

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

Kuisisioner disebarakan kepada konsumen Butik Daur Ulang secara *online* menggunakan layanan *google form* sejak April 2018 dengan batas pengambilan adalah bulan Mei 2018. Meskipun demikian hingga saat ini masih tetap ada kembalian kuisisioner dari para responden.

Kuisisioner yang disebarakan kepada konsumen Project B Butik Daur Ulang Indonesia Yogyakarta terkumpul sebanyak 52 kuisisioner. Dari 52 kuisisioner tersebut hanya 32 yang dapat dianalisis sedangkan 20 lagi dikeluarkan karena tidak terisi lengkap.

4.2 Deskriptif Variabel Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli produk daur ulang. Hasil penelitian dari masing-masing variabel yang diteliti dapat diuraikan pada pembahasan berikut ini.

4.2.1 Variabel Informasi Responden

Penelitian ini menggunakan sampel responden sebanyak 32 orang. Untuk memberikan gambaran tentang karakteristik responden yang digunakan, maka akan disajikan informasi responden berdasarkan jenis kelamin, jenis pekerjaan, dan pendapatan.

4.2.1.1 Informasi Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh gambaran persentase responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.1 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Indikator	Jenis Kelamin	Persentase
1	Laki - laki	41%
2	Perempuan	59%

Sumber : Data Olahan (2018)

Dari tabel 4.1 diatas dapat dilihat bahwa responden perempuan mendapatkan nilai sebanyak 59% dan responden laki-laki (41%). Dengan demikian dapat dikatakan dalam penelitian ini yang menjadi responden kebanyakan didominasi oleh perempuan yaitu 59% dari 2 indikator berdasarkan jenis kelamin.

4.2.1.2 Informasi Jenis Pekerjaan

Untuk mengetahui jumlah responden konsumen produk daur ulang berdasarkan pekerjaan dapat dilihat dari tabel berikut.

Tabel 4.2 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Indikator	Pekerjaan	Persentase
1	Ibu rumah tangga	6%
2	Pegawai negeri	13%
3	Pegawai swasta	34%
4	Pelajar / Mahasiswa	25%
5	Wiraswasta	22%

Sumber : Data Olahan (2018)

Dari tabel 4.2 diatas dapat diketahui bahwa responden yang bekerja sebagai ibu rumah tangga mendapatkan nilai sebanyak 6%, responden yang bekerja sebagai pegawai negeri sebanyak 13%, responden yang bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 34%, responden sebagai pelajar atau mahasiswa sebanyak 25% dan dari responden yang bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 22%. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa konsumen Project B Butik Daur Ulang Indonesia Yogyakarta didominasi oleh Pegawai Swasta yaitu sebanyak 34% terhadap 5 indikator berdasarkan jenis pekerjaan.

4.2.1.3 Informasi Pendapatan Perbulan

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh gambaran persentase responden berdasarkan pendapatan perbulan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.3 Persentase Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan

Indikator	Pendapatan Perbulan	Persentase
1	< Rp 1.500.000	28%
2	Rp 1.500.000 - Rp 2.500.000	44%
3	> Rp 2.500.000	28%

Sumber : Data Olahan (2018)

Dari tabel 4.3 diatas dapat dilihat bahwa responden yang pendapatan perbulannya dibawah Rp 1.500.000 sebanyak 28%, responden yang pendapatan perbulannya diantara Rp 1.500.000 sampai Rp 2.500.000 sebanyak 44% dan responden yang pendapatan perbulannya diatas Rp 2.500.000 sebanyak 28%. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa konsumen yang membeli produk Project B Butik Daur Ulang Indonesia Yogyakarta kebanyakan dari pendapatan perbulannya diantara Rp 1.500.000 sampai Rp 2.500.000 yaitu sebanyak 44% terhadap 3 indikator berdasarkan pendapatan perbulan.

4.2.2 Variabel Kualitas dan Desain

Kualitas dan desain merupakan salah satu dari penilaian dari konsumen terhadap suatu produk apakah sesuai dengan harapannya atau tidak. Pengukuran kepuasan konsumen terhadap kualitas dan desain merupakan elemen penting dalam menyediakan suatu produk, berikut tabel persentase responden terhadap kualitas dan desain sebagai berikut.

Tabel 4.4 Persentase Responden Berdasarkan Variabel Kualitas dan Desain

Indikator	Pernyataan	Respon (%)			
		STS	TS	S	SS
1	Kualitas Produk Konsisten dari waktu ke waktu	0	9,37	56,24	34,3
2	Meskipun dibuat menggunakan bahan dari limbah plastik, akan tetapi produknya sangat baik dan berkualitas	0	6,25	40,62	53,12
3	Produk tahan lama walaupun digunakan setiap hari	3,12	12,5	46,87	37,5
4	Produk memiliki desain yang unik dan inovatif	3,12	6,25	50	40,62
5	Jenis produk yang ditawarkan bervariasi	0	9,37	53,12	37,5

Sumber : Data Olahan (2018)

