

## **BAB IV**

### **DESKRIPSI DATA, PEMBUKTIAN HIPOTETIS DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi Data**

##### **1. Deskripsi Perusahaan**

###### **a. Sejarah Berdirinya**

Fotocopy dan Percetakan Affan merupakan salah satu bentuk usaha yang bergerak di bidang fotocopy dan percetakan dan menyediakan pelayanan di bidang penjualan alat tulis dan kantor seperti map, buku- buku, pena, pensil dan keperluan-keperluan sekolah dan kantor lainnya. Fotocopy dan Percetakan Affan menyediakan jasa fotocopy dan percetakan undangan pernikahan, khitanan dan lain-lain. Fotocopy dan Percetakan Affan ini berdiri sejak tanggal 22 Agustus 2017, pendiri perusahaan ini adalah Bapak Affan dan sekaligus sebagai pemilik usaha ini. Kata Affan diambil dari nama Bapak Affan sendiri. Fotocopy dan Percetakan Affan beralamat di Desa Bandaran Kecamatan Tlanakan Kabupaten Pamekasan. Yang menjadi target Fotocopy dan Percetakan Affan adalah Pelajar, Pegawai, Mahasiswa, Karyawan serta masyarakat pada umumnya.

##### **2. Deskripsi Data Penelitian dan Responden.**

###### **a. Deskripsi Data Penelitian**

Data penelitian dikumpulkan dengan cara membagikan kousioner langsung kepada konsumen Fotocopy dan Percetakan Affan. Penelitian ini menyebarkan 71 kuesioner kepada konsumen Fotocopy dan Percetakan Affan. Pengumpulan data secara langsung dikumpulkan peneliti dengan menggunakan alat analisis SPSS 24, dengan sampel

terpenuhi. Rincian data penelitian dengan kuesioner yang ditunjukkan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.1  
Rincian Penerimaan dan Pengambilan Kuesioner

Kuesioner yang disebarakan	71
Kuesioner yang tidak kembali	0
Kuesioner yang kembali	71
Kuesioner yang digugurkan	0
Kuesioner yang digunakan	71
Tingkat pengembalian	100%
Tingkat pengembalian yang digunakan	100%

#### **b. Deskripsi Data Responden**

Keadaan atau kondisi responden digambarkan oleh data hasil kuesioner yang merupakan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Responden dalam penelitian ini memiliki beberapa karakteristik penelitian. Karakteristik penelitiannya terdiri dari:

## 1) Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.2

## Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Comulative Percent
Valid Laki-Laki	26	36,6	36,6	36,6
Perempuan	45	63,4	63,4	100
Total	71	100	100	

Sumber : Output SPSS, Ver 24, Data Primer diolah Peneliti.

Tabel 4.2 menunjukkan bahwa mayoritas jenis kelamin responden adalah perempuan sebanyak 45 orang dengan presentase 63,4% dan sisanya adalah laki-laki sebanyak 26 orang dengan presentase 36,6%.

## 2) Usia Responden

Tabel 4.3

## Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

## Umur

	Frequency	Percent	Valid Percent	Comulative Percent
Valid > 25 thn	35	49,3	49,3	49,3
25-35 thn	20	28,1	28,1	77,4
35< thn	16	22,5	22,5	100,0
Total	71	100,0	100,0	

Sumber : Output SPSS, Ver 24, Data Primer diolah Peneliti.

Tabel 4.3 menunjukkan dari segi usia responden yang diambil adalah > 25 tahun sebanyak 35 orang, dengan presentase 49,3%, untuk usia 25-35 tahun sebanyak 20 orang dengan presentase 28,1% dan sisanya untuk usia 35< tahun sebanyak 16 orang dengan presentase 22,5%.

### c. Deskripsi Variabel Responden

Instrumen yang dipakai dalam penelitian ini adalah kuesioner dan jumlah pernyataan sebanyak 4 butir untuk variabel Harga (X1), 4 butir untuk variabel Kualitas Produk (X2), dan 3 butir untuk variabel Keputusan Pembelian Ulang (Y).

