

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Sejarah PT Paragon Technology and Innovation**

PT Paragon Technology and Innovation berdiri pada tanggal 28 Februari 1985 dengan nama awal PT Pusaka Tradisi Ibu. Perusahaan ini baru berganti nama menjadi PT Paragon Technology and Innovation pada tahun 2011. Perusahaan ini didirikan oleh pasangan suami istri Drs. H. Subakat Hadi, M.Sc dan Dra. Hj. Nurhayati Subakat, Apt. Pada masa itu, pendiri melihat masih ada peluang yang terbuka.

Perusahaan ini dimulai dengan sederhana namun sudah diusahakan dengan tata cara yang baik. PT Pusaka Tradisi Ibu (PTI) pada awal berdirinya hanya memproduksi perawatan rambut. Pada tahun 1987 perusahaan ini mengeluarkan produk perawatan rambut dengan merk Ega

yang dipasarkan ke salon-salon. Kemudian lahir produk Putri yang sampai sekarang masih diproduksi.

Tahun 1985-1990 PT Pusaka Tradisi Ibu mengalami perkembangan pesat. Mulai dari jabotabek produknya mulai menyebar dan bersaing langsung dengan produk lama yang telah eksis. Mulai tahun 1990 produk salonnya dapat bersaing dengan produk eksis. Survey CIC2002 menyebutkan bahwa hair tonic putri adalah hair tonic yang paling banyak digunakan di Indonesia. Sedangkan produk perawatan rambut lainnya selalu masuk 10 besar.

Seiring dengan perkembangan perusahaan pada bulan Desember 1990 PT Pusaka Tradisi Ibu mendirikan pabrik produksi di kawasan Industri Cibodas Tangerang. Pendirian pabrik yang baru ini bertujuan untuk menambah kapasitas produksi yang terus meningkat.

Pada tahun 1995 PTI mulai mengembangkan merk Wardah. Namun belum bisa berjalan dengan baik

dikarenakan rekanan manajemen yang kurang baik. PTI kembali mencoba mengembangkan Wardah pada tahun 1996 dengan tetap bekerja sama dengan agen dalam pemasarannya. Sejak itu penjualannya mulai menanjak dan PT Pusaka Tradisi Ibu memasuki pasar tata rias (decorative).

Ketika krisis ekonomi 1998 banyak perusahaan sejenis yang tutup. Daya beli masyarakat anjlok sementara harga bahan baku naik sampai empat kali lipat. PTI mengambil reaksi cepat menyikapi krisis tersebut di saat pesaing-pesaing lain tidak berproduksi. Setelah melewati masa krisis selama empat bulan PTI justru mengembangkan pasar.

Pada tahun 1999-2003 PTI mengalami perkembangan kedua. Penjualan merk Wardah pada masa tersebut melonjak pesat. Pabrik lain di Kawasan Industri Jatake Tangerang didirikan dan mulai beroperasi pada tahun 2001. PTI mulai memodernisasi perusahaan pada tahun 2002-2003. Perusahaan ini mulai masuk ke pasar umum yang

memerlukan perubahan dari segi internal. Selain itu juga melalui program promosi dan membina tim promosi.

Pada tahun 2005PT Pusaka Tradisi Ibu sudah menerapkan *Good Manufacturing Practice (GMP)* dan Cara Pembuatan Kosmetika yang Baik (CPKB). Sampai sekarang di Indonesia baru 80 pabrik dari keseluruhan 760 pabrik yang sudah menerapkan CPKB. Selain itu PTI menjadi percontohan pelaksanaan CPKB untuk industri kosmetika yang lainnya. PTI sampai dengan saat ini sudah memiliki 26 Distribution Centre (DC) hampir di seluruh wilayah Indonesia. Saat ini perusahaan ini telah memiliki DC di Malaysia.

## **B. Visi Misi Perusahaan**

### **a. Visi**

Menjadi perusahaan yang bermanfaat bagi masyarakat dan terus berkembang di berbagai bidang

dengan menjadikan hari ini lebih baik dari hari kemarin.

**b. Misi**

1. Mengembangkan karyawan yang kompeten dengan menciptakan lingkungan kerja yang baik untuk mendukung tercapainya kepuasan pelanggan.
2. Secara berkesinambungan menyediakan produk dan jasa yang berkualitas tinggi serta memenuhi kebutuhan pelanggan melalui program pemasaran yang baik.
3. Mengembangkan operasi perusahaan yang sehat dalam segala aspek.
4. Terus berinovasi, menguasai ilmu, menerapkan teknologi baru dan berinovasi demi kepuasan pelanggan.
5. Mengembangkan berbagai unit usaha secara lateral.

### C. Struktur Organisasi

Pabrik PT Paragon Technology and Innovation dipimpin oleh seorang direktur utamayang membawahi seorang komisaris. Komisaris bertanggung jawab kepada pemegang saham serta mengawasi segala pelaksanaan kebijakan perusahaan, mengambil segala pelaksanaan kebijakan perusahaan, mengambil segala keputusan berkenaan dengan persoalan dan masalah penting yang dihadapi perusahaan.

Direktur utama bertanggung jawab kepada komisaris. Posisi ini membawahi manajer operasional, manajer produk, manajer keuangan dan manajer marketing. Manajer operasional membawahi beberapa bagian/departemen yaitu purchasing (pembelian), bagian logistik, bagian QAS (*Quality Assurance and Safety*), bagian QCL (*Quality Control*), bagian produksi, INL (*Innovation and Lean*), MAI (*Maintenance*), PPIC (*Product Planning and Inventory*

Dari hasil uji F faktor harga, produk, tempat, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen. Hal ini ditunjukkan dari uji ANOVA atau F test didapat nilai F hitung sebesar 15,547 dan signifikan pada  $0,00 < \alpha = 0,05$  maka disimpulkan bahwa variabel independen harga, produk, tempat dan promosi secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen yaitu minat konsumen.