Berdasarkan tabel 4.4 variabel terhadap kualitas dan desain pada data yang didapatkan terdapat 5 indikator dan dapat dianalisis bahwasannya:

1. Berdasarkan indikator 1, nilai STS (Sangat Tidak Setuju) sebanyak 0%, TS (Tidak Setuju) sebanyak 9%, S (Setuju) sebanyak 56% dan SS (Sangat Setuju) sebanyak 34%. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa persentase negatif menunjukkan angka 9% yang disebabkan karena produk yang diujikan kualitasnya cenderung berubah-ubah, berbanding terbalik dengan respon positif yang menunjukkan persentase diatas 80% mereka merasa bahwa produk yang diujikan kualitasnya konsisten dari waktu ke waktu.
2. Berdasarkan indikator 2, nilai STS (Sangat Tidak Setuju) sebanyak 0%, TS (Tidak Setuju) sebanyak 6%, S (Setuju) sebanyak 40% dan STS (Sangat Tidak Setuju) sebanyak 53%. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa persentase negatif menunjukkan angka 6% yang dikarenakan responden mendapatkan barang yang kurang rapi pada sisi jahitannya, berbanding terbalik dengan respon positif yang menunjukkan diatas 90% mereka merasa bahwa produk yang diberikan sudah cukup bagus.
3. Berdasarkan Indikator 3, nilai STS (Sangat Tidak Setuju) sebanyak 3%, TS (Tidak Setuju) sebanyak 12%, S (Setuju) sebanyak 46%, dan SS (Sangat Setuju) sebanyak 37%. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa persentase negatif menunjukkan angka sebanyak 15% yang dikarenakan produk kurang rapi dan rentan rusak apalagi jika digunakan setiap hari, berbanding terbalik

dengan respon positif yang menunjukkan diatas 80% mereka merasa setuju akan produk yang tahan lama jika digunakan sehari-hari.

4. Berdasarkan indikator 4, nilai STS (Sangat Tidak Setuju) sebanyak 3%, TS (Tidak Setuju) sebanyak 12%, S (Setuju) 50%, ST (Sangat Setuju) sebanyak 40%. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa persentase negatif menunjukkan angka 9% yang dikarenakan pada sisi produk ditampakkan merek dari limbah produk yang akan dijadikan produk daur ulang yang membuat responden mempunyai penilaian kurang menarik, berbanding terbalik dengan respon positif yang menunjukkan diatas 90%, mereka merasa bahwa produk tidak bermasalah bila digunakan sehari-hari dan juga dikarenakan pada sisi produk diberi pelapis sehingga membuatnya tahan lama.
5. Berdasarkan indikator 5, nilai STS (Sangat Tidak Setuju) sebanyak 0%, TS (Tidak Setuju) sebanyak 9%, S (Setuju) sebanyak 53% dan SS (Sangat Setuju) sebanyak 37%. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa persentase negatif menunjukkan angka 9% yang dikarenakan produk kurang diminati karena desainnya yang monoton, berbanding terbalik dengan respon positif yang menunjukkan diatas 80% mereka merasa bahwa produk cukup bervariasi dan harus dikembangkan mengikuti tren pada jaman.

Berdasarkan 5 indikator diatas dapat disimpulkan bahwasannya:

- Kualitas dan desain yang baik harus mengikuti respon dan tren pasar jaman sekarang, agar produk daur ulang bisa diminati oleh semua kalangan.
- Kualitas dan desain yang positif dapat berpengaruh terhadap minat pembelian produk daur ulang, semakin besar respon positif terhadap kualitas dan desainnya semakin banyak minat pembelian produk daur ulang.

4.2.3 Variabel Harga

Harga merupakan salah satu dari penilaian dari konsumen terhadap suatu produk yang akan dibeli dan digunakan, apakah harga yang dikeluarkan oleh konsumen sesuai dengan harapannya atau tidak. Pengukuran kepuasan konsumen terhadap harga merupakan elemen penting dalam menyediakan suatu produk, berikut tabel tanggapan responden terhadap harga sebagai berikut.

Tabel 4.5 Persentase Responden Berdasarkan Variabel Harga

Indikator	Pernyataan	Respon (%)			
		STS	TS	S	SS
1	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitasnya	0	12,5	65,6	21,8
2	Biaya yang saya keluarkan untuk produk sesuai dengan manfaat yang saya dapatkan	0	6,2	68,7	25
3	Harga produk sangat terjangkau	0	21,8	62,5	15,6

Sumber : Data Olahan (2018)

Berdasarkan tabel 4.5 variabel terhadap harga pada data yang didapatkan terdapat 3 indikator dan dapat dianalisis bahwasannya:

1. Berdasarkan indikator 1, nilai STS (Sangat Tidak Setuju) sebanyak 0%, TS (Tidak Setuju) sebanyak 12%, S (Setuju) sebanyak 65% dan SS (Sangat Setuju) sebanyak 21%. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa persentase respon negatif menunjukkan angka 12% yang dikarenakan harga sangat tidak tepat untuk produk dengan kualitas dan bahan yang memakai limbah plastik bahkan harganya diatas lebih malah dengan produk sejenis yang bukan dari bahan daur ulang, berbanding terbalik dengan respon positif yang menunjukkan angka diatas 80%, mereka merasa bahwa harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang didapatkan.
2. Berdasarkan indikator 2, nilai STS (Sangat Tidak Setuju) sebanyak 0%, TS (Tidak Setuju) sebanyak 6%, S (Setuju) sebanyak 68% dan SS (Sangat Setuju) sebanyak 25%. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa persentase respon negatif menunjukkan angka sebanyak 6% yang dikarenakan responden merasa bahwa barang yang tidak dibuat dari produk daur ulang lebih bermanfaat dibandingkan dengan limbah plastik yang harus didaur ulang lagi untuk digunakan kembali. Berbanding terbalik dengan respon positif yang menunjukkan angka diatas 80% responden merasa bahwa biaya yang dikeluarkan sangat minim untuk barang yang mempunyai manfaat sama meskipun terbuat dari bahan limbah plastik.
3. Berdasarkan indikator 3, nilai STS (Sangat Tidak Setuju) sebanyak 0%, TS (Tidak Setuju) sebanyak 21%, S (Setuju) sebanyak 62% dan SS (Sangat

Setuju) sebanyak 15%. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa persentase respon negatif menunjukkan angka sebanyak 21% yang dikarenakan harga produk yang diberikan masih tergolong mahal dan harganya tidak tepat untuk sebuah produk daur ulang. Berbanding terbalik dengan respon positif yang menunjukkan angka diatas 70% bahwa produk yang diberikan sangat terjangkau dilihat dari kualitas dan manfaat yang didapatkan.

Berdasarkan 3 indikator diatas dapat disimpulkan bahwasannya:

- Harga ditentukan dari kualitas dan desainnya apakah menarik dan sesuai dengan yang diharapkan konsumen, sehingga dapat menentukan minat pembelian produk daur ulang.
- Semakin baik kualitas, semakin tinggi harga suatu produk dan minat pembeliannya semakin tinggi juga.

4.2.4 Variabel Keputusan Pembelian

Keputusan Pembelian merupakan salah satu dari penilaian responden dari konsumen terhadap suatu produk yang akan dia beli dan gunakan, apakah produk tersebut sesuai dengan harapan yang diinginkan konsumen atau tidak. Pengukuran kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian merupakan elemen penting dalam menyediakan suatu produk, berikut tabel tanggapan responden terhadap keputusan pembelian sebagai berikut.

Tabel 4.6 Persentase Responden Berdasarkan Variabel Keputusan Pembelian

Indikator	Pernyataan	Respon (%)			
		STS	TS	S	SS
1	Menggunakan produk Butik Daur Ulang Meningkatkan Kepercayaan diri saya	0	25	62,5	12,5
2	Menggunakan produk Butik Daur Ulang mengingatkan saya akan kepedulian lingkungan	0	0	37,5	62,5
3	Pelayanan yang diberikan sangat ramah pada saat transaksi pembelian	0	3,1	59,3	37,5
4	Tempat penjualan yang strategis dan mudah dijangkau	0	18,7	59,3	21,8
5	Akses untuk mendapatkan barang cepat dan mudah	0	9,3	75	15,6

Sumber : Data Olahan (2018)

Berdasarkan tabel 4.6 variabel terhadap keputusan pembelian pada data yang didapatkan terdapat 5 indikator dan dapat dianalisis bahwasannya:

1. Berdasarkan indikator 1, nilai STS (Sangat Tidak Setuju) sebanyak 0%, TS (Tidak Setuju) sebanyak 25%, S (Setuju) sebanyak 62% dan SS (Sangat Setuju) sebanyak 12%. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa persentase respon negatif menunjukkan angka sebanyak 25% yang dikarenakan produk terbuat dari bahan limbah plastik membuat kesan negatif. Berbanding terbalik dengan respon positif yang menunjukkan angka diatas 70% bahwa produk yang dikeluarkan oleh Butik Daur Ulang terlihat sangat unik sehingga mereka percaya diri untuk menggunakan produk daur ulang.
2. Berdasarkan indikator 2, nilai STS (Sangat Tidak Setuju) sebanyak 0%, TS (Tidak Setuju) sebanyak 0%, S (Setuju) sebanyak 37% dan SS (Sangat Setuju) sebanyak 62%. Dari hasil analisis bahwa semua persentase menunjukkan respon positif yang mencapai angka diatas 99% dikarenakan produk sangat ramah lingkungan dan mengingatkan pengguna maupun orang lain akan kepedulian lingkungan.
3. Berdasarkan indikator 3, nilai STS (Sangat Tidak Setuju) sebanyak 0%, TS (Tidak Setuju) sebanyak 3%, S (Setuju) sebanyak 59% dan SS (Sangat Setuju) sebanyak 37%. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa persentase respon negatif menunjukkan angka sebanyak 3% yang dikarenakan pelayanannya yang diberikan kurang memuaskan. Berbanding terbalik dengan persentase respon positif yang menunjukkan angka diatas 90% yang menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan oleh Butik Daur Ulang yang sangat memuaskan.
4. Berdasarkan indikator 4, nilai STS (Sangat Tidak Setuju) sebanyak 0%, TS (Tidak Setuju) sebanyak 18%, S (Setuju) sebanyak 59% dan SS (Sangat Setuju) sebanyak 22%. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa persentase respon negatif menunjukkan angka sebanyak 18% yang dikarenakan oleh tempat atau toko yang kurang strategis sehingga sulit dijangkau. Sedangkan untuk persentase respon positif menunjukkan angka diatas 80% dikarenakan tempatnya yang strategis sehingga mudah dijangkau oleh konsumen.