Tabel 4.4

#### Daftar Pernyataan Kuesioner

Harga		
No	Pernyataan	Keterangan
1	Saya melakukan pembelian ulang di Fotocopy dan Percetakan Affan karena memiliki keterjangkauan harga	X1.1
2	Harga yang ada pada Fotocopy dan Percetakan Affan lebih murah dari pesaingnya.	X1.2
3	Harga yang di berikan sudah sesuai dengan fasilitas yang ada	X1.3
4	Harga yang ada sudah sesuai dengan kualitas	X1.4

	produk yang diberikan	
Kualitas Produk		
1	Karyawan selalu berkata jujur akan Kelebihan dan kekurangan pada suatu produk	X2.1
2	Merek yang ditawarkan sangat bagus	X2.2
3	Produk yang ditawarkan selalu memiliki kelebihan	X2.3
4	Produk yang ada memiliki manfaat yang baik	X2.4
Keputusan Pembelian Ulang		
1	Saya sering melakukan pembelian ulang di Fotocopy dan Percetakan Affan	Y1
2	Saya selalu merekomendasikan ke keluarga, sahabat maupun teman untuk membeli di Fotocopy dan Percetakan Affan	Y2
3	Saya tidak pindah Fotocopy Percetakan lain dan lebih memilih di Fotocopy dan Percetakan Affan	Y3

Berdasarkan tabel diatas, peneliti mendapatkan jawaban responden sebanyak 71 responden yang terdiri dari variabel Harga (X1), Kualitas Produk (X2)) dan Pembelian Ulang (Y). Hasil dari jawaban tersebut dikelompokkan dengan menghitung tabel

frekuensi dan persentasenya. Penilaian setiap butir pertanyaan diberi skor 5,4,3,2,1.

Adapun dari hasil pengelompokannya sebagai berikut:

1) Distribusi Jawaban Responden pada Variabel Harga (X1)

Tabel 4.5											
Harga (X1)											
No	SS		S		N		TS		STS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	15	14,1	46	64,8	10	21,1	-	-	-	-	71
2	15	14,1	40	56,3	16	22,5	-	-	-	-	71
3	13	18,3	41	57,7	17	23,9	-	-	-	-	71
4	10	14,1	33	46,5	28	39,4	-	-	-	-	71
Tota 1	53	-	160	-	71	-	-	-	-	-	284

Sumber: Output SPSS Versi 23, data primer diolah pada 2021

Tanggapan responden sebagaimana tabel diatas memberikan tanggapan pada variabel Harga (X1) tanggapan sangat setuju 53, tanggapan setuju 160, tanggapan Netra 71.

$$\frac{((\sum SS \times 5) + (\sum S \times 4) + (\sum TS \times 3) + (\sum TS \times 2) + (\sum STS \times 1))}{(n \times 5 \times 4)} \times 100\%$$

$$= \frac{((53 \times 5) + (160 \times 4) + (71 \times 3))}{(71 \times 5 \times 4)} \times 100\%$$

$$= \frac{265 + 640 + 213}{1420} \times 100\%$$

$$= \frac{1118}{1420} \times 100\%$$

$$= 78,7 \%$$

Dari nilai ini menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel harga termasuk kategori baik

## 2) Distribusi Jawaban Responden pada Variabel Kualitas produk (X2)

Tabel 4.6											
Kualitas Produk (X2)											
No	SS		S		N		TS		STS		Total
Item	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	14	19,7	34	47,9	23	32,4	-	-	-	-	71
2	18	25,4	34	47,9	19	26,8	-	-	-	-	71
3	22	31,0	33	46,5	15	21,1	1	1,4	-	-	71
4	10	14,1	33	46,5	28	39,4					71
total	64	-	134	-	85	-	1	-	-	-	284

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2021

Tanggapan responden sebagaimana tabel diatas memberikan tanggapan pada variabel Kualitas Produk (X2) tanggapan sangat setuju 64, tanggapan setuju 134, tanggapan netral 85, dan tanggapan sangat tidak setuju 1.

$$\frac{((\sum SS \times 5) + (\sum S \times 4) + (\sum TS \times 3) + (\sum TS \times 2) + (\sum STS \times 1))}{(n \times 5 \times 3)} \times 100\%$$

$$= \frac{((64 \times 5) + (134 \times 4) + (85 \times 3) + (1 \times 2))}{(71 \times 5 \times 3)} \times 100\%$$

$$= \frac{320 + 536 + 255 + 2}{1.420} \times 100\%$$

$$= \frac{1113}{1.420} \times 100\%$$

$$= 78,3\%$$

Dari nilai ini menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel kualitas produk termasuk kategori baik.