Dalam penelitian ini hasil analisis regresi yang terdapat dalam tabel diketahui bahwa koefisien determinasi yang dinotasikan  $R^2$  adalah sebesar 0,478 berarti (47,8%), berarti variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen sebesar 47,8%. Sedangkan sisanya  $100\% - 47,8\% = 52,2\%$  dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam peneliti ini.

c. Uji t pada tempat tau  $X_3$

Besarnya nilai t hitung variabel tempat adalah 0,832 dan signifikan pada 0,408 maka variabel tempat tidak mempunyai pengaruh yang signifikan. Karena nilai signifikan  $>0.05$  ( $0,408 > 0,05$ ). secara umum tidak mempengaruhi minat konsumen karena lokasinya masih sulit dijangkau.

d. Uji t pada promosi atau  $X_4$

Besarnya nilai t hitung variabel promosi adalah 0,227 dan signifikan pada 0,821 maka variabel promosi tidak mempunyai pengaruh yang signifikan. Karena nilai signifikan  $>0.05$  ( $0,821 > 0,05$ ). secara umum promosi tidak mempengaruhi minat konsumen karena kurangnya informasi bagi konsumen.

*Control*), MRE (*Management Representative*), Business Solution (BSN), Distribution Center (DC), koordinator halal internal, legal dan tim IT (teknologi informasi). Sedangkan manajer produk membawahi tim Product and Development (Prodev) serta tim Research and Development (R&D), manager marketing membawahi Business Development, tim art, marketing, GIP.

**D. Lokasi**

PT Paragon Technology and Innovation melaksanakan proses produksi kosmetikanya di pabrik yang terletak di Kawasan Industri Jatake Jalan Industri Raya IV Blok AG No 4 Tangerang. Pabrik tersebut memiliki luas keseluruhan 5000 m<sup>2</sup> dan gudang seluas 1500 m<sup>2</sup>. Sedangkan untuk pemasaran sekaligus kantor pusat berada di Kawasan Jakarta Selatan.

Lokasi kantor pusat dan pemasaran PT. Paragon Technology and Innovation ini menjadi satu dengan gudang produk jadi kantor ini berada di Jl. Swadharma Raya, Kampung Baru III no. 60, Jakarta Selatan. Kompleks perkantoran ini menggunakan lahan seluas 700 M, luas bangunan sebesar 270 m, diisi dengan ruang administrasi, kantor direksi, gudang produksi barang jadi, gudang bahan baku, kemasan serta sebuah musholla.

#### **E. Diskripsi Data**

Diskripsi data menjelaskan mengenai identitas dari konsumen Wardah di Maharani Demak. Diskripsi ini terdiri dari tingkat pendidikan, pekerjaan responden, umur responden dan penghasilan responden.

Besarnya nilai t hitung variabel harga adalah 4,388 dan signifikan pada 0,000 maka variabel harga mempunyai pengaruh yang signifikan. Karena nilai signifikan  $< 0.05$  ( $0,00 < 0,05$ ). secara umum harga mampu mempengaruhi minat konsumen karena harga kosmetik Wardah terjangkau dibanding kosmetik yang lainya dengan melihat komposisi dan bahan baku pembuatanya.

#### **b. Uji t pada variabel produk atau $X_2$**

Besarnya nilai t hitung variabel produk adalah 0,841 dan signifikan pada 0,404 maka variabel produk tidak mempunyai pengaruh yang signifikan. Karena nilai signifikan  $> 0.05$  ( $0,404 > 0,05$ ). secara umum tidak mempengaruhi minat konsumen karena kurangnya keragaman produk dan dan ketersediaan poduk kurang lengkap.



memberikan tingkat ketertarikan tersendiri sehingga produk bisa menumbuhkan rasa minat konsumen.

c. Tempat atau  $X_3$  sebesar 0,217 dan mempengaruhi minat konsumen secara empiris tempat mampu memberikan tingkat ketertarikan jauh dekatnya tempat tinggal konsumen sehingga mampu menumbuhkan rasa minat konsumen untuk terus menggunakan kosmetik Wardah.

d. Promosi atau  $X_4$  sebesar 0,025 dan mempengaruhi minat konsumen secara empiris promosi mampu memberikan tingkat ketertarikan tentang informasi akan manfaat produk kepada konsumen sehingga mampu menumbuhkan rasa minat konsumen untuk terus menggunakan kosmetik Wardah.

Selanjutnya dari hasil uji t (persial) diketahui bahwa:

a. Uji t pada variabel harga atau  $X_1$

a. Pendidikan Responden

**Tabel 4.1**  
**Hasil Uji Identitas Pendidikan Responden**

PENDIDIKAN					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	1	1.3	1.3	1.3
	SMP	12	15.4	15,4	16.7
	SMA	24	30.8	30.8	47.4
	S1	38	48,7	48,7	96.2
	LAIN-LAIN	3	3.8	3.8	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

Sumber: olah data SPSS

Adapun data mengenai pendidikan dapat diketahui responden SD sebanyak 1 responden atau 1.3%, SMP 12 responden atau 15.4%, SMA 24 responden atau 30.8%, S1 38 responde atau 48,7%, LAIN-LAIN 3 responden atau 3.8%. Dari data diatas pendidikan responden yang paling mempengaruhi adalah S1 sebesar 38 responden atau 48.7%

b. Pekerjaan Responden

**Tabel 4.2**  
**Hasil Uji Identitas Pekerjaan responden**  
**PEKERJAAN**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PETANI	1	1.3	1.3	1.3
	PEGAWAI	16	20.5	20.5	20.5
	WIRASWASTA	29	37.2	37.2	57.7
	PNS	5	5.5	5.5	55.3
	LAIN-LAIN	27	34.6	34.6	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

Sumber: olah data SPSS

Adapun responden pekerjaan yaitu PETANI 1 responden atau 1.3%, PEGAWAI 16 responden atau 20.5%, WIRASWASTA 29 responden atau 37.2%, PNS 5 responden atau 5.5%, LAIN-LAIN 27 responden atau 34.6%. Dari data diatas pekerjaan responden yang paling mempengaruhi adalah WIRASWASTA sebesar 29 responden atau 37.2%.

Dari data tabel diatas hasil dari  $R^2$  adalah 0,478 berarti (47,8%), berarti variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen sebesar 47,8%. Sedangkan sisanya  $100\% - 47,8\% = 52,2\%$  dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam peneliti ini.

## H. PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis regresi yang dilakukan dalam penelitian ini, maka dapat dijelaskan hal-hal sebagai berikut:

- a. Koefisien yang pertama harga atau  $X_1$  sebesar 0,638 dan mempengaruhi minat konsumen secara empiris harga mampu memberikan ketertarikan tersendiri pada minat konsumen untuk menggunakan kosmetik Wardah.
- b. Produk atau  $X_2$  sebesar 0,185 dan mempengaruhi minat konsumen secara empiris produk mampu

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu.

Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

**Tabel 4.27**  
**Hasil Uji  $R^2$  (Square)**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.691 <sup>a</sup>	.478	.447	1.96622

a. Predictors: (Constant), X4, X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber: olah data SPSS

c. Umur Responden

**Tabel 4.3**  
**Hasil Uji Identitas Umur Responden**

UMUR					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 20	3	3.8	3.8	93.6
	21-25	41	52.6	52.6	52.6
	26-30	22	28.2	28.2	57.7
	36-40	3	3.8	3.8	93.6
	>40	1	1.3	1.3	100.0
Total		78	100.0	100.0	

Sumber: olah data SPSS

Adapun responden umur yaitu <20 sebanyak 3 responden atau 3.8%, 21-25 sebanyak 41 responden atau 52.6%, 26-30 sebanyak 22 responden atau 28.2%, 36-40 sebanyak 3 responden atau 3.8%, >40 sebanyak 1 responden atau 1.3%. Dari data diatas umur responden yang paling mempengaruhi adalah 21-25 sebesar 41 responden atau 52.6%.

d. Penghasilan Responden

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Identitas Penghasilan Responden**

PENGHASILAN					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
Valid	<500.000	1	1.3	1.3	1.3
	500.000-1.000.000	33	42.3	42.3	43.6
	1.000.000-1.500.000	30	38.5	38.5	82.1
	1.500.000-2.000.000	11	14.1	14.1	96.2
	>2.000.000	3	3.8	3.8	100.0
	Total	78	100.0	100.0	

Sumber: olah data SPSS

Adapun penghasilan responden yaitu Rp<500.000 sebanyak 1 responden atau 1.3%, Rp500.000-1.000.000 sebanyak 33 responden atau 42.3%, Rp1.000.000-1.500.000 sebanyak 30 responden atau 38.5%, Rp1.500.000-2.000.000 sebanyak 11 responden atau 14.1%, Rp>2.000.000 sebanyak 3 responden atau 3.8%. Dari data diatas penghasilan responden yang paling mempengaruhi adalah Rp 500.000-1.000.000 sebesar 33 responden atau 42.3%.

**Tabel 4.26**

**Hasil Uji F**

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	240.427	4	60.107	15.547	.000 <sup>a</sup>
	Residual	262.889	68	3.866		
	Total	503.315	72			

a. Predictors: (Constant), X4, X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber: olah data SPSS

Dari uji ANOVA atau F test didapat nilai F hitung sebesar 15,547 dan signifikan pada  $0,00 < \alpha = 0,05$  maka disimpulkan bahwa variabel independen harga, produk, tempat dan promosi secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen yaitu minat konsumen.

c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen.

Melalui uji statistik dengan langkah-langkah sebagai berikut:

$$H_0 : b_1=b_2=b_3=b_4=0$$

Artinya secara bersama-sama atau simultan tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

$$H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq 0$$

Artinya secara bersama-sama atau simultan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

1.  $H_0$  diterima, apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  pada  $\alpha = 0.05$
2.  $H_a$  diterima, apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  pada  $\alpha = 0.05$

## F. Deskripsi Variabel penelitian

Pada bagian ini akan dideskripsikan hasil penelitian yang diperoleh dari angket berupa jawaban konsumen terhadap variabel penelitian. Variabel ini merupakan variabel independen yaitu faktor-faktor (harga, produk, tempat dan promosi) serta variabel dependen yaitu minat konsumen muslimah.

Dalam angket responden diberikan pertanyaan mengenai sikap mereka terhadap item-item pertanyaan tersebut yang sudah disediakan alternatif jawaban dengan kategori: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Item pertanyaan ini merupakan tanggapan atau sikap responden terhadap hal-hal yang ada dalam item pertanyaan berdasarkan apa yang mereka alami atau rasakan selama menjadi konsumen di Outlet Wardah Swalayan Maharani Demak.

**Tabel 4.5**  
**Hasil Skor Kuesioner**

Variabel	P	SS		S		N		TS		TSS	
		FRK	%	FRK	%	FRK	%	FRK	%	FRK	%
Harga (X <sub>1</sub> )	P1	22	28.2	48	61.5	3	3.8	5	6.4	0	0
	P2	46	59.0	23	29.5	0	0	9	11.5	0	0
	P3	20	25.6	44	56.4	9	11.5	5	6.4	0	0
	P4	20	25.6	35	44.9	14	17.9	6	7.7	3	3.8
Produk (X <sub>2</sub> )	P5	24	30.8	44	56.4	6	7.7	3	3.8	1	1.3
	P6	13	16.7	60	76.9	2	2.6	1	1.3	0	0
	P7	37	47.7	22	28.2	17	21.8	2	2.6	0	0
Tempat (X <sub>3</sub> )	P8	26	33.3	43	55.1	5	6.4	3	3.8	1	1.3
	P9	15	19.2	57	73.1	3	3.8	3	3.8	0	0
	P10	18	23.1	51	65.4	9	11.5	0	0	0	0
Promosi (X <sub>4</sub> )	P11	53	67.9	16	20.5	6	7.7	1	1.3	2	2.6
	P12	37	47.4	28	35.9	9	11.5	1	1.3	3	3.8
	P13	51	65.4	21	26.9	3	3.8	3	3.8	0	0
	P14	55	70.5	17	21.8	3	3.8	3	3.8	0	0
Minat Konsumen (Y)	P15	20	25.6	44	56.4	5	6.4	8	10.3	1	1.3
	P16	6	7.7	29	37.2	29	37.2	11	14.1	3	3.8
	P17	28	35.9	36	46.2	8	10.3	6	7.7	0	0
	P18	42	53.8	25	32.1	6	7.7	5	6.4	0	0

Sumber: olah data SPSS

Dari tabel diatas dapat didiskripsikan pada indikator pilihan harga pertanyaan ke-1 dijawab oleh responden

0,408 maka variabel tempat tidak mempunyai pengaruh yang signifikan. Karena nilai signifikan >0.05 (0,408>0,05). Namun berpengaruh signifikan pada level atau tingkat 10%.