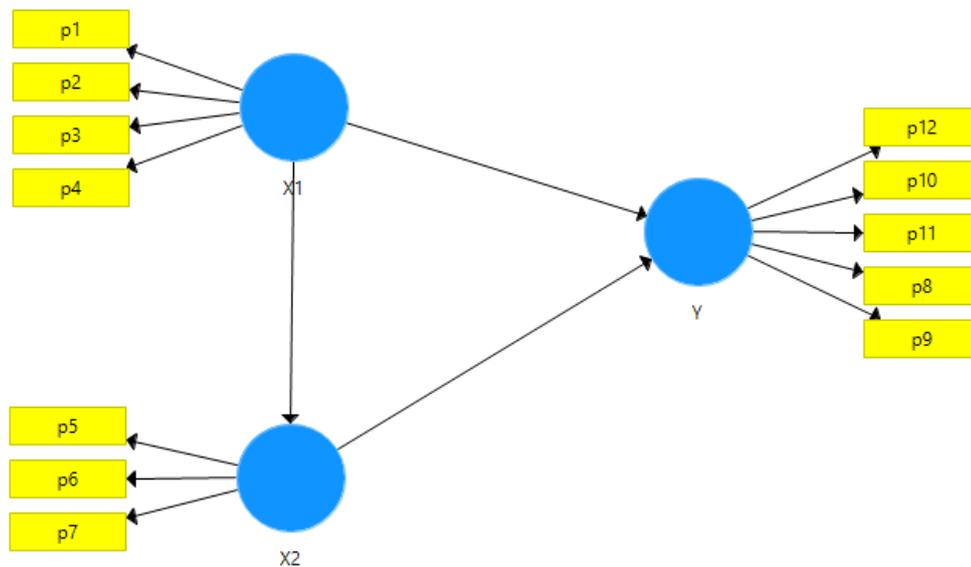
5. Berdasarkan indikator 5, nilai STS (Sangat Tidak Setuju) sebanyak 0%, TS (Tidak Setuju) sebanyak 9%, S (Setuju) sebanyak 75% dan SS (Sangat Setuju) sebanyak 16%. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa persentase respon negatif menunjukkan angka sebanyak 9% yang dikarenakan produk sebagian hanya dibuat sesuai pesanan. Sedangkan untuk persentase respon positif menunjukkan angka diatas 80% dikarenakan produk yang diinginkan konsumen ada setiap saat.

Berdasarkan 5 indikator diatas dapat disimpulkan bahwasanya:

- Keputusan pembelian tidak hanya ditentukan dari kualitas, desain dan harga, tetapi juga dari pelayanan yang diberikan. Karena pelayanan yang bagus dapat mempermudah informasi dan akses yang cepat mendapatkan barang sehingga konsumen merasa puas akan produk yang diberikan.

4.3. Analisis PLS (*Partial Least Square*)

PLS merupakan pendekatan alternatif yang bergeser dari pendekatan SEM berbasis *covariance* menjadi berbasis varian. SEM yang berbasis kovarian umumnya menguji kausalitas atau teori sedangkan PLS lebih bersifat *predictive* model. Dalam permodelan dengan tujuan prediksi memiliki konsekuensi bahwa pengujian dapat dilakukan tanpa dasar teori yang kuat, mengabaikan beberapa asumsi dan parameter ketepatan model prediksi dilihat dari nilai koefisien determinasi (Rozandy, 2013).



