

BAB IV

DESKRIPSI, PEMBUKTIAN HIPOTESIS, DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

Minimarket Mumtaz merupakan minimarket yang fokus dalam kebutuhan sehari-hari. Minimarket Mumtaz ini mulai didirikan pada tahun 2015 oleh KOPPONTREN AUBA, yang bertempat di Jalan Segara Juncangcang dengan nomor badan hukum : 7966/BANGWAS II/95 dan nomor Akta Pendirian : 7966BH/II/95. Melihat ada lokasi sebuah toko yang cukup strategis, mudah dijangkau, dan juga dekat dengan sekolah SD. Pada saat itu sang pemilik melihat peluang usaha yang cukup besar kemudian berniat untuk membuka lahan usahanya dan jadilah usaha yang bernama Minimarket Mumtaz yang menawarkan kebutuhan sehari-hari mulai dari mulai dari alat tulis kantor, alat mandi, perlengkapan bayi, dan lain-lain. Kendala yang terjadi pada saat awal mula perintisan kurangnya konsumen yang membeli atau menggunakan jasanya. Dari tahun ke tahun usaha yang dirintisnya atas kerja keras dari pimpinan minimarket tersebut alhasil beliau sekarang mempunyai banyak karyawan untuk saat ini.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atau menganalisis pengaruh produk dan harga terhadap minat beli konsumen di Minimarket Mumtaz Juncangcang Pamekasan. Subjek dalam penelitian ini yaitu para konsumen yang ada di minimarket mumtaz yang berjumlah 50 responden. Penelitian ini dilakukan di Minimarket Mumtaz yang beralamat di Jalan Segara Juncangcang Kabupaten Pamekasan, penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret 2020.

B. Pembuktian Hipotesis

Bahan mentah yang perlu diolah sehingga menghasilkan informasi atau keterangan, baik kualitatif maupun kuantitatif yang menunjukkan fakta atau juga dapat didefinisikan data merupakan kumpulan fakta atau angka atau

segala sesuatu yang dapat dipercaya kebenarannya sehingga dapat digunakan sebagai dasar untuk menarik kesimpulan.¹ Terdapat dua jenis data yaitu:

1) Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahnya.²

Penelitian ini menggunakan jenis data primer. Data diperoleh dengan memberikan kuesioner kepada responden terpilih, yang berisikan pertanyaan mengenai variabel penelitian. Peneliti memperoleh dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan langsung kepada konsumen di mini market Mumtaz Jungcangcang.

1. Uji kualitas Data

a) Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner atau dengan kata lain apakah kuesioner tersebut mampu mengungkapkan suatu variabel yang seharusnya diukur dari uji *pearson correlation*. Tingkat validitas dilakukan uji signifikan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dimana n adalah jumlah sampel dan α ($\alpha = 5\%$). Apabila r_{hitung} lebih besar dari pada r_{tabel} dan nilai r positif, maka butir pernyataan tersebut dapat dikatakan valid , begitupun sebaliknya.

¹ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*, (Jakarta: Kencana Pranada Media Group, 2013), hlm. 16.

² Ibid, hlm. 16.

Pada penelitian ini besarnya df adalah 50-2 atau df= 48 dan α 0,05 ($\alpha = 5\%$) sehingga di dapat r_{tabel} 0,2787 selanjutnya berdasarkan hasil perhitungan data penelitian menggunakan program SPSS versi 20, di peroleh nilai r_{hitung} lebih besar dari pada r_{tabel} . hasil analisisnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1