3) Distribusi Jawaban Responden pada Variabel Keputusan pembelian ulang (Y)

Tabel 4.7											
Pembelian Ulang (Y)											
No	SS		S		N		TS		STS		Total
Item	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	19	26,8	41	57,7	11	15,5	-	-	-	-	71
2	17	23,9	44	62,0	10	14,1	-	-	-	-	71
3	24	33,8	35	49,3	12	16,9	-	-	-	-	71
total	60	-	130	-	33	-	-	-	-	-	213

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2021

Tanggapan responden sebagaimana tabel diatas memberikan tanggapan pada variabel Keputusan Pembelian Ulang (Y) tanggapan sangat setuju 60, tanggapan setuju 130, dan tanggapan netral 33.



$$\begin{aligned}
& \frac{((\sum SS \times 5) + (\sum S \times 4) + (\sum TS \times 3) + (\sum TS \times 2) + (\sum STS \times 1))}{(n \times 5 \times 3)} \times 100\% \\
&= \frac{((60 \times 5) + (130 \times 4) + (33 \times 3))}{(71 \times 5 \times 3)} \times 100\% \\
&= \frac{300 + 520 + 99}{1.065} \times 100\% \\
&= \frac{919}{1.065} \times 100 \\
&= 86,2
\end{aligned}$$

Dari nilai ini menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel keputusan pembelian ulang termasuk kategori baik.

#### **d. Uji Kualitas Data**

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji validitas dan uji reliabilitas, peneliti menggunakan SPSS (*Statistical Package for The Social Science*) versi 24. Berikut ini merupakan uji validitas dan reliabilitas.

##### 1) Uji Validitas

Uji validitas ini digunakan untuk mengetahui valid tidaknya suatu kuesioner tersebut mampu membuktikan suatu variabel yang seharusnya diukur dan diuji *pearson correlation*. Untuk mengetahui tingkat validitas maka dilakukan uji signifikan yaitu dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dan nilai  $r_{tabel}$  untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-2$ ,  $n$  merupakan jumlah sampel dan  $\alpha$  ( $\alpha = 5\%$ ). Jika  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  dan nilai  $r$  positif, maka setiap pernyataan dikatakan valid begitupun sebaliknya.

Penelitian ini besarnya df yakni  $71-2$  atau  $68$  dan  $\alpha$  ( $\alpha= 5\%$ ) hasil yang diperoleh  $r_{tabel}$   $0,2096$ . selanjutnya hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS, diperoleh  $r_{hitung}$  lebih besar dari pada  $r_{tabel}$  yang hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4.8

## Hasil Uji Validitas X1

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
<b>Harga</b>			
X1.1	0,693	0,2335	Valid
X1.2	0,673	0,2335	Valid
X1.3	0,803	0,2335	Valid
X1.4	0,526	0,2335	Valid

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2021

Tabel 4.9

## Hasil Uji Validitas X2

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
<b>Kualitas Produk</b>			
X2.1	0,788	0,2335	Valid
X2.2	0,714	0,2335	Valid
X2.3	0,717	0,2335	Valid
x2.4	0,615	0,2335	Valid

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2021

Tabel 4.10  
Hasil Uji Validitas Y

Item	r hitung	R table	Keterangan
<b>Pembelian Ulang</b>			
Y1.1	0,808	0,2335	Valid
Y1.2	0,780	0,2335	Valid
Y1.3	0,768	0,2335	Valid

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2021

Tabel diatas menunjukkan hasil nilai  $r_{hitung}$  pada kolom koefisien korelasi jika untuk setiap pernyataan memiliki  $r_{hitung}$  yang lebih besar dan positif dari pada nilai  $r_{tabel}$  yaitu 0,2335 dengan jumlah responden 71 responden ( $n = 71$ ) dan  $\alpha$  0,05 maka, indikator dari variabel X yaitu Harga (X1), Kualitas produk (X2) dan Pembelian Ulang (Y) yaitu Valid dan dapat dilakukan pengujian selanjutnya.

## 2) Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi jawaban responden atas kuesioner yang diberikan. jika nilai *cronbach's alfa* suatu variabel lebih besar dari 0,60 maka indikator yang digunakan oleh variabel terikat (Y) tersebut reliabel, jika nilai *cronbach's alfa* suatu variabel kurang dari 0,60 maka indikator yang digunakan oleh variabel tersebut tidak reliabel.