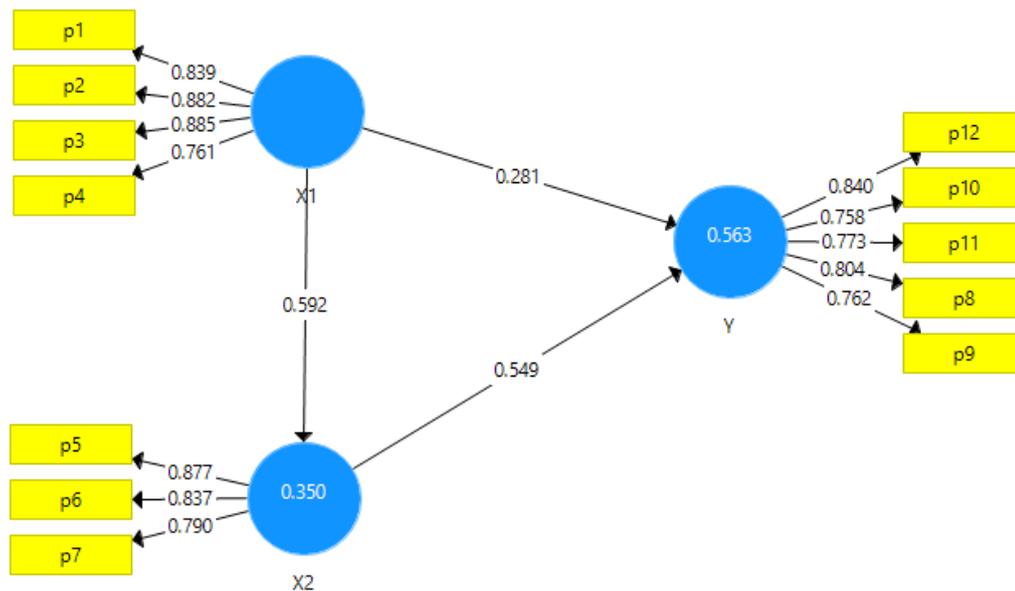
Keterangan:

X1	: Kualitas dan Desain	P7	: Harga yang terjangkau
P1	: Kekonsistenan produk	Y	: Keputusan Pembelian
P2	: Produk yang berkualitas	P8	: Produk meningkatkan kepercayaan diri
P3	: Produk yang tahan lama	P9	: Produk yang peduli dengan lingkungan
P4	: Desain yang unik dan inovatif	P10	: Kenyamanan bertransaksi
X2	: Harga	P11	: Kenyamanan fasilitas
P5	: Harga yang sesuai dengan kualitasnya	P12	: Kualitas yang sesuai harapan.
P6	: Biaya sesuai dengan manfaatnya		

Gambar 4.1 Model struktural Diagram Uji Keterkaitan Variabel (*inner model*)

4.3.1 Analisis Hasil Perhitungan algoritma

Dengan menggunakan PLS (*Partial Least Square*) penghitungan *algorithm* (*missing value: 0, sample size: 32 dan indikator: 12*) maka didapatkan *output* nilai sebagai berikut:



Gambar 4.2. Diagram Hasil Uji Keterkaitan Variabel Berdasarkan *Output Calculate Algoritme*

Tabel 4.7 Analisis PLS Algoritma Hasil Uji Keterkaitan Variabel

Final Results	Frekuensi	(X1)	(X2)	(Y)
Outer Model (Weights of loading)	p1	0,839		
	p2	0,882		
	p3	0,885		
	p4	0,761		
	p5		0,877	
	p6		0,837	
	p7		0,790	
	p8			0,804
	p9			0,762
	p10			0,758
	p11			0,773
	p12			0,840
Latent Variable Correlation	X1	1000		
	X2	0,592	1000	
	Y	0,606	0,715	1000
Path coefficients	X1		0,592	0,281
	X2			0,549
	Y			

Final Results	Frekuensi	(X1)	(X2)	(Y)
AVE Average Variance Extracted		0,711	0,698	0,621
<i>Composite Reliability</i>		0,908	0,874	0,891
<i>R Square</i>			0,350	0,563

Sumber: Data olahan

A. Outer Model (Weights of loading)

Evaluasi pengukuran *outer model Partial Least Square* (PLS) adalah untuk mengetahui validitas dan reliabilitas indikator-indikator yang mengukur variabel laten. Kriteria uji validitas pada sebuah penelitian mengacu pada besaran *outer loading* setiap indikator terhadap variabel latennya, berdasarkan tabel 4.7 berikut penjelasannya:

- a. P1 (kekonsistenan produk) memiliki hubungan sebesar 0,839 terhadap X1 (kualitas dan desain)
- b. P2 (Produk yang berkualitas) memiliki hubungan sebesar 0,882 dengan X1 (kualitas dan desain)
- c. P3 (Produk yang tahan lama) memiliki hubungan sebesar 0,885 dengan X1 (kualitas dan desain)
- d. P4 (Desain yang unik dan inovatif) memiliki hubungan sebesar 0,761 dengan X1 (kualitas dan barang)
- e. P5 (Harga yang sesuai dengan kualitasnya) memiliki hubungan sebesar 0,877 dengan X2 (harga)
- f. P6 (Biaya sesuai dengan manfaatnya) memiliki hubungan sebesar 0,837 dengan X2 (harga)
- g. P7 (Harga yang terjangkau) memiliki hubungan sebesar 0,790 dengan X2 (harga)
- h. P8 (Produk yang dapat meningkatkan kepercayaan diri) memiliki hubungan sebesar 0,804 dengan Y (keputusan pembelian)
- i. P9 (Produk yang mengingatkan akan kepedulian lingkungan) memiliki hubungan sebesar 0,762 dengan Y (keputusan pembelian)
- j. P10 (Kepuasan pelayanan pada saat transaksi pembelian) memiliki hubungan sebesar 0,758 dengan Y (keputusan pembelian)

- k. P11 (Kepuasan pelayanan saat melakukan diskusi dan keluhan konsumen) memiliki hubungan sebesar 0,773 dengan Y (keputusan pembelian)
- l. P12 (Kualitas yang sesuai dengan harga dan harapan) memiliki hubungan sebesar 0,840 dengan Y (keputusan pembelian).