d. Uji t pada promosi atau X<sub>4</sub>

Besarnya nilai t hitung variabel promosi adalah 0,227 dan signifikan pada 0,821 maka variabel promosi tidak mempunyai pengaruh yang signifikan. Karena nilai signifikan <0.05 (0,821<0,05). Namun berpengaruh signifikan pada level atau tingkat 10%.

b. Uji Simultan (F)

Besarnya nilai t hitung variabel harga adalah 4,388 dan signifikan pada 0,000 maka variabel harga mempunyai pengaruh yang signifikan. Karena nilai signifikan  $<0.05$  ( $0,000 < 0,05$ ).

b. Uji t pada variabel produk atau  $X_2$

Besarnya nilai t hitung variabel harga adalah 0,841 dan signifikan pada 0,404 maka variabel produk tidak mempunyai pengaruh yang signifikan. Karena nilai signifikan  $>0.05$  ( $0,404 > 0,05$ ). Namun berpengaruh signifikan pada level atau tingkat 10%.

c. Uji t pada tempat atau  $X_3$

Besarnya nilai t hitung variabel tempat adalah 0,832 dan signifikan pada

dengan jawaban sangat setuju 28.2%, menjawab setuju 61.5%, menjawab netral 3.8%, menjawab tidak setuju 6.4%.

Pada indikator diskon harga pada waktu-waktu tertentu pertanyaan ke-2 dijawab oleh responden menjawab sangat setuju sebesar 59.0% , menjawab setuju 29.5%, menjawab tidak setuju 11.5%.

Pada indikator harga competitive (bersaing) pertanyaan ke-3 dijawab oleh responden menjawab sangat setuju sebesar 25.6% , menjawab setuju 56.4%, menjawab netral 11.5%, menjawab tidak setuju 6.4%.

Pada indikator harga terjangkau pertanyaan ke-4 dijawab oleh responden menjawab sangat setuju sebesar 25.6%, menjawab setuju 44.9%, menjawab netral 17.9%, menjawab tidak setuju 7.7% dan menjawab sangat tidak setuju 3.8%.

Pada indikator produk bervariasi pertanyaan ke-5 dijawab oleh responden menjawab sangat setuju sebesar 30.8%, menjawab setuju 56.4%, menjawab netral 7.7%, menjawab tidak setuju 3.8% dan menjawab sangat tidak setuju 1.3%.

Pada indikator kemasan produk menarik minat beli pertanyaan ke-6 dijawab oleh responden menjawab sangat setuju sebesar 16.7%, menjawab setuju 76.9%, menjawab netral 2.6%, menjawab tidak setuju 1.3%.

Pada indikator produk halal, berkualitas dan aman bagi kulit pertanyaan ke-7 dijawab oleh responden menjawab sangat setuju sebesar 47.7%, menjawab setuju 28.2%, menjawab netral 21.8%, menjawab tidak setuju 2.6% .

Pada indikator mudah dijangkau pertanyaan ke-8 dijawab oleh responden menjawab sangat setuju sebesar 33.3%, menjawab setuju 55.1%, menjawab netral 6.4%,

2.  $H_a$  diterima, apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  pada  $\alpha = 0.05$

**Tabel 4.25**  
**Hasil Uji t (persial)**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.083	1.035		1.046	.299
	X <sub>1</sub>	.638	.145	.521	4.388	.000
	X <sub>2</sub>	.185	.220	.117	.841	.404
	X <sub>3</sub>	.217	.260	.119	.832	.408
	X <sub>4</sub>	.025	.109	.022	.227	.821

a. Dependent Variable: Y  
Sumber: olah data SPSS

Pada tabel di atas, nilai t dapat dilihat pada kolom 5, sedangkan probabilitas signifikansi terdapat pada kolom 6, tingkat probabilitas kurang dari 5% berarti variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

a. Uji t pada variabel harga atau X<sub>1</sub>



a. Uji Parsial ( $t$ )

Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:

$$H_0 : b_i = 0$$

Artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

$$H_a : b \neq 0$$

Artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Kriteria pengampilan keputusannya yaitu:

1.  $H_0$  diterima, apabila  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel pada  $\alpha = 0.05$

menjawab tidak setuju 3.8% dan menjawab sangat tidak setuju 1.3%.

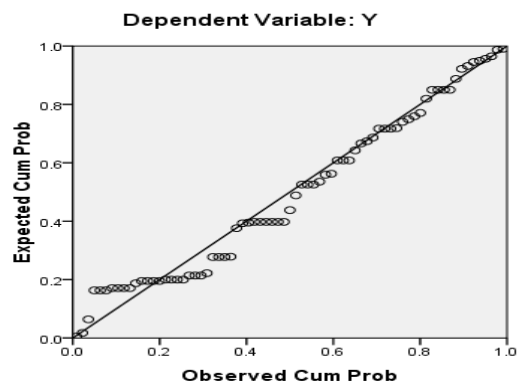
Pada indikator lokasi nyaman pertanyaan ke-9 dijawab oleh responden menjawab sangat setuju sebesar 19.2%, menjawab setuju 73.1%, menjawab netral 3.8%, menjawab tidak setuju 3.8%.

Pada indikator lokasi menyediakan produk yang dibutuhkan konsumen pertanyaan ke-10 dijawab oleh responden menjawab sangat setuju sebesar 23.1%, menjawab setuju 65.4%, menjawab netral 11.5%.

Pada indikator pemberian bonus/hadiah untuk pembelian produk tertentu pertanyaan ke-11 dijawab oleh responden menjawab sangat setuju sebesar 67.9%, menjawab setuju 20.5%, menjawab netral 7.7%, menjawab tidak setuju 1.3% dan menjawab sangat tidak setuju 2.6%.

Pada indikator acara promo atau *event-event* pertanyaan ke-12 dijawab oleh responden menjawab

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Pada indikator *Sales Promotion Girl* (SPG) mempunyai pengetahuan produk untuk memberikan informasi dalam mengenalkan produk kepada konsumen pertanyaan ke-14 dijawab oleh responden menjawab sangat setuju sebesar 70.5%, menjawab setuju 21.8%, menjawab netral 3.8%, menjawab tidak setuju 3.8%.