Hasil uji validitas tiap item pernyataan pada variabel X1, X2 dan Y

NO	Item	Korelasi	r_{tabel}	Nilai Sig	Keterangan
1	X1.1	0,627	0,2787	0,000	Valid
2	X1.2	0,286	0,2787	0,044	Valid
3	X1.3	0,723	0,2787	0,000	Valid
4	X1.4	0,511	0,2787	0,000	Valid
5	X1.5	0,670	0,2787	0,000	Valid
6	X1.6	0,723	0,2787	0,000	Valid
7	X1.7	0,328	0,2787	0,020	Valid
8	X2.1	0,647	0,2787	0,000	Valid
9	X2.2	0,889	0,2787	0,000	Valid
10	X2.3	0,881	0,2787	0,000	Valid
11	X2.4	0,889	0,2787	0,000	Valid
12	X2.5	0,870	0,2787	0,000	Valid
13	X2.6	0,642	0,2787	0,000	Valid
14	Y1	0,489	0,2787	0,000	Valid
15	Y2	0,960	0,2787	0,000	Valid
16	Y3	0,956	0,2787	0,000	Valid
17	Y4	0,960	0,2787	0,000	Valid
18	Y5	0,947	0,2787	0,000	Valid

Sumber: output SPSS, data primer yang diolah 2020.

Dari tabel tersebut dapat dijelaskan bahwa seluruh item dari masing-masing pernyataan pada variabel terikat dinilai valid karena memiliki koefisien korelasi lebih besar dari 0,2787. Sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan item telah layak untuk dipakai dalam penelitian ini.

b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Untuk mengukur reliabilitas menggunakan *cronbach's alpha* (α) pada program SPSS. Suatu instrument dikatakan *reliabel*, jika dapat memberikan nilai *cronbach alpha* $> 0,6$. Dan sebaliknya jika suatu instrument dikatakan tidak *reliabel*, jika dapat memberikan nilai *cronbach's alpha* $< 0,6$. Hasil uji reliabilitas instrumen pada penelitian ini sebagaimana terlihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	Keterangan
X1	0,623 $>0,6$	Reliabel
X2	0,878 $<0,6$	Reliabel
Y	0,898 $<0,6$	Reliabel

Sumber: Output SPSS, data primer diolah pada 2020.

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa hanya variabel X1 yang reliabel karena memiliki nilai *cronbach alpha* lebih dari 0,60, sedangkan variabel X2 dan Y tidak reliabel karena memiliki nilai kurang dari 0,6.

2. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Autokorelasi

Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Pada uji autokorelasi ini menggunakan uji Durbin-Watson (DW) dengan cara membandingkan DW hitung : 2.413 dengan DW tabelnya, derajat kepercayaan yang digunakan 5%. Adapun hasil pengujian Autokorelasi sebagai berikut:

Tabel 4.3
Durbin-Watson

D	DI	Du	4-dl	4-du
2.413	1.4625	1.6283	2.5375	2.3717

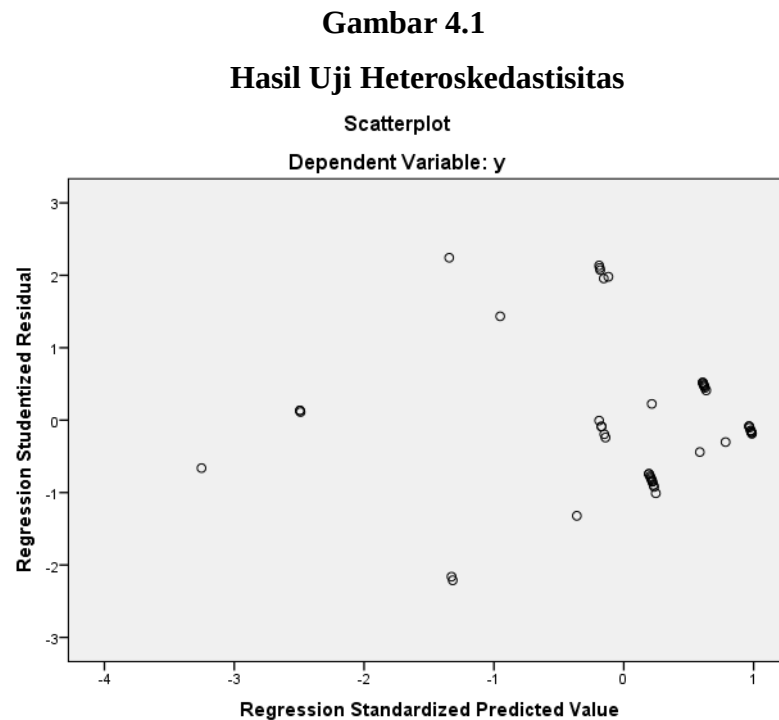
Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa $du < d < 4 - du$ $du = 1.6283 < 2.413 < 2.3717$, maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terdapat autokorelasi.

b) Uji Heteroskedastisitas

Untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk medeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan cara melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID).

