

ANALISIS FAKTOR KEPUTUSAN KONSUMEN PRODUK DAUR ULANG

Sapto Saputro Wibisono, Hijrah Purnama Putra

Program Studi Teknik Lingkungan Universitas Islam Indonesia

Jl. Kaliurang Km 13,5 Yogyakarta 55581

Email : saptosaputro.w@gmail.com

ABSTRAK

Recycling (mendaur ulang) adalah pemanfaatan bahan buangan untuk diproses kembali menjadi barang yang sama atau menjadi bentuk lain. Mendaur ulang diartikan mengubah sampah menjadi produk baru, khususnya untuk barang-barang yang tidak dapat digunakan dalam waktu yang cukup lama. Industri produk daur ulang saat ini sudah ada namun masih kurang diminati oleh masyarakat luas. Salah satu untuk meningkatkan skala bisnis adalah dengan meningkatkan dan menerapkan dari beberapa faktor seperti kualitas dan desain serta harga yang dapat menentukan keputusan pembelian produk daur ulang. Oleh karena itu diadakannya penelitian tentang analisis respon konsumen produk daur ulang terhadap faktor-faktor keputusan pembelian produk daur ulang. Pengambilan sampel secara online, yang menargetkan kepada konsumen Butik Daur Ulang Project B Indonesia yang berada di Yogyakarta. Analisis yang dilakukan secara deskriptif dan menggunakan metode *Partial Least Square* (PLS) adalah untuk mendapatkan keterkaitan antar variabel. Berdasarkan hasil dari penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa faktor kualitas dan desain produk serta harga sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk daur ulang. Selanjutnya, berdasarkan tabel uji T, keterkaitan antar variabel kualitas dan desain terhadap harga mendapatkan hasil signifikan dengan nilai sebesar 4,71, variabel kualitas dan desain terhadap keputusan pembelian mendapatkan hasil signifikan dengan nilai 5,83, dan variabel harga terhadap keputusan pembelian mendapatkan hasil signifikan dengan nilai 3,02.

Kata Kunci : Analisis Keputusan Pembelian, Partial Least Square, Produk Daur Ulang

ABSTRACT

Recycling is the utilization of waste material to be reprocessed into the same goods or into other forms. Recycling means converting waste into new products, especially for items that can't be used for a long time. The industry of recycled products is now available but still less desirable by the wider community. One to improve the business scale is by upgrading and applying from several factors such as quality and design as well as price that can determine the purchasing decision of recycled products. Therefore, research on the analysis of consumer responses to recycled products as well as decision factors for the purchase of recycled products. Online sampling with target consumers of Project B Recycling Boutique Indonesia located in Yogyakarta. Analysis done descriptively and using method of Partial Least Square (PLS) is to get linkage between variables. Based on the results of this study can be concluded that the quality factor, product design and price are very influential on the purchase decision of recycled products. Furthermore, based on the T test table, the interrelationship between quality and design variables on the price get significant results with a value of 4,71, quality and design variables to purchase decision get significant result with value 5,83, and the price variables to purchase decision get significant result with a value of 3.02.

Keywords : Partial Least Square, Purchase Decision Analysis, Recycled Products

I. Pendahuluan

Menurut Sofiana (2010) plastik secara bertahap sudah mulai menggantikan bahan material lain seperti kayu, besi, kertas, kain, kulit dll. Penggunaan plastik dan barang-barang berbahan dasar plastik semakin meningkat seiring berkembangnya teknologi, industri dan juga jumlah populasi penduduk. Setiap hari penduduk Indonesia menghasilkan 0,8 kg sampah per orang atau secara total sebanyak 189 ribu ton sampah/hari. Dari jumlah tersebut 15% berupa sampah plastik atau sejumlah 28,4 ribu ton sampah plastik/hari (Surono dan Ismanto, 2016).

Yogyakarta saat ini sedang menggunakan konsep *recycle* yaitu mendaur ulang sampah menjadi suatu produk baru. Dari hasil daur ulang sampah tersebut produk yang dihasilkan yaitu berupa kerajinan tangan seperti mainan, tas dan asesoris lainnya. Badan Lingkungan Hidup (BLH, 2016) mencatat sudah terdapat 405 unit bank sampah yang tersebar di wilayah Yogyakarta. Bank sampah tersebut dikelola dengan cara pengelolaan sampah berbasis masyarakat dengan pengertian dikerjakan secara berkelompok mencakup wilayahnya tersendiri.

Akan tetapi dalam bidang pemasaran, produk daur ulang tersebut kurang dikenal oleh masyarakat umum dikarenakan kurang dan terbatasnya informasi pasar pada produk daur ulang

tersebut. Maka dari itu respon tanggapan konsumen sangat penting dalam keberhasilan terhadap produk daur ulang sampah itu sendiri apakah diminati atau tidak.