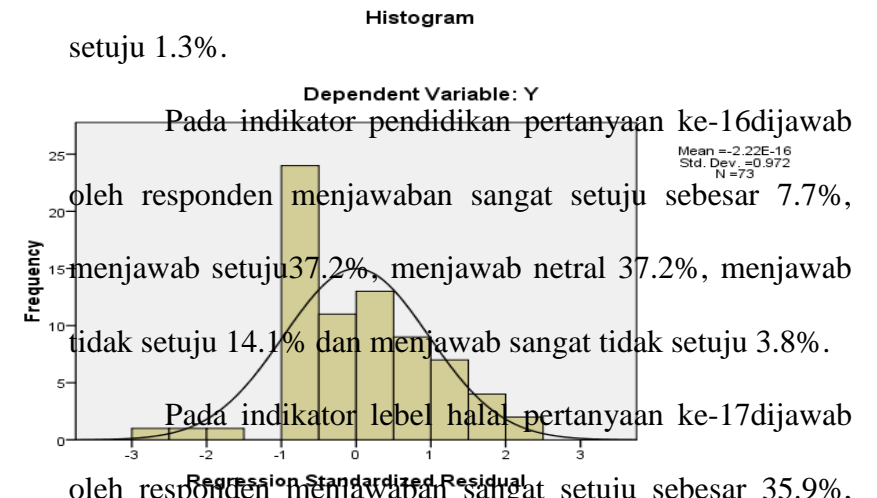
Pada indikator status ekonomi pertanyaan ke-15 dijawab oleh responden menjawab sangat setuju sebesar 25.6%, menjawab setuju 56.4%, menjawab netral 6.4%,

Sumber: olah data SPSS

Berdasarkan Gambar tersebut dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan menunjukkan indikasi normal. Analisis dari grafik di atas terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Maka model regresi layak dipakai untuk memprediksi variabel dependen minat konsumen terhadap kosmetik Wardah (Y) berdasarkan masukan variabel independen faktor-faktor (X).

## 5. Hipotesis

menjawab tidak setuju 10.3% dan menjawab sangat tidak setuju 1.3%.



Pada indikator pendidikan pertanyaan ke-16 dijawab oleh responden menjawab sangat setuju sebesar 7.7%, menjawab setuju 37.2%, menjawab netral 37.2%, menjawab tidak setuju 14.1% dan menjawab sangat tidak setuju 3.8%.

Pada indikator label halal pertanyaan ke-17 dijawab oleh responden menjawab sangat setuju sebesar 35.9%, menjawab setuju 46.2%, menjawab netral 10.3%, menjawab tidak setuju 7.7%.

Pada indikator religius stimuli (ketaatan agama) pertanyaan ke-18 dijawab oleh responden menjawab sangat setuju sebesar 53.8%, menjawab setuju 32.1%, menjawab netral 7.7%, menjawab tidak setuju 6.4%.

## G. Analisis Data dan Pembahasan

### a. Analisis Data Awal

Sumber: olah data SPSS

**Grafik 4.24**  
**Hasil Uji Normalitas**

Analisis data menjelaskan mengenai uji analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji ini pada SPSS 16.0 dapat dilihat dalam kolom *corrected item-total correlation* yang merupakan nilai  $r$  hitung untuk masing-masing pertanyaan. Jika  $r$  hitung lebih besar dibandingkan dengan  $r$  tabel maka butir pertanyaan tersebut dapat diterima atau valid. Sebelum mencari nilai  $r$  tabel dalam tabel statistik, peneliti terlebih dahulu harus menentukan berapa derajat kebebasannya. Adapun rumus derajat kebebasan (*degree of freedom*) adalah  $df = n - 2$ . Dalam

#### d. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang disajikan untuk dianalisis lebih lanjut berdistribusi normal atau tidak. Data yang baik dan layak untuk membuktikan model-model penelitian tersebut adalah data yang memiliki distribusi normal.

Hasil pengujian normalitas dapat dilihat gambar sebagai berikut:

**Grafik 4.23**  
**Hasil Uji Normalitas**

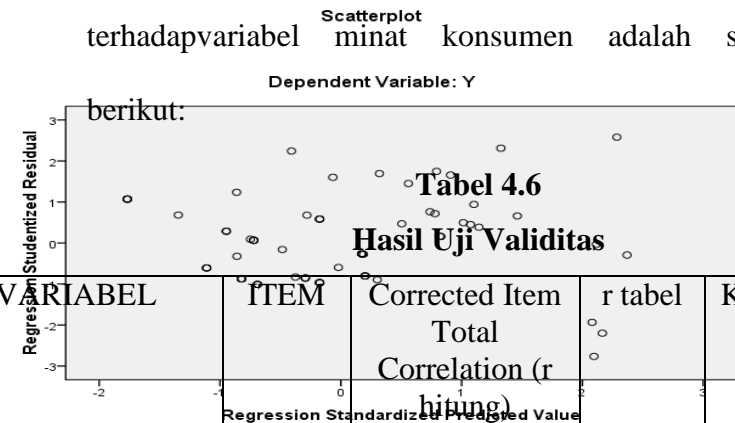
**Gambar 4.22**  
**Hasil Uji Scatterplot**

Sumber : olah data SPSS

Berdasarkan grafik scatterplot menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

penelitian ini, diketahui jumlah n (sampel) adalah 78 sampel dan besarnya df adalah  $78 - 2 = 76$  dengan alpha 0.05 ( $\alpha=5\%$ ), didapat r tabel 0,2227.

Hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS, yang dilihat pada kolom *Corrected Item–Total Correlation* dari variabel harga, produk, tempat dan promosi terhadap variabel minat konsumen adalah sebagai



berikut:

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Validitas**

VARIABEL	ITEM	Corrected Item Total Correlation (r hitung)	r tabel	Keterangan
X <sub>1</sub> (HARGA)	P1	0.239	0,2227	VALID
	P2	0.502	0,2227	VALID
	P3	0.419	0,2227	VALID
	P4	0.534	0,2227	VALID
X <sub>2</sub> (PRODUK)	P5	0.429	0,2227	VALID
	P6	0.473	0,2227	VALID
	P7	0.421	0,2227	VALID
X <sub>3</sub> (TEMPAT)	P8	0.484	0,2227	VALID
	P9	0.450	0,2227	VALID

	P10	0.348	0,2227	VALID
X <sub>4</sub> (PROMOSI)	P11	0.467	0,2227	VALID
	P12	0.457	0,2227	VALID
	P13	0.328	0,2227	VALID
	P14	0.351	0,2227	VALID
Y (MINAT KONSUMEN)	P15	0.476	0,2227	VALID
	P16	0.459	0,2227	VALID
	P17	0.517	0,2227	VALID
	P18	0.625	0,2227	VALID

Sumber: olah data SPSS

Dari tabel di atas terlihat bahwa nilai pada kolom *corrected item-total correlation* untuk masing-masing item memiliki r hitung lebih besardan positif dibanding r tabel untuk  $(df) = 78-2 = 76$  dan  $\alpha > 5\%$  dengan uji dua sisi didapat r tabel sebesar 0,2227 artinya masing-masing item pertanyaan dalam dua variable X dan Y adalah valid. Pengolahan data dapat dilanjutkan kejenjang selanjutnya.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam mode regresi terjadi ketidak samaan varians dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut heteroskedastisitas.

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.691 <sup>a</sup>	.478	.447	1.96622	1.778

a. Predictors: (Constant), X4, X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber: olah data SPSS

Berdasarkan tabel diatas berada pada daerah  $0 < d < 4$ -du, dimana daerah tersebut merupakan tidak ada autokorelasi positif atau negatif yaitu tidak ditolak yang berarti bebas autokorelasi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Untuk menguji reliabilitas dengan uji statistik croancbach alpha. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach

Alpha > 0,60.

d:1,778  
Bebas Autokorelasi

Auto(+)

Auto(-)

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

NO	Reliabilitas Variabel	Reliability Coefficients	Alpha	Status
1	Harga (X <sub>1</sub> )	4 Item	0.640	Reliabel
2	Produk (X <sub>2</sub> )	3 Item	0.619	Reliabel
3	Tempat (X <sub>3</sub> )	3 Item	0.608	Reliabel
4	Promosi (X <sub>4</sub> )	4 Item	0.618	Reliabel
5	Minat Konsumen (Y)	4 Item	0.727	Reliabel

Sumber: olah data SPSS

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60 ( $\alpha > 0,60$ ), yang artinya bahwa semua variabel X

dan Y adalah reliabel. Dengan demikian pengolahan data dapat dilanjutkan kejenjang selanjutnya.

### 3. Analisis Regresi

Analisis regresi dapat digunakan untuk memutuskan apakah naik atau menurunnya variabel dependen dapat dilakukan melalui menaikkan dan menurunkan keadaan variabel independen.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Regresi**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.447	1.078		1.343	.184
	X <sub>1</sub>	.460	.127	.417	3.629	.001
	X <sub>2</sub>	.046	.231	.029	.198	.844
	X <sub>3</sub>	.476	.250	.269	1.908	.060
	X <sub>4</sub>	.059	.113	.051	.520	.604

a. Dependent Variable: Y

Sumber: olah data SPSS

Sumber: olah data SPSS

Dari hasil perhitungan nilai tolerance menunjukkan bahwa tidak ada variabel independen yg memiliki nilai *tolerance* kurang dari 0,1 dan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada *multikolinieritas* antar variabel independen dalam model regresi.

### b. Uji Autokorelasi

Pengujian ini dilakukan untuk menguji suatu model apakah antara variabel pengganggu masing-masing variabel bebas saling mempengaruhi. Untuk menguji autokorelasi yaitu dengan Durbin Watson.

**Tabel 4.21**  
**Hasil Uji Autokorelasi**



independent. Dalam penelitian ini teknik untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas adalah dengan cara mengamati nilai VIF dan *tolerance*. Jika nilai VIF melebihi nilai 10 dan nilai *tolerance* kurang dari 0,10 maka model regresi yang diindikasikan terdapat multikolonieritas.

**Tabel 4.20**  
**Hasil Uji Multikolonieritas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X <sub>1</sub>	.544	1.837
	X <sub>2</sub>	.396	2.527
	X <sub>3</sub>	.376	2.662
	X <sub>4</sub>	.814	1.229

a. Dependent Variable: Y

Adapun persamaan regresi adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

$$Y = 1,447 + 0,460 X_1 + 0,046 X_2 + 0,476$$

$$X_3 + 0,059 X_4 + e$$

- a. Jika tingkat harga dinaikan 1 rupiah maka minat konsumen akan bertambah 0,460% dengan asumsi variabel-variabel lain dianggap konstan.
- b. Jika tingkat produk ditambah 1 produk maka minat konsumen akan bertambah 0,046% dengan asumsi variabel-variabel lain dianggap konstan.
- c. Jika tingkat tempat dibangun 1 tempat maka minat konsumen akan bertambah 0,476% dengan asumsi variabel-variabel lain dianggap konstan.

d. Jika tingkat promosi dinaikan 1 iklan atau informasi maka minat konsumen akan bertambah 0,059% dengan asumsi variabel-variabel lain dianggap konstan.

#### 4. Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent. Dalam penelitian ini teknik untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas adalah dengan cara mengamati nilai VIF dan *tolerance*. Jika nilai VIF melebihi nilai 10 dan nilai *tolerance* kurang dari 0,10 maka model regresi yang diindikasikan terdapat multikolonieritas.

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Multikolonieritas**

b. Jika tingkat produk ditambah 1 produk maka minat konsumen akan bertambah 0,185% dengan asumsi variabel-variabel lain dianggap konstan.

c. Jika tingkat tempat dibangun 1 tempat maka minat konsumen akan bertambah 0,217% dengan asumsi variabel-variabel lain dianggap konstan.

d. Jika tingkat promosi dinaikan 1 iklan atau informasi maka minat konsumen akan bertambah 0,025% dengan asumsi variabel-variabel lain dianggap konstan.