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.

- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Adapun hasil heteroskedastisitas sebagai berikut:



Sumber: Data Sekunder Diolah dengan SPSS 20, 2020

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y sehingga dapat diambil kesimpulan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

c) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas berguna untuk mengetahui apa pada model regresi yang diajukan telah ditemukan korelasi kuat antar variabel independen. Jika terjadi korelasi kuat, terdapat multikolinearitas yang harus diatasi. Ada tidaknya problem multikolinearitas didalam regresi tersebut dapat dideteksi melalui nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF) dari masing-masing

variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Sesuai model regresi dikatakan terdapat gejala multikolinearitas apabila nilai tolerance ≤ 0.01 atau sama dengan nilai $VIF \geq 10$. Adapun hasil pengujian Multikolinearitas sebagai berikut:

Tabel 4.4
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	,208	1,097		,189	,851		
1 x2	,852	,027	,982	31,024	,000	,927	1,079
x1	-,019	,037	-,017	-,530	,599	,927	1,079

a. Dependent Variable: y

Berdasarkan gambar diatas dapat diketahui bahwa nilai toleran dan VIF pada variabel independen (produk X1) masing-masing yaitu 0.927 dan 1.079, sedangkan pada variabel (harga X2) masing-masing yaitu 0.927 dan 1.079, nilai toleran pada variabel X1 dan X2 $\geq$ dari nilai 0.01 dan nilai VIF pada variabel X1 dan X2 ≤ 10 . Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi yang dilakukan pada penelitian ini tidak terjadi Multikolinearitas.

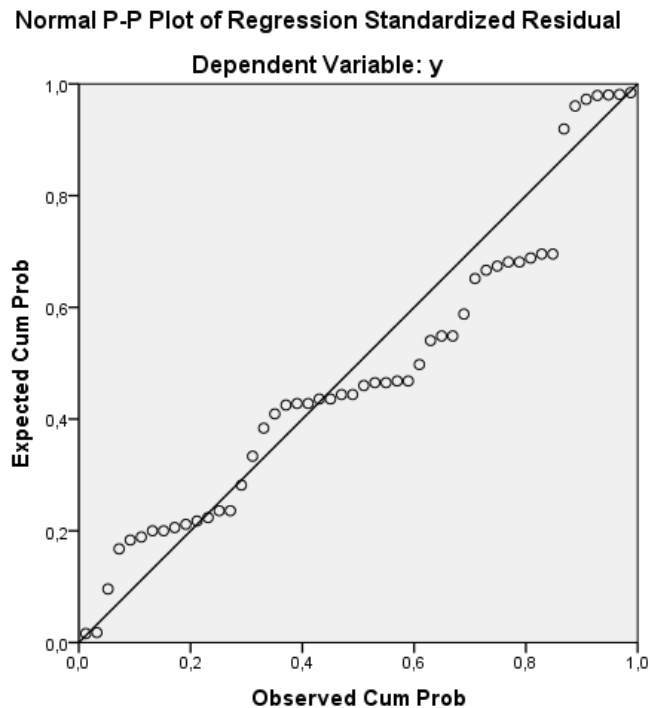
d) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi yang digunakan variabel terikat dan variabel bebas, keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Cara yang bisa ditempuh untuk menguji kenormalan data adalah dengan menggunakan Grafik *Normal Probability Plot* dengan cara melihat penyebaran datanya. Jika pada grafik tersebut penyebaran datanya mengikuti pola garis

lurus, maka datanya normal. Selain itu, jika pada tabel *test of normality* dengan menggunakan *One Sample Kolmogorof-Smirnov* nilai $\text{Sig} > 0.05$, maka data berdistribusi normal. Adapun hasil uji normalitas sebagaimana berikut ini:

Gambar 4.2

Hasil Uji Normalitas



Sumber: Data Sekunder Diolah dengan SPSS 20, 2019

Dari gambar diatas hasil output SPSS, pada grafik *Normal Probability Plot* menunjukan bahwa data (titik-titik) menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan model regresi memenuhi asumsi *normalitas*. Selain melakukan uji normalitas dengan grafik *Normal Probability Plot*, pada pengujian normalitas ini juga menggunakan uji *One Sample Kolmogorof-Smirnov*. Berikut hasil dari pengujian:

Tabel 4.5
Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	,93870301
	Absolute	,161
Most Extreme Differences	Positive	,161
	Negative	-,103
Kolmogorov-Smirnov Z		1,137
Asymp. Sig. (2-tailed)		,151

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan uji *One SampleKolmogorof-Smirnov*, diperoleh nilai Kolmogorov - Smirnov Z sebesar 1.137 dengan signifikansi 0,151 lebih besar dari 0,05 (sig 0,151 > 0,05), maka dapat disimpulkan bahwa residual berdistribusi normal.

3. Uji Hipotesis

a) Uji Analisis Regresi Linear

Analisis regresi linear berganda adalah alat untuk meramalkan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap satu variabel terikat (untuk membuktikan ada tidaknya hubungan fungsional atau hubungan klausal anantara dua variabel atau lebih variabel bebas $X_1, X_2, \dots, X_i$) terhadap suatu variabel terikat (Y).³ Untuk analisis statistik digunakan analisis regresi berganda dengan variabel bebas dengan rumus:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

³Riduwan, Sunarto, *Pengantar Statistik Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm.108.

Dari hasil analisis menggunakan SPSS 20, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.6
Hasil Uji Linear Berganda

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	,208	1,097		,189	,851		
1 x2	,852	,027	,982	31,024	,000	,927	1,079
x1	-,019	,037	-,017	-,530	,599	,927	1,079

a. Dependent Variable: y

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda pada tabel tersebut diperoleh koefisien variabel independent produk (X1) = -0.019, variabel harga (X2) = 0.852, serta konstanta sebesar 0.208. Sehingga model persamaan regresi yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 0.208 - (0.019)X1 + (-0.852)X2$$

Dari model persamaan tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai Konstanta (α) dari persamaan regresi diatas = 0.208 artinya jika variabel produk dan harga (nilai X1 dan X2 adalah 0) maka minat beli bernilai positif sebesar 0.208.
- 2) Nilai koefisien X1 dari persamaan regresi di atas adalah -0.019 berarti bahwa, setiap ada kenaikan minat beli

sebesar 1% akan terjadi kenaikan X1 sebesar - 0,06%, dengan asumsi bahwa variabel independen yang lain konstan atau tetap.

- 3) Nilai koefisien X2 dari persamaan regresi di atas adalah 0.852 berarti bahwa, setiap ada kenaikan minat beli sebesar 1% akan terjadi kenaikan X2 sebesar -0,061%, dengan asumsi bahwa variabel independen yang lain konstan atau tetap.

b) Uji T

Uji-t dilakukan untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel produk (X1) dan variabel harga (X2) dengan variabel variabel terikatnya. Apakah variabel tersebut memiliki pengaruh yang berarti terhadap variabel minat beli (Y) atau tidak dengan tingkat kesalahan 5%. Uji ini dilakukan dengan melihat kolom signifikansi pada masing-masing variabel independen (bebas) dengan taraf signifikan < 0.05 dan diuji dengan pengambilan keputusan jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima (H_a ditolak). Uji t yang dilakukan dapat dilihat pada tabel berikut, dengan menggunakan SPSS versi 20:

Tabel 4.7
Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	,208	1,097		,189	,851		
1 x2	,852	,027	,982	31,024	,000	,927	1,079
x1	-,019	,037	-,017	-,530	,599	,927	1,079

a. Dependent Variable: y

Berdasarkan tabel *coefficients* diatas dengan mengamati baris, kolom t dan sig. Dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Pengaruh Variabel produk Terhadap minat beli (H_1)

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} dari variabel produk (X1) diperoleh sebesar -0.530 dengan taraf sig adalah 0.599 diatas 0,05 ($>0,05$) sedangkan t_{tabel} sebesar 2.011. Hal ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} - 0.530 < t_{tabel} 2.011$ dan taraf signifikan sebesar $0.599 < 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak artinya produk tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di Minimarket Mumtaz.

