satu skor kualitas produk akan meningkatkan variabel keputusan pembelian sebesar 0, 567. Dan sebaliknya, jika skor kualitas produk turun satu skor, maka variabel keputusan pembelian juga diprediksi mengalami penurunan sebesar 0, 567.

#### 4.8 Uji Hipotesis

Berdasarkan hasil pengolahan data yang sudah dilakukan didapatkan pada tabel 4.4 di atas yang menunjukkan nilai t-hitung variabel kualitas produk sebesar 5,904 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi ini lebih kecil dari nilai batas signifikansi, yaitu sebesar 0,05. Pada tabel 4.6 menunjukkan hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai R Square sebesar 0,268 yang berarti bahwa

variabel keputusan pembelian (Y) dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk (X) sebesar 26,8%. Pada pada tabel 4.5, didapatkan nilai F sebesar 34,858 yang lebih besar dari nilai f tabel sebesar 2,70 dengan tingkat signifikansi 0,000 atau < 0,05. Kemudian pada uji regresi linear sederhana didapatkan hasil persamaan regresi adalah  $Y = 3,113 + 0,567 X$ . Di mana koefisien regresi X (Kualitas Produk) sebesar 0,567 menyatakan bahwa setiap kenaikan satu skor kualitas produk akan meningkatkan variabel keputusan pembelian sebesar 0, 567.

Dari pengujian data yang sudah dilakukan maka didapatkan hasil bahwa hipotesis alternatif diterima yaitu:

Hipotesis Alternatif (Ha) : Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian.

#### **4.9 Pembahasan**

Penelitian berjudul “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Online Thrift Shop* Tinkerlust” ini dilakukan dengan menggunakan metode survei yang ditujukan kepada konsumen *online thrift shop* Tinkerlust yang pernah membeli produk bekas layak pakai khususnya pakaian. Jumlah populasi pada penelitian ini tidak diketahui. Dalam menentukan jumlah sampel, penulis menggunakan teknik *simple random sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 97 responden.

Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa antara kedua variable yaitu kualitas produk dan keputusan pembelian terdapat hubungan yang cukup kuat. Nilai yang diperoleh dari koefisien determinasinya adalah 0,268 atau 26,8%.

Hal ini berarti kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Tinkerlust, sedangkan sisanya 73,2% dijelaskan oleh variabel lain di luar model yang diteliti. Hasil dari perhitungan tersebut sekaligus membuktikan penolakan terhadap  $H_0$  karena terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas produk terhadap variabel keputusan pembelian.

Pada penelitian ini, digunakan analisis regresi linear sederhana untuk mengetahui linearitas variabel terikat dengan variabel bebasnya. Berdasarkan tabel 4.3 terlihat bahwa konstanta memiliki nilai sebesar 3,113 yang menunjukkan jika nilai Kualitas Produk (X) adalah 0, maka Y (Keputusan Pembelian) memiliki nilai 3,113. Koefisien regresi X (Kualitas Produk) sebesar 0,567 menyatakan bahwa setiap kenaikan satu skor kualitas produk akan meningkatkan variabel keputusan pembelian sebesar 0,576. Sebaliknya, jika skor kualitas produk turun satu skor, maka variabel keputusan pembelian juga diprediksi mengalami penurunan sebesar 0,576. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk yang dijual oleh Tinkerlust memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen Tinkerlust tersebut. Hasil uji regresi linier tersebut menunjukkan bahwa semakin meningkatnya kualitas produk Tinkerlust maka akan meningkat pula keputusan pembelian pada Tinkerlust.

Pada penelitian ini juga ditemukan hasil analisis deskriptif di mana data *mean* yang diperoleh pada tabel 4.3 dapat dilihat bahwa nilai rata-rata responden memilih untuk bersikap positif atas kualitas produk Tinkerlust. Pada tabel dapat dilihat bahwa nilai rata-rata (*mean*) tertinggi terletak pada



pernyataan “Saya merasa produk *preloved* Tinkerlust dapat memberikan kenyamanan pada saat dipakai”. Sedangkan nilai rata-rata (*mean*) terendah terletak pada pernyataan “Saya akan memberikan informasi kepada orang lain untuk membeli produk di Tinkerlust” yaitu 3,46.

Pada variabel keputusan pembelian juga ditemukan hasil analisis deksriptif di mana data *mean* yang diperoleh pada tabel 4.4 dapat dilihat bahwa nilai rata-rata responden memilih untuk bersikap positif atas munculnya keputusan pembelian konsumen Tinkerlust. Pada tabel dapat dilihat bahwa nilai rata-rata (*mean*) tertinggi terletak pada pernyataan “Informasi yang diberikan tentang produk di Tinkerlust sesuai dengan kenyataan yang ada” yaitu 3,55. Sedangkan nilai rata-rata (*mean*) terendah terletak pada pernyataan “Saya akan memberikan informasi kepada orang lain untuk membeli produk di Tinkerlust” yaitu 2,52.