#### 4. Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel

**Tabel 4.19**  
**Hasil Uji Regresi**

		Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.083	1.035		1.046	.299
	X <sub>1</sub>	.638	.145	.521	4.388	.000
	X <sub>2</sub>	.185	.220	.117	.841	.404
	X <sub>3</sub>	.217	.260	.119	.832	.408
	X <sub>4</sub>	.025	.109	.022	.227	.821

a. Dependent Variable: Y

Sumber: olah data SPSS

Adapun persamaan regresi adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

$$Y = 1,083 + 0,638 X_1 + 0,185 X_2 + 0,217$$

$$X_3 + 0,025 X_4 + e$$

- a. Jika tingkat harga dinaikan 1 rupiah maka minat konsumen akan bertambah 0,638% dengan asumsi variabel-variabel lain dianggap konstan.

coefficients

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X <sub>1</sub>	.610	1.640
	X <sub>2</sub>	.365	2.743
	X <sub>3</sub>	.404	2.473
	X <sub>4</sub>	.846	1.182

Sumber: olah data SPSS

Dari hasil perhitungan nilai tolerance menunjukkan bahwa tidak ada variabel independen yg memiliki nilai *tolerance* kurang dari 0,1 dan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada *multikolinieritas* antar variabel independen dalam model regresi.

b. Uji Autokorelasi

Pengujian ini dilakukan untuk menguji suatu model apakah antara variabel pengganggu masing-masing variabel bebas saling mempengaruhi. Adapun hasil pengujian autokorelasi adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Autokorelasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.642 <sup>a</sup>	.412	.380	2.11666	1.430

a. Predictors: (Constant), X4, X3, X1, X2

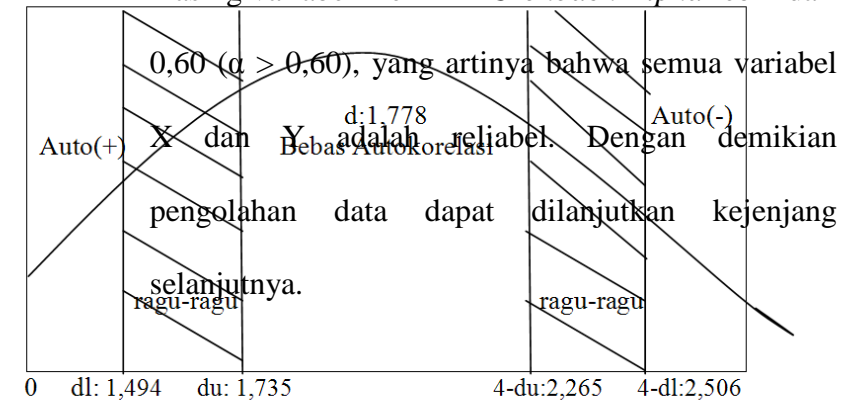
b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel diatas persamaan regresi dari hasil DW (1,445) berada pada daerah  $0 < d < dl$ , dimana daerah tersebut merupakan tidak ada

NO	Reliabilitas Variabel	Reliability Coefficients	Alpha	Status
1	Harga (X <sub>1</sub> )	4 Item	0.640	Reliabel
2	Produk (X <sub>2</sub> )	3 Item	0.626	Reliabel
3	Tempat (X <sub>3</sub> )	3 Item	0.611	Reliabel
4	Promosi (X <sub>4</sub> )	4 Item	0.629	Reliabel
5	Minat Konsumen(Y)	4 Item	0.730	Reliabel

Sumber: olah data SPSS

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60 ( $\alpha > 0,60$ ), yang artinya bahwa semua variabel X dan Y adalah reliabel. Dengan demikian



### 3. Analisis Regresi

Berdasarkan tabel diatas berada pada daerah  $du < d < 4-du$ ,

Analisis regresi dapat digunakan untuk memutuskan apakah naik atau menurunnya variabel dependen dapat dilakukan melalui menaikkan dan menurunkan keadaan varibel independen.

Dari tabel di atas terlihat bahwa nilai pada kolom *corrected item-total correlation* untuk masing-masing item memiliki r hitung lebih besardan positif dibanding r tabel untuk  $(df) = 73-2 = 71$  dan  $\alpha > 5\%$  dengan uji dua sisi didapat r tabel sebesar 0,2303 artinya masing-masing item pertanyaan dalam dua variable X dan Y adalah valid. Pengolahan data dapat dilanjutkan kejenjang selanjutnya.

## 2. Uji Reliabilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Untuk menguji reliabilitas dengan uji statistik croancbach alpha. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha  $> 0,60$ .

**Tabel 4.18**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

autokorelasi positif yaitu ditolak yang berarti ada autokorelasi.

## c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedasitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan varians dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut heteroskedastisitas.

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka

0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

**Gambr 4.11**  
**Hasil Uji Scatterplot**

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji Validitas**

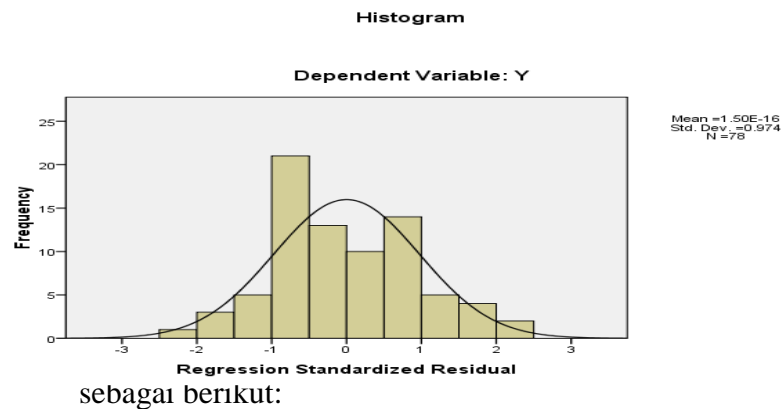
VARIABEL	ITEM	Corrected Item Total Correlation (r hitung)	r tabel	Keterangan
X <sub>1</sub> (HARGA)	P1	0.392	0,2303	VALID
	P2	0.464	0,2303	VALID
	P3	0.330	0,2303	VALID
	P4	0.527	0,2303	VALID
X <sub>2</sub> (PRODUK)	P5	0.425	0,2303	VALID
	P6	0.512	0,2303	VALID
	P7	0.400	0,2303	VALID
X <sub>3</sub> (TEMPAT)	P8	0.471	0,2303	VALID
	P9	0.429	0,2303	VALID
	P10	0.375	0,2303	VALID
X <sub>4</sub> (PROMOSI)	P11	0.481	0,2303	VALID
	P12	0.457	0,2303	VALID
	P13	0.331	0,2303	VALID
	P14	0.379	0,2303	VALID
Y (MINAT KONSUMEN)	P15	0.448	0,2303	VALID
	P16	0.465	0,2303	VALID
	P17	0.570	0,2303	VALID
	P18	0.608	0,2303	VALID