2) Pengaruh Variabel Harga Terhadap minat beli (H_2)

Dari tabel 4.10 dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} dari variabel harga (X2) diperoleh sebesar 31.024 dengan taraf sig

adalah 0.000 dibawah 0,05 sedangkan t_{tabel} sebesar 2.011. Hal ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} - 31.024 < t_{tabel} 2.011$ dan taraf signifikan sebesar $0.000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima , artinya harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di minimarket Mumtaz Jungcangcang.

c) Uji F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Jika variabel bebas memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel terikatnya. Uji ini dilakukan dengan membandingkan signifikansi nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka dapat diartikan bahwa model regresi sudah tepat artinya pengaruh secara bersama, dengan tingkat kesalahan 5%. Uji F yang dilakukan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.8
Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	945,543	2	472,771	514,632	,000 ^b
Residual	43,177	47	,919		
Total	988,720	49			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x2, x1

Berdasarkan output diatas dapat diketahui nilai signifikan untuk produk (X1) dan harga (X2) secara simultan terhadap minat beli (Y) adalah sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai $F_{hitung} 514.632 > F_{tabel} 3.19$, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh produk (X1) dan harga (X2) secara simultan terhadap minat beli (Y).

d) Uji Koefisien

Uji-t diatas dilakukan untuk mengetahui adakah pengaruh secara simultan variabel bebas (X1 dan X2) terhadap variabel terikat (Y), sedangkan mencari koefisien korelasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara variabel bebas (X1 dan X2) dan variabel terikat (Y) dengan meggunakan SPSS versi 20. Adapun hasil koefisien korelasi sebagaimana berikut ini:

Tabel 4.9
Uji koefisien korelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,978 ^a	,956	,954	,958

a. Predictors: (Constant), x2, x1

b. Dependent Variable: y

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa pada kolom R adalah 0,978. Dengan demikian, besarnya koefisien korelasi (r) adalah 0,978. Untuk mempermudah mengetahui hubungan keeratannya yakni dengan melihat tabel diatas (Tingkat Korelasi dan Keeratan Hubungan) dengan koefisien korelasi (R) sebesar 0,342 maka antara produk, harga, dan minat beli secara simultan, keeratan hubungannya tidak ada korelasi.

e) Uji Koefisien Determinasi

Koefisien diterminasi (R^2) dilakukan untuk mengukur seberapa besar pengaruh yang ditunjukkan oleh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Menurut kuncoro Nilai (R^2) adalah antara nol dan satu, nilai (R^2) yang mendekati nol maka kemampuan variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel dependent sangat terbatas. Nilai (R^2) yang mendekati satu maka variabel independent memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan oleh variasi variabel dependent. Berikut hasil koefisien diterminasi (R^2) dengan menggunakan SPSS 20:

Tabel 4.10
Hasil Uji Koefisien Diterminasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,978 ^a	,956	,954	,958

a. Predictors: (Constant), x2, x1

b. Dependent Variable: y

Hasil analisis data pada tabel di atas dapat diketahui bahwa besarnya *R Square* adalah 0,956 atau 95.6% yang berarti bahwa variabel produk dan harga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat beli. Sedangkan sisanya ($100\% - 95.6\% = 4.4\%$) dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diperhitungkan dalam analisis penelitian ini.

C. Pembahasan

Agar bisa diperoleh gambaran yang jelas tentang pengaruh produk dan harga terhadap minat beli konsumen di minimarket Mumtaz Jungcangcang. Maka berikut ini peneliti paparkan hasil analisis dari variabel tersebut.