Berdasarkan pada interpretasi tersebut, maka dapat dianalisis bahwasannya:

- Indikator Kualitas dan desain barang dengan indikator harga barang mampu mempengaruhi keadaan dan perkembangan kualitas dan desain barang dengan harga barang karena tingkat hubungannya rata-rata sampai 80%. Hal ini dikarenakan konsumen sangat menginginkan segi kualitas dan desain yang sangat baik dan bervariasi, serta konsumen tidak keberatan akan harga yang diberikan, karena sesuai dengan harapan yang didapatkan oleh konsumen.
- Sama halnya dengan variabel sebelumnya, dalam variabel keputusan pembelian jumlah nilai hubungan yang didapatkan sampai 80%. Hal tersebut bisa dikatakan bahwa pada dasarnya minat dan pembelian produk akan terus meningkat.
- Ketiga variabel struktur mendapatkan nilai yang sama yaitu rata-ratanya sampai 80%, maka dapat dikatakan bahwasannya indikator tersebut membuktikan bahwa konsumen sangat antusias akan produk yang diberikan oleh Butik Daur ulang, mulai dari desain yang inovatif dan bervariasi serta harganya yang masih tergolong murah dan pelayanannya yang ramah juga menambah minat konsumen untuk kembali ke toko.

B. Latent Variable Correlation

Berdasarkan pada interpretasi tabel 4.7 maka dapat dianalisis bahwasannya, variabel kualitas dan desain (X1) mendapatkan nilai sebesar 0,69 dengan variabel harga (X2), selanjutnya untuk variabel kualitas dan desain (X1) mendapatkan nilai sebesar 0,60 dengan variabel keputusan pembelian (Y), dan variabel harga (X2) memiliki hubungan sebesar 0,71 dengan variabel keputusan pembelian (Y).

Semua variabel laten dalam penelitian ini memiliki hubungan lebih dari 50%, dengan ini dapat disimpulkan bahwa variabel laten dalam penelitian ini

memiliki hubungan yang cukup besar, hubungan tersebut sesuai dengan model analisis dalam penelitian ini yang sudah digambarkan dalam penelitian ini.

Analisis yang dapat dimunculkan adalah semua variabel mampu bergerak aktif jika terdapat variabel lain, menurut yang dalam penelitian ini variabel yang telah digunakan. Oleh sebab itu, semua variabel diharapkan mampu memaksimalkan kerjanya, sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan minat untuk membeli produk yang dapat dilihat pada nominal Keputusan Pembelian.

C. Path coefficients

Path coefficients (PC) atau analisis jalur adalah keterkaitan antara variabel yang menunjukkan pengaruhnya terhadap setiap variabel, berdasarkan tabel 4.7 berikut penjelasannya:

- a. Kualitas dan Desain (X1) memiliki pengaruh terhadap perkembangan Harga (X2) sebesar 0,592.
- b. Kualitas dan Desain (X1) memiliki pengaruh terhadap perkembangan Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,281.
- c. Harga (X2) memiliki pengaruh terhadap perkembangan Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,549.

D. AVE Average Variance Extracted

Discriminant validity adalah membandingkan nilai *square root of average variance extracted* (AVE) setiap variabel dengan keterkaitan antar variabel lainnya dalam model, jika *square root of average extracted* (AVE) model lebih besar dari korelasi (hubungan) dengan seluruh variabel lainnya maka dikatakan memiliki *discriminant validity* yang baik. Direkomendasikan nilai pengukuran harus lebih besar dari 0,50, sedangkan jika nilai AVE dibawah 0,50 menunjukkan bahwa indikator memiliki rata-rata tingkat eror yang lebih tinggi (Rozandy, 2013).

Berdasarkan tabel 4.7 variabel kualitas dan desain (X1) mendapatkan nilai sebesar 0,71 untuk variabel harga mendapatkan nilai sebesar 0,698 dan variabel keputusan pembelian mendapatkan nilai sebesar 0,621 sehingga dapat dikatakan bahwa tingkat error pada setiap indikatornya menunjukkan nilai rendah.

E. Composite Reliability

Output yang menunjukkan akurasi, konsistensi dari ketepatan alat ukur *Composite reliability* merupakan uji reliabilitas dalam PLS yang dimana menunjukkan akurasi, konsistensi dari ketepatan suatu alat ukur dalam melakukan pengukuran. *Composite reliability* adalah untuk mengukur keterkaitan indikator dalam variabel. *Composite reliability* memiliki reliabilitas komposit yang baik jika memiliki nilai $\geq 0,7$ (Rozandy, 2013). Walaupun bukan merupakan standar *absolute*. *Output* menunjukkan akurasi, konsistensi dari ketetapan alat ukur *Composite reliability* merupakan uji reliabilitas dalam PLS yang dimana menunjukkan akurasi, konsistensi dari ketetapan suatu alat ukur dalam melakukan pengukuran.