Sumber : olah data SPSS

Berdasarkan grafik scatterplot menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Sumber: olah data SPSS

16.0 dapat dilihat dalam kolom *corrected item-total correlation* yang merupakan nilai r hitung untuk masing-masing pertanyaan. Jika r hitung lebih besar dibandingkan dengan r tabel maka butir pertanyaan tersebut dapat diterima atau valid. Sebelum mencari nilai r tabel dalam tabel statistik, peneliti terlebih dahulu harus menentukan berapa derajat kebebasannya. Adapun rumus derajat kebebasan (*degree of freedom*) adalah  $df = n - 2$ . Dalam penelitian ini, diketahui jumlah n (sampel) adalah 73 sampel dan besarnya df adalah  $73 - 2 = 71$  dengan



d. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang disajikan untuk dianalisis lebih lanjut berdistribusi normal atau tidak. Data yang baik dan layak untuk membuktikan model-model penelitian tersebut adalah data yang memiliki distribusinormal.

Hasil pengujian normalitas dapat dilihat gambar sebagai berikut:

**Grafik 4.12**  
**Hasil Uji Normalitas**

Sumber: olah data SPSS

**Grafik 4.13**  
**Hasil Uji Normalitas**

Sumber: olah data SPSS

Berdasarkan Gambar tersebut dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan menunjukkan indikasi normal. Analisis dari grafik di atas terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis

berpengaruh terhadap variabel dependen sebesar 41,2%. Sedangkan sisanya  $100\% - 41,2\% = 58,8\%$  dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam peneliti ini.

**b. Analisis Data Setelah Pengobatan**

Dalam penelitian ini diolah data dua kali dikarenakan data awal terkena uji asumsi klasik maka dengan ini peneliti mengobati dengan olah sampel dan hasil olahannya sebagai berikut:



1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji ini pada SPSS



menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu.

Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji  $R^2$  (Square)**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.642 <sup>a</sup>	.412	.380	2.11666

a. Predictors: (Constant), X4, X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber: olah data SPSS

Dari data tabel diatas hasil dari  $R^2$  adalah 0,412 berarti (41,2%), berarti variabel independen

diagonal Maka model regresi layak dipakai untuk memprediksi variabel dependen minat konsumen terhadap kosmetik Wardah (Y) berdasarkan masukan variabel independen faktor-faktor (X).

## 5.Hipotesis

### a. Uji Parsial ( $t$ )

Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:

$$H_0 : b_i = 0$$

Artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

$$H_a : b \neq 0$$

Artinya secara parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Kriteria pengampilan keputusannya yaitu:

1. Ho diterima, apabila  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  pada  $\alpha = 0.05$
2. Ha diterima, apabila  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  pada  $\alpha = 0.05$

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji t (persial)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.447	1.078		1.343	.184
	X <sub>1</sub>	.460	.127	.417	3.629	.001
	X <sub>2</sub>	.046	.231	.029	.198	.844
	X <sub>3</sub>	.476	.250	.269	1.908	.060
	X <sub>4</sub>	.059	.113	.051	.520	.604

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	229.558	4	57.389	12.809	.000 <sup>a</sup>
	Residual	327.058	73	4.480		
	Total	556.615	77			

a. Predictors: (Constant), X<sub>4</sub>, X<sub>3</sub>, X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>

b. Dependent Variable: Y

Sumber:olah data SPSS

Dari uji ANOVA atau F test didapat nilai F hitung sebesar 12,809 dan signifikan pada  $0,00 < \alpha = 0.05$  maka disimpulkan bahwa variabel independen harga, produk, tempat dan promosi secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen yaitu minat konsumen.

c. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam

Artinya secara bersama-sama atau simultan tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

$$H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq 0$$

Artinya secara bersama-sama atau simultan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Kriteria pengampilan keputusannya yaitu:

1.  $H_0$  diterima, apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  pada  $\alpha = 0.05$
2.  $H_a$  diterima, apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  pada  $\alpha = 0.05$

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji F**

ANOVA <sup>b</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	229.558	4	57.389	12.809	.000 <sup>a</sup>
	Residual	327.058	73	4.480		
	Total	556.615	77			

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.447	1.078		1.343	.184
	X <sub>1</sub>	.460	.127	.417	3.629	.001
	X <sub>2</sub>	.046	.231	.029	.198	.844
	X <sub>3</sub>	.476	.250	.269	1.908	.060
	X <sub>4</sub>	.059	.113	.051	.520	.604

a. Dependent Variable: Y

Sumber: olah data SPSS

Pada tabel di atas, nilai t dapat dilihat pada kolom 5, sedangkan probabilitas signifikansi terdapat pada kolom 6, tingkat probabilitas kurang dari 5% berarti variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

a. Uji t pada variabel harga atau X<sub>1</sub>

Besarnya nilai t hitung variabel harga adalah 3,629 dan signifikan pada 0,001 maka variabel harga mempunyai pengaruh yang

signifikan. Karena nilai signifikan  $< 0.05$  ( $0,01 < 0,05$ ).

b. Uji t pada variabel produk atau  $X_2$

Besarnya nilai t hitung variabel harga adalah 0,198 dan signifikan pada 0,844 maka variabel produk tidak mempunyai pengaruh yang signifikan. Karena nilai signifikan  $> 0.05$  ( $0,844 > 0,05$ ). Namun berpengaruh signifikan pada level atau tingkat 10%.

c. Uji t pada tempat atau  $X_3$

Besarnya nilai t hitung variabel tempat adalah 1,908 dan signifikan pada 0,060 maka variabel tempat mempunyai pengaruh yang signifikan. Karena nilai signifikan  $< 0.05$  ( $0,060 < 0,05$ ).

d. Uji t pada promosi atau  $X_4$

Besarnya nilai t hitung variabel promosi adalah 0,520 dan signifikan pada 0,604 maka variabel promosi tidak mempunyai pengaruh yang signifikan. Karena nilai signifikan  $> 0.05$  ( $0,604 > 0,05$ ). Namun berpengaruh signifikan pada level atau tingkat 10%.

b. Uji Simultan (F)

Uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen. Melalui uji statistik dengan langkah-langkah sebagai berikut:

$$H_0 : b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = 0$$