1. Pengaruh Produk Terhadap Minat Beli Konsumen

Berdasarkan analisa data dan pengujian hipotesis secara parsial yang dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat diketahui bahwa produk berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap minat beli konsumen, dengan nilai t_{hitung} dari variabel Produk (X1) diperoleh sebesar -0.530 dengan taraf sig adalah 0.599 diatas 0,05 ($>0,05$) sedangkan t_{tabel} sebesar 2.011. Hal ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} - 0.530 < t_{tabel} 2.052$ dan taraf signifikan sebesar $0.599 > 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya produk tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di minimarket Mumtaz Jungcangcang.

Penelitian ini tidak sesuai dengan penelitian Akhmad Nastain Raditya (2009), melakukan penelitian terhadap pengaruh citra merek, pelayanan

dan lokasi terhadap pembelian BBM di SPBU Pati. Sampel penelitian ini adalah konsumen SPBU di Pati. Data diperoleh dari penyebaran kuesioner terhadap 100 konsumen dengan menggunakan accidental sampling, yang kemudian dilakukan analisis terhadap data yang diperoleh dengan menggunakan analisis data secara kuantitatif.⁴

Analisis data kuantitatif yang digunakan adalah uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis melalui uji t dan uji F, serta analisis koefisien determinasi (R^2). Dari hasil penelitian didapat bahwa variabel citra merek, pelayanan dan lokasi berpengaruh signifikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

2. Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Konsumen

Berdasarkan analisa data dan pengujian hipotesis secara parsial yang dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat diketahui bahwa harga berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap minat beli konsumen, dengan nilai t_{hitung} dari variabel pengangguran (X_2) diperoleh sebesar -31.024 dengan taraf sig adalah 0.000 dibawah 0,05 sedangkan t_{tabel} sebesar 2.011. Hal ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} - 31.024 < t_{tabel} 2.011$ dan taraf signifikan sebesar $0.000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima , artinya harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen di minimarket Mumtaz Jungcangcang.

Penelitian ini sesuai dengan penelitian Ristiawan Nurhasan melakukan penelitian terhadap pengaruh produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian Bandeng Duri lunak Juwana, Semarang dengan menggunakan produk, harga dan promosi sebagai variabel atribut yang diteliti. Sampel dari penelitian ini adalah konsumen produk Bandeng Juwana. Data diperoleh dari penyebaran kuesioner terhadap 85 konsumen dengan menggunakan accidental sampling, yang kemudian dilakukan

⁴AhmadNastain Raditya, *Pengaruh Citra Merek, Pelayanan dan Lokasi Terhadap Pembelian BBM di SPBU*. (Semarang : Man-Reguler 2. Universitas Diponegoro2009) hlm. 56

analisis terhadap data yang diperoleh dengan menggunakan analisis data secara kuantitatif dan kualitatif.⁵

Analisis data kuantitatif yang digunakan adalah uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, pengujian hipotesis melalui uji t dan uji F, serta analisis koefisien determinasi (R^2). Analisis kualitatif merupakan interpretasi dari data-data yang diperoleh dalam penelitian serta hasil pengolahan data yang sudah dilaksanakan dengan memberikan keterangan dan penjelasan. Dari hasil penelitian didapat bahwa variabel produk dan harga berpengaruh signifikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

3. Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen

Berdasarkan pengujian statistik, Uji F (Simultan) dapat diketahui nilai signifikan untuk produk (X1) dan harga (X2) secara simultan terhadap minat beli konsumen (Y) adalah sebesar 0.000 dan nilai F_{hitung} $514.632 > F_{tabel}$ 3.19, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh produk (X1) dan harga (X2) secara simultan terhadap Minat beli (Y) di minimarket Mumtaz.

⁵Ristiawan Nurhasan, *Pengaruh Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Bandeng Duri Lunak Juwana Semarang*. (Semarang: Universitas Diponegoro 2009) hlm. 43