Tabel 4.11  
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpa</i>	Keterangan
X1	0,601	Reliabel
X2	0,670	Reliabel
Y	0,686	Reliabel

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2021

Berdasarkan tabel 4.12 menunjukkan bahwa hasil perhitungan uji reliabilitas dari semua variabel yaitu reliabel, karena nilai *cronbach alpa* berada diatas 0,60

e. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk menilai baik atau tidaknya nilai regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Uji asumsi klasik yang digunakan sebagai berikut.

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel bebas dan terikat mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi normal atau tidak normal, pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan *on sampel kolomograf-sminov*.

Hasil uji normalitas dengan menggunakan grafik normal *probability plot* yaitu:

Tabel 4.12  
Hasil Uji Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		71
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.03407668
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.076
	Negative	-.051
Test Statistic		.076
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2021

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan menggunakan one-sample kolmogrof-smirnof diatas diperoleh nilai signifikan 0,200 lebih besar dari 0,05 ( $\text{sig} > 0,05$ ) menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.

## 2) Uji Multikolinearitas

Uji multi koloniaritas digunakan untuk menguji apakah mode regresi terjafi korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi auto korelasi. Ada atau tidaknya multikolinearitas dapat dideteksi dengan melihat nilai *tolerance* dan dan lwannya serta VIF (*Varian Inflation factor*), jika nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, maka tidak terjadi multikoleniaritas sebagai berikut:

Tabel 4.13  
Uji Multikolinearitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	1.523	1.215					
	Totalx1	.400	.084	.456	4.741	.000	.723	1.383
	totalx2	.290	.072	.389	4.046	.000	.723	1.383

a. Dependent Variable: totally

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2021

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, diperoleh nilai tolerance dari variabel bebas yaitu harga (X1), Kualitas Produk (X2) nilai tolerancenya yaitu 0,723, dan nilai VIF masing-masing yaitu 1,383 hal ini menunjukkan nilai tolerance masing masing variabel bebas (X1) sebesar  $0,723 > 0,10$  dan nilai (X2)  $0,723 > 0,10$  serta Nilai VIF Masing-masing yaitu (X1) sebesar  $1,383 < 10$  dan (X2)  $1,383 < 10$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa antar variabel bebas tidak terjadi multikolinearitas.

### 3) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t - 1$  (sebelumnya). Uji autokorelasi ini menggunakan uji Durbin Watson dengan taraf signifikan 5% ketentuan pengambilan keputusan sebagai berikut:

Tabel 4.14

## Pengambilan Keputusan Uji Autokorelasi

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < d_L$
Tidak ada autokorelasi positif	No decision	$d_L < d < d_U$
Tidak ada autokorelasi negative	Tolak	$4 - d_L < d < 4$
Tidak ada autokorelasi negative	No decision	$4 - d_U < d < 4 - d_L$
Tidak ada autokorelasi positif atau negative	Tidak ditolak	$d_U < d < 4 - d_U$

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2021

Hasil uji autokorelasi berdasarkan program SPSS sebagai berikut:

Tabel 4.15

## Uji Autokorelasi

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.739 <sup>a</sup>	.546	.532	1.049	2.191

a. Predictors: (Constant), totalx2, TotalX1

b. Dependent Variable: totally

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2021

Dari tabel tersebut diperoleh DW sebesar 2.191 maka untuk mengetahui ada atau tidaknya autokorelasi, nilai DW tersebut akan dibandingkan dengan nilai  $d_L$  dan  $d_U$  tersebut akan dibandingkan dengan DW tabel sebagai berikut:

Tabel 4.16

## Hasil Pengujian Autokorelasi

$d_L$	$d_U$	$4 - d_L$	$4 - d_U$	DW	Keputusan
1,5577	1,6733	2,4423	2,3267	2,191	Tidak ada autokorelasi

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2020

Nilai DW 2,194 diperoleh dari tabel Durbin-Watson dengan ketentuan 5%,  $n$  (sampel) = 71 serta  $k$  (jumlah variabel independen) = 2 tabel diatas menunjukkan nilai DW sebesar 2,191 berada diantara  $d_U = 1,6733$  dan nilai  $4 - d_U = 2,3267$  ( $d_U < d < 4 - d_U$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi autokorelasi atau tidak terdapat korelasi positif maupun negative pada data yang diuji.