Berdasarkan produk daur ulang sampah yang belum diketahui oleh masyarakat secara umum, penelitian menetapkan ruang lingkup mulai dari konsumen produk daur ulang dikarenakan ingin mengetahui respon konsumen terhadap produk daur ulang yang mereka pernah beli. Oleh karena itu, peneliti merumuskan judul penelitian yaitu Analisis Faktor Keputusan Konsumen Produk Daur Ulang. penelitian ini bertujuan menganalisis faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli produk daur ulang, dan menganalisis keterkaitan antar faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli produk daur ulang.

Produk Daur Ulang

Recycling (mendaur ulang) adalah pemanfaatan bahan buangan untuk di proses kembali menjadi barang yang sama atau menjadi bentuk lain (Suryono dan Budiman, 2010). Mendaur ulang diartikan mengubah sampah menjadi produk baru, khususnya untuk barang-barang yang tidak dapat digunakan dalam waktu yang cukup lama. Menurut Purwendro dan Nurhidayat (2007), *recycling* adalah pemanfaatan kembali sampah-sampah yang masih dapat diolah.

Material yang dapat didaur ulang diantaranya:

1. Botol bekas wadah kecap, saos, sirup, krim kopi baik yang putih bening maupun yang berwarna terutama gelas atau kaca yang tebal.
2. Kertas, terutama kertas bekas kantor, koran, majalah dan kardus.
3. Logam bekas wadah minuman ringan, bekas kemasan kue, rangka meja dan besi rangka beton.
4. Plastik bekas wadah sampo, air mineral, jerigen dan ember.

II. Metode Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian yang bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel. Sifat penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian ini menggunakan kuisisioner *online* yang dibagi menjadi 4 variabel, yaitu variabel informasi responden, variabel kualitas dan desain, variabel harga dan variabel keputusan pembelian.

A. Sampel

Penelitian ini dilakukan dengan menentukan jumlah sampel dengan menggunakan kuota sampling, yaitu dengan menentukan responden atau sampel yang diambil berdasarkan jumlah konsumen yang pernah membeli produk daur ulang. Lokasi yang digunakan untuk penelitian ini adalah Project B Butik Daur Ulang Indonesia Yogyakarta.

B. Metode Analisis Data

Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan analisis dengan menggunakan pendekatan *partial least square* menggunakan aplikasi SmartPLS 3.0. Analisis deskriptif bertujuan untuk mengubah data mentah menjadi bentuk yang mudah dipahami dan lebih ringkas. Analisis deskriptif dalam penelitian ini dilakukan untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli produk daur ulang berdasarkan informasi responden, kualitas dan desain, harga dan keputusan pembelian. Analisis *partial least square* bertujuan untuk menganalisis keterkaitan antar faktor berdasarkan uji hipotesis 1. Kualitas dan desain berpengaruh terhadap harga, 2. Kualitas dan desain berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan 3. Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

III. Hasil dan Pembahasan

Kuisisioner disebarluaskan kepada konsumen Butik Daur Ulang dengan cara online 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 disebarluaskan secara *online* kepada konsumen Project B Butik Daur Ulang terkumpul sebanyak 52 kuisisioner. Dari 52 kuisisioner tersebut hanya 32 yang dapat dianalisis sedangkan 20 lagi dikeluarkan karena tidak terisi lengkap.

A. Deskriptif Analisis

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli produk daur ulang.

Tabel 1 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

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

Sumber : Data Olahan (2018)

Dari tabel 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.

Tabel 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 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 / mahasiswa sebanyak 25% dan dari responden yang

bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 22%. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa konsumen Butik Daur Ulang didominasi oleh Pegawai Swasta yaitu sebanyak 34% terhadap 5 indikator berdasarkan jenis pekerjaan.

Tabel 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 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 Butik Daur Ulang kebanyakan dari pendapatan perbulannya diantara Rp 1.500.000 sampai Rp 2.500.000 yaitu sebanyak 44% terhadap 3 indikator berdasarkan pendapatan perbulan.

Tabel 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)

Dari tabel 4 diatas dapat dilihat bahwa 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%. 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%. 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%. Berdasarkan indikator 4, nilai STS (Sangat Tidak Setuju)

sebanyak 3%, TS (Tidak Setuju) sebanyak 12%, S (Setuju) 50%, ST (Sangat Setuju) sebanyak 40%. 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%. Dapat disimpulkan bahwa Kualitas dan desain yang baik harus mengikuti respon dan tren pasar jaman sekarang, agar produk daur ulang bisa diminati oleh semua kalangan dan 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.

Tabel 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)

Dari tabel 5 diatas dapat dilihat bahwa 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%. 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%. 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%. Dapat disimpulkan bahwa Harga ditentukan dari kualitas dan desainnya apakah menarik dan sesuai dengan yang diharapkan konsumen, sehingga dapat menentukan minat pembelian produk daur ulang dan Semakin baik kualitas, semakin tinggi harga suatu produk dan minat pembeliannya akan semakin tinggi .