Berdasarkan tabel 4.7 dapat dijelaskan bahwa variabel kualitas dan desain menunjukkan nilai sebesar 0,908 untuk variabel harga (X2) menunjukkan nilai sebesar 0,874 dan variabel keputusan pembelian menunjukkan nilai sebesar 0,891 sehingga dapat dikatakan bahwa indikator menunjukkan akurasi, konsistensi yang tepat terhadap variabel.

F. R Square

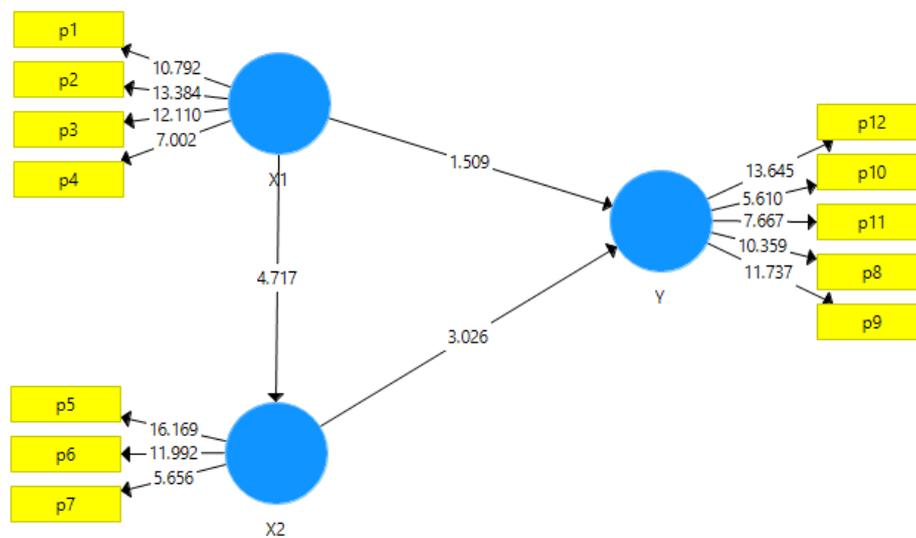
Goodnes of fit model diukur menggunakan *R-square variable* laten dependen dengan interpretasi yang sama dengan regresi. *Q-square predictive relevance* untuk model structural, mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi paramaternya. Nilai *Q-square* > 0 menunjukkan model memiliki *predictive relevance* sebaliknya jika nilai *Q-square* < 0 menunjukkan model kurang memiliki *predictive relevance* (Rozandy, 2013).

Berdasarkan data tabel 4.7 dapat dijelaskan bahwa:

- a. Nilai 0,350 untuk variable X2 (Harga), dapat diartikan dengan X1 (kualitas dan desain) mempengaruhi X2 (harga) sebesar 35%.
- b. Nilai 0,563 untuk Y (Keputusan Pembelian) dipengaruhi oleh X1 (Kualitas dan Desain) dan X2 (Harga) yang mempengaruhi Y (Keputusan Pembelian) sebesar 56%.

4.3.2. Pengujian Hipotesis

Dengan menggunakan PLS (*Partial Least Square*) perhitungan *bootstrapping* untuk uji hipotesis. *Bootstrapping* digunakan untuk menguji hipotesis Pengujian dengan *bootstrap* juga bertujuan untuk meminimalkan masalah ketidak normalan data penelitian (Rozandy, 2013). Maka didapatkan *output* nilai sebagai berikut:



Gambar 4.3 Diagram uji Hipotesis Berdasarkan nilai Bootstrapping

A. *T-Statistic*

Evaluasi pengukuran *T-Statistic* adalah untuk mengetahui validitas dan reliabilitas indikator-indikator yang mengukur variabel laten. Kriteria uji validitas pada sebuah penelitian mengacu pada besaran *T-Statistic* setiap indikator terhadap variabel latennya.

Tabel 4.8 Hasil uji indikator terhadap variabel berdasarkan *Outer Model T-Statistic*

Frekuensi	X1	X2	Y
p1	10,792		
p2	13,384		
p3	12,110		
p4	7,002		
p5		16,169	
p6		11,992	
p7		5,656	

Frekuensi	X1	X2	Y
p8			10,359
p9			11,737
p10			5,61
p11			7,667
p12			13,645

Sumber: Data olahan (2018)

Berdasarkan data tabel 4.8 dapat dijelaskan bahwa:

- a. P1 (kekonsistenan produk) memiliki hubungan sebesar 10,792 terhadap X1 (kualitas dan desain)
- b. P2 (Produk yang berkualitas) memiliki hubungan sebesar 13,384 dengan X1 (kualitas dan desain)
- c. P3 (Produk yang tahan lama) memiliki hubungan sebesar 12,110 dengan X1 (kualitas dan desain)
- d. P4 (Desain yang unik dan inovatif) memiliki hubungan sebesar 7,002 dengan X1 (kualitas dan barang)
- e. P5 (Harga yang sesuai dengan kualitasnya) memiliki hubungan sebesar 16,169 dengan X2 (harga)
- f. P6 (Biaya sesuai dengan manfaatnya) memiliki hubungan sebesar 11,992 dengan X2 (harga)
- g. P7 (Harga yang terjangkau) memiliki hubungan sebesar 5,656 dengan X2 (harga)
- h. P8 (Produk yang dapat meningkatkan kepercayaan diri) memiliki hubungan sebesar 10,359 dengan Y (keputusan pembelian)
- i. P9 (Produk yang mengingatkan akan kepedulian lingkungan) memiliki hubungan sebesar 11,737 dengan Y (keputusan pembelian)
- j. P10 (Kepuasan pelayanan pada saat transaksi pembelian) memiliki hubungan sebesar 5,61 dengan Y (keputusan pembelian)
- k. P11 (Kepuasan pelayanan saat melakukan diskusi dan keluhan konsumen) memiliki hubungan sebesar 7,667 dengan Y (keputusan pembelian)
- l. P12 (Kualitas yang sesuai dengan harga dan harapan) memiliki hubungan sebesar 13,645 dengan Y (keputusan pembelian).

B. Total Effects

Total Effects adalah tabel yang menjelaskan hasil dari analisis keterkaitan variabel untuk menjawab hipotesis. Dalam total effects ukuran signifikansi keterdukungan hipotesis dapat digunakan nilai *T-table* dan *T-statistic*. Jika *T-statistic* lebih tinggi dibandingkan nilai *T-table*, berarti hipotesis terdukung atau diterima. Dalam penelitian ini untuk tingkat keyakinan 95 persen (*alpha* 95 persen) maka nilai *T-table* untuk hipotesis satu ekor (*one-tailed*) adalah >1,68023 (Rozandy, 2013).

Tabel 4.9 Hasil Uji keterkaitan Variabel berdasarkan *Total Effects (Mean, STDEV, T-Values)*

	<i>Original sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>Standard Error (STERR)</i>	<i>T statistics (O/STERR)</i>
X1 -> X2	0,592	0,618	0,125	0,125	4,717
X1 -> Y	0,606	0,634	0,104	0,104	5,831
X2 -> Y	0,549	0,538	0,181	0,181	3,026

Sumber: Data olahan (2018)

Berdasarkan tabel 4.9 diatas dapat dijelaskan bahwa:

- Hubungan antara X1(Kualitas dan Desain) dengan X2 (Harga) adalah signifikan dengan T-statistik sebesar 4,71 (>1,96) dan nilai *original sample estimate* adalah positif yaitu 0,59 maka arah hubungan antara X1 (Kualitas dan Desain) dengan Y(Harga) adalah positif.
- Hubungan antara X1 (Kualitas dan Desain) dengan Y (Keputusan Pembelian) adalah signifikan dengan T-statistik sebesar 5,83 (>1,96) dan nilai *original sample estimate* adalah positif yaitu 0,60 maka arah hubungan antara X1 (Kualitas dan Desain) dengan Y (Keputusan Pembelian) adalah positif.
- Hubungan antara X2 (Harga) dengan Y (Keputusan Pembelian) adalah significant dengan T-statistik sebesar 3,02 (>1,96) dan nilai *original sample estimate* adalah positif yaitu 0,54 maka arah hubungan antara X2 (Harga) dengan Y (Keputusan Pembelian) adalah positif.

Dan dari hasil tabel 4.9 pengujian hasil hipotesis sebagai berikut:

Pengujian hipotesis dilakukan dengan cara uji t yaitu untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Dari hasil penelitian Rozandy (2013), jika *T-statistic* lebih tinggi dibandingkan nilai *T-table*, berarti hipotesis terdukung atau diterima. Dalam penelitian ini untuk tingkat keyakinan 95 persen (*alpha* 95 persen) maka nilai *T-table* untuk hipotesis satu ekor (*one-tailed*) adalah >1,68023. Hasil dari pengujian t dari masing-masing variabel independen dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.10 Hasil Uji Hipotesis

Variabel	T Statistic	T tabel	Kesimpulan	Keterangan
Kualitas dan Desain terhadap Harga	4,71	1,96	Signifikan	Diterima
Kualitas dan Desain Terhadap Kepuasan Pembelian	5,83	1,96	Signifikan	Diterima
Harga terhadap Keputusan Pembelian	3,02	1,96	Signifikan	Diterima

Sumber: Data olahan

Berdasarkan tabel 4.10 variabel kualitas dan desain mempunyai pengaruh terhadap harga dan keputusan pembelian produk daur ulang. Pada masyarakat diperoleh hasil bahwa variabel harga produk daur ulang mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Dan diperoleh hasil bahwa variabel kualitas dan desain mempengaruhi keputusan pembelian produk daur ulang secara signifikan, sedangkan perbandingan dari penelitian Martini (2013) menyebutkan bahwa pada masyarakat diperoleh hasil kualitas dan desain mempunyai pengaruh negatif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dalam penelitiannya.