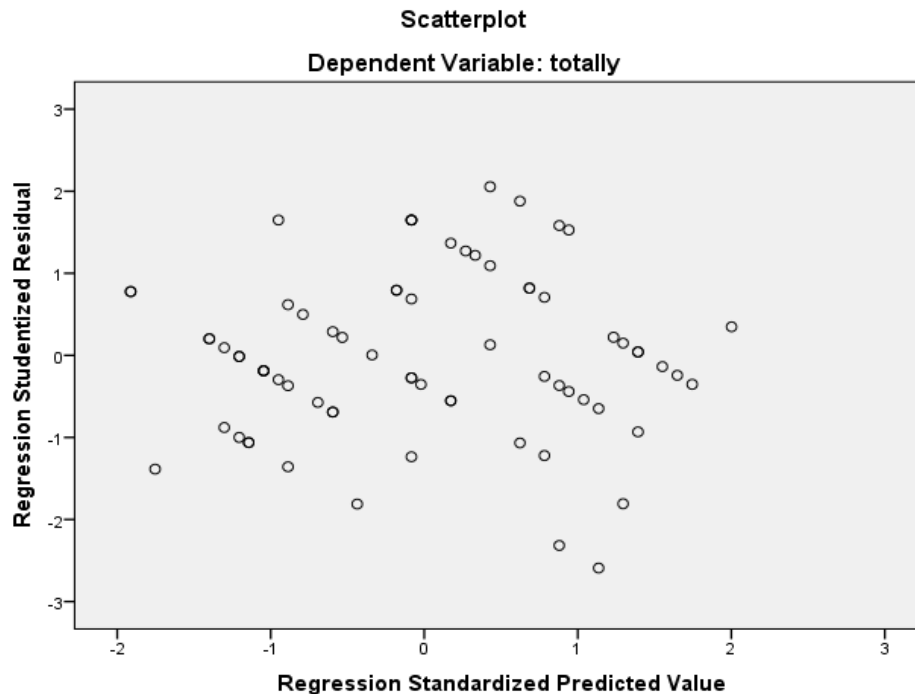
## 4) Uji Heterokodastisitas

Uji heterokodastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak ada heterokedastisitas. Deteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas salah satunya dengan menggunakan uji grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED sumbu Y yaitu Y yang telah diprediksi, dan sumbu X residual.



Gambar 4.17

## Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2021

Berdasarkan gambar diatas hasil dari output SPSS 24, grafik scatterplot memperlihatkan bahwa titik-titik pada grafik tidak bisa membentuk pola tertentu yang jelas, dimana titik-titik menyebar di bawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga grafik tersebut tidak bisa dibaca dengan jelas. Hasil ini memperlihatkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

## B. Pembuktian Hipotesis

### 1. Analisis Regresi Linear Berganda

Uji analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui berapa besar pola hubungan atau pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen

Tabel 4.18  
 Hasil Analisis  
 Regresi Linear Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.523	1.215		1.254	.214
	TotalX1	.400	.084	.456	4.741	.000
	totalx2	.290	.072	.389	4.046	.000

a. Dependent Variable: totally

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2021

Berdasarkan hasil regresi linear berganda pada tabel diatas dapat diperoleh koefisien variabel independen Harga (X1) = 0,000, Kualitas Produk (X2) = 0,000. Konstanta (a) yang diperoleh sebesar 1,523 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 1,523 + 0,000 X_1 + 0,000 X_2 + e$$

Dari hasil persamaan diatas dapat dijabarkan

- a.  $a = 1,523$  adalah nilai konstanta yang menunjukkan bahwa apabila variabel independen bernilai tetap maka nilai variabel pembelian ulang sebesar 1,523
- b.  $b_1 = 0,000$  merupakan nilai koefisien variabel Harga (X1). Nilai positif menunjukkan bahwa jika ada kenaikan variabel Harga sebesar satu satuan, maka nilai Keputusan Pembelian Ulang (Y) akan naik sebesar 0,000 begitupun sebaliknya.

- c.  $b_2 = 0,000$  merupakan nilai koefisien variabel kualitas produk (X2). Nilai positif menunjukkan bahwa jika ada kenaikan variabel kualitas produk sebesar satu satuan, maka nilai pembelian ulang (Y) akan naik sebesar 0,000
- d. *Standart Error* sebesar 1,215 artinya seluruh variabel yang dihitung dalam SPSS memiliki tingkat variabel pengganggu sebesar 1,215.

## 2. Uji Parsial (Uji-t)

Uji t merupakan pengujian apakah variabel bebas yang terdiri dari Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) secara sendiri-sendiri mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat Pembelian Ulang (Y), pengujian ini membandingkan antara  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  dan dengan propabilitas 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ) yaitu membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan nilai Sig dan pengambilan keputusan

- a. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka variabel bebas tidak berpengaruh pada variabel terikat
- b. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka variabel bebas berpengaruh pada variabel terikat

Tabel 4.19

Uji t

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.523	1.215		1.254	.214
	TotalX1	.400	.084	.456	4.741	.000
	totalx2	.290	.072	.389	4.046	.000

a. Dependent Variable: totally

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2021

Berdasarkan Tabel analisis uji t diatas, pengaruh masing masing variabel diatas, pengaruh masing-masing variabel dijelaskan sebagai berikut:

- Variabel Harga (X1) diperoleh  $t_{hitung}$  4.741 , nilai  $t_{tabel}$  untuk model regresinya yaitu 1,993. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$  4741  $> t_{tabel}$  1,993. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Harga (X1) berpengaruh signifikan terhadap Pembelian Ulang Konsumen sehingga H1 diterima.
- Variabel kualitas produk (X2) diperoleh  $t_{hitung}$  4,046, nilai  $t_{tabel}$  untuk model regresinya yaitu 1,993. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung}$  4,046  $> t_{tabel}$  1,993. dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap terhadap Pembelian Ulang Konsumen sehingga H2 diterima.

### 3. Uji Simulitan (Uji-F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh secara simultan (bersama-sama) antara variabel independen terhadap variabel dependen, dengan  $\alpha = 0,05$  dan pengambilan keputusan

- a. jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat
  - b. jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka variabel bebas berpengaruh pada variabel terikat
- Berikut hasil uji signifikan secara simultan variabel dependen

Tabel 4.20

## Uji F

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	89.880	2	44.940	40.826	.000 <sup>b</sup>
	Residual	74.852	68	1.101		
	Total	164.732	70			

a. Dependent Variable: totally

b. Predictors: (Constant), totalx2, TotalX1

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2021

Hasil uji F tersebut diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 40,826 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05) sedangkan nilai jika  $F_{tabel}$  sebesar 3,13 . Berarti nilai  $F_{hitung}$   $40,826 > F_{tabel}$  3,13 dan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$  sehingga keputusannya adalah variabel penetapan harga (X1) dan kualitas produk (X2) berpengaruh secara simultan terhadap variabel Y keputusan pembelian ulang sehingga H3 diterima.

#### 4. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen dengan melihat *R square*. Berikut hasil koefisien determinasi dari penelitian ini.

Tabel 4.21

## Hasil Koefisien Determinasi

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.739 <sup>a</sup>	.546	.532	1.049

a. Predictors: (Constant), totalx2, TotalX1

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah pada 2021

Berdasarkan tabel diatas, hasil analisis koefisien determinasi terlihat bahwa *R square* adalah 0,546 atau 54,6%. Hal ini berarti bahwa variabel independen Harga (*X1*), Kualitas Produk (*X2*) mampu mempengaruhi Keputusan Pembelian Ulang (*Y*) sebesar 54,6%. Sedangkan sisanya ( $100\% - 54,6\% = 45,4\%$ ) dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diperhitungkan dalam analisis penelitian ini seperti motivasi, kualitas pelayanan dan lain-lain.

### C. Pembahasan

#### 1. Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Pembelian Ulang Konsumen di Fotocopy dan Percetakan Affan Desa Bandaran Kecamatan Tlanakan Kabupaten Pamekasan.

Harga yang merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang sering kali dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi konsumen dalam melakukan suatu pembelian, Harga juga merupakan faktor penentu yang mempengaruhi pilihan pembelian pada konsumen. Kesalahan dalam menentukan harga dapat menimbulkan berbagai konsekuensi. Tindakan dalam penentuan harga yang melanggar etika dapat menyebabkan pelaku usaha tidak disukai konsumen. Bahkan para konsumen lari

sehingga tidak akan menumbuhkan suatu keputusan pembelian ulang terhadap produk-produk yang dijual oleh pelaku usaha tersebut.

Dari hasil uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa besaran regresi variable harga bernilai positif yang berarti harga berbanding lurus dengan pembelian ulang. Berdasarkan uji t (parsial) nilai thitung variable Harga (X1) 4,741 nilai  $t_{tabel}$  untuk model regresinya yaitu 1,993. serta nilai signifikannya yaitu  $0,000 < 0,05$ . Dari hasil uji regresi ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama diterima. di Fotocopy dan Percetakan Affan Desa Bandaran Kecamatan Tlanakan Kabupaten Pamekasan.

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka dapat diketahui bahwa asumsi dari penelitian dapat dinyatakan benar, yaitu jika harga yang ditawarkan lebih murah maka akan mempengaruhi tingkat keputusan pembelian ulang. Hasil dari penyebaran koesioner yang diberikan kepada konsumen Pembelian Ulang Konsumen di Fotocopy dan Percetakan Affan Desa Bandaran Kecamatan Tlanakan Kabupaten Pamekasan, konsumen yang menyatakan sangat setuju sebanyak 53 tanggapan, setuju sebanyak 160 tanggapan dan netral sebanyak 71 tanggapan, artinya penentuan harga yang dilakukan oleh Fotocopy dan Percetakan Affan Desa Bandaran Kecamatan Tlanakan Kabupaten Pamekasan sudah mempengaruhi keputusan pembelian ulang konsumennya. Hal ini sejalan dengan teori harga menurut kotler dan amstrong hubungan antara harga dengan keputusan pembelian yaitu semakin tinggi tingkat harga maka keputusan pembelian ulang akan semakin rendah, sebaliknya jika harga rendah maka keputusan pembelian ulang akan meningkat.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, 348.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Arief Setiawan dengan judul Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian ulang paket data internet tri pada mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang, yang menyatakan variable harga memiliki pengaruh secara parsial terhadap pembelian ulang dengan nilai thitung  $2,599 > t_{tabel} 1,6614$  dan nilai signifikan  $0,001 < 0,05$ .<sup>2</sup>

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pemilik Fotocopy dan Percetakan Affan harus bisa mempertahankan penentuan harga agar bisa mempertahankan konsumen, seperti teori permintaan dimana harga yang ditawarkan lebih murah maka tingkat keputusan pembelian ulang akan menurun, begitupun sebaliknya, semakin rendah harga maka semakin tinggi tingkat keputusan pembelian ulang yang ada pada diri konsumen.

## **2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Pembelian Ulang Konsumen di Fotocopy dan Percetakan Affan Desa Bandaran Kecamatan Tlanakan Kabupaten Pamekasan**

Kualitas produk adalah segala sesuatu yang memiliki nilai di pasar sasaran (target market) dimana kemampuannya memberikan manfaat dan kepuasan, seperti benda, jasa, organisasi, tempat, orang, dan ide. Dalam hal ini lembaga keuangan harus memusatkan perhatian mereka pada usaha untuk menghasilkan produk yang unggul dan terus menyempurnakan. Produk yang berkualitas tinggi merupakan salah satu kunci sukses suatu lembaga keuangan

---

<sup>2</sup> Arief setiawan, "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Paket Data Internet Tri Melalui Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa Uin Raden Fatah Palembang" (Skripsi: UIN Raden Fatah Palembang, 2020), 79.



Dari hasil uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa besaran regresi variabel kualitas produk bernilai positif yang berarti kualitas produk berbanding lurus dengan pembelian ulang . Berdasarkan uji t (uji parsial) nilai  $t_{hitung}$  variabel Kualitas Produk (X1) sebesar 4,046 dengan nilai signifikan 0,000 dan nilai  $t_{Tabel}$  sebesar 1,993. Hal ini menunjukkan bahwa nilai sig.  $0,004 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 3,001 > t_{Tabel} 1,993$ . Maka dapat disimpulkan hipotesis kedua diterima. Artinya variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Pembelian Ulang Konsumen di Fotocopy dan Percetakan Affan Desa Bandaran Kecamatan Tlanakan Kabupaten Pamekasan.

Hasil uji diatas menunjukkan bahwa variabel kualitas produk yang terdiri dari indikator jujur terhadap kekurangan dan kelebihan suatu produk, brand/merk, keistimewaan suatu produk dan manfaat suatu produk berpengaruh signifikan terhadap Pembelian Ulang Konsumen di Fotocopy dan Percetakan Affan. Dari keempat indikator tersebut jujur atas kekurangan dan kelebihan terhadap suatu produk merupakan hal yang paling mendasar dalam menimbulkan pembelian ulang akan suatu produk tersebut, yang artinya setiap nasabah dalam menimbulkan minat terhadap suatu produk akan melihat dari kekurangan dan kelebihan dari suatu produk tersebut yang ditawarkan oleh suatu perusahaan.

Hasil penelitian ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Edi Winata 2020 Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pula pada Kartu Simpati Telkomsel (Studi kasus pada mahasiswa STIM Sukma Medan) bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh secara parsial dengan

pembelian ulang konsumen dengan nilai  $t_{Hitung} 2,599 > t_{Tabel} 1,660$  dan nilai signifikan  $0,012 < 0,05$ .<sup>3</sup>

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pihak Fotocopy dan percetakan Affan harus bisa mempertahankan kualitas produk yang ada agar konsumen bisa tetap tertarik untuk melakukan pembelian ulang. Kotler dan Armstrong berpendapat salah satu faktor yang paling diandalkan oleh seorang pemasar dalam memasarkan suatu produk yaitu memperbaiki kualitas produk ataupun jasa merupakan tantangan yang penting bagi perusahaan dalam bersaing di pasar global untuk mendapatkan suatu keputusan pembelian. Perbaikan kualitas produk akan mengurangi biaya dan meningkatkan keunggulan bersaing, bahkan lebih jauh lagi, kualitas produk yang tinggi akan menciptakan keunggulan bersaing yang bertahan lama.<sup>4</sup>

### **3. Pengaruh Penetapan Harga dan Kualitas Produk Secara Simultan Terhadap Pembelian Ulang Konsumen di Fotocopy dan Percetakan Affan Desa Bandaran Kecamatan Tlanakan Kabupaten Pamekasan**

Keputusan pembelian ulang pada produk yang ditawarkan oleh Fotocopy dan Percetakan Affan kepada konsumen maupun calon konsumen memiliki penilaian terhadap beberapa produk yang ditawarkan, dan setelah menyesuaikan dengan kebutuhannya, calon konsumen akan membentuk pilihannya. Pengharapan calon konsumen itu dibentuk oleh pengalaman calon konsumen itu sendiri, baik dari segi

---

<sup>3</sup> Edi Winata, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pula pada Kartu Simpati Telkomsel (Studi kasus pada mahasiswa STIM Sukma Medan)" (Skripsi : STIM Sukma Medan 2020), 72.

<sup>4</sup> Andi Mursidi, Zulfahita, Rini Setyowati, Fajar Wulandari, Kamaruddin, *Buku Ajar Pengantar Kewirausahaan*, 31.

harga yang ditawarkan maupun kualitas produk yang diberikan oleh pihak Fotocopy dan Percetakan Affan.

Hasil uji F tersebut diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 40,826 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05) sedangkan nilai jika  $F_{tabel}$  sebesar 3,13. Berarti nilai  $F_{hitung}$  40,826 >  $F_{tabel}$  3,13 dan tingkat signifikan 0,000 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga diterima yaitu Penetapan harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap pembelian ulang konsumen di Fotocopy dan Percetakan Affan Desa Bandaran Kecamatan Tlanakan Kabupaten Pamekasan.

Harga dan kualitas produk merupakan hal penting yang harus dijalankan oleh perusahaan karena jika keduanya dijalankan dengan baik maka akan mempengaruhi keputusan pembelian ulang konsumen, oleh sebab itu Fotocopy dan Percetakan Affan harus memberikan harga yang sesuai dan mempertahankan kualitas produk agar konsumen bisa berminat untuk melakukan pembelian dan setelah itu akan timbul pembelian ulang.

Koefisien determinasi terlihat bahwa besarnya *R square* adalah 54,6% Hal ini membuktikan bahwa kemampuan model regresi pada penelitian ini 54,6% variabel keputusan pembelian ulang dijelaskan oleh variasi variabel independen penetapan dan kualitas produk sedangkan sisanya 35,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti, seperti motivasi, kualitas layanan dan lain-lain.