Tabel 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	0	18,7	59,3	21,8

Indikator	Pernyataan	Respon (%)			
		STS	TS	S	SS
5	yang strategis dan mudah dijangkau Akses untuk mendapatkan barang cepat dan mudah	0	9,3	75	15,6

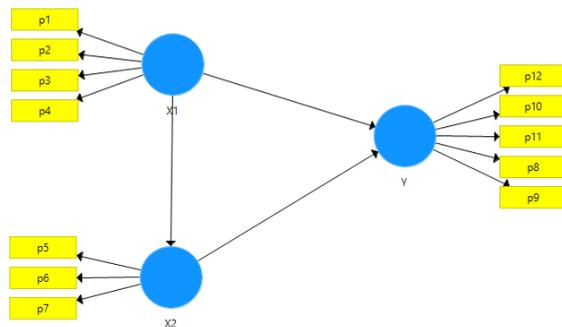
Sumber : Data Olahan (2018)

Dari tabel 6 diatas dapat dilihat bahwa 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%. 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%. 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%. 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%. 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%. Dapat disimpulkan bahwa 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.

B. Partial Least Square Analisis

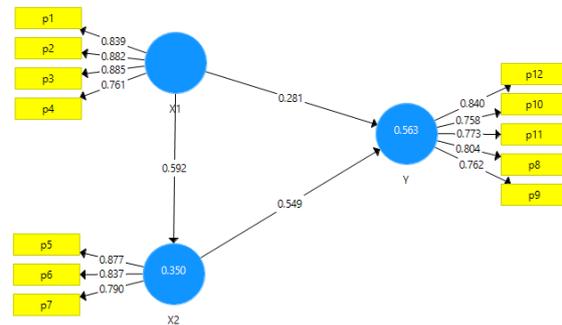
PLS merupakan pendekatan alternatif yang bergeser dari pendekatan SEM berbasis *covariance* menjadi berbasis varian. SEM yang berbasis kovarian umumnya menguji kausalitas atau teori sedangkan PLS lebih bersifat *predictive* model. Dalam permodelan dengan tujuan prediksi memiliki konsekuensi bahwa pengujian 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
- P1 : Kekonsistenan produk
- P2 : Produk yang berkualitas
- P3 : Produk yang tahan lama
- P4 : Desain yang unik dan inovatif
- X2 : Harga
- P5 : Harga yang sesuai dengan kualitasnya
- P6 : Biaya sesuai dengan manfaatnya
- P7 : Harga yang terjangkau
- Y : Keputusan Pembelian
- P8 : Produk meningkatkan kepercayaan diri
- P9 : Produk yang peduli dengan lingkungan
- P10 : Kenyamanan bertransaksi
- P11 : Kenyamanan fasilitas
- P12 : Kualitas yang sesuai harapan

Gambar 1 Model struktural Diagram Uji Keterkaitan Variabel (*inner model*)



Gambar 2 Diagram Hasil Uji Keterkaitan Variabel Berdasarkan *Output Calculate Algorithm*

Tabel 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			
AVE Average Variance Extracted		0,711	0,698	0,621
Composite Reliability		0,908	0,874	0,891
R Square			0,350	0,563

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).

Latent Variable Correlation

Berdasarkan pada interpretasi tabel 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

Path coefficients

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

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 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.

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 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.

R Square

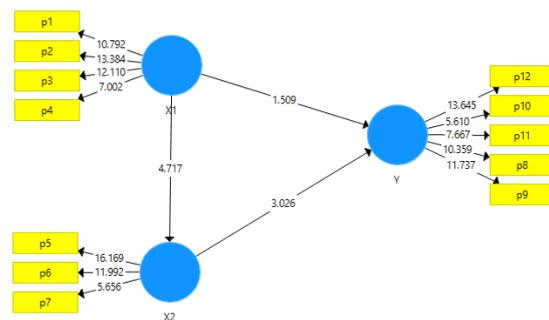
Goodnes of fit model diukur menggunakan *R-square variable* laten dependen dengan interpretasi yang sama dengan regresi. *Q-square predictive relevance* untuk model structural, mengukur seberapa baik nilai observasi dihasilkan oleh model dan juga estimasi paramaternya. Nilai *Q-square* > 0 menunjukkan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

Berdasarkan data tabel 7 dapat dijelaskan bahwa:

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

Pengujian hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial variabel eksogen (X) terhadap variabel endogen (Y) dengan melihat nilai t-values pada masing-masing path. Nilai t-hitung diperoleh dari hasil *bootstraping* dengan *software* Smart-PLS. Pengujian dengan *bootstrap* juga bertujuan untuk meminimalkan masalah ketidak normalan data penelitian (Ghozali, 2006). Nilai koefisien inner weight dari model struktural dikatakan signifikan dengan syarat nilai t-hitung > dari t-tabel yakni sebesar 1,96 (1,96 adalah nilai t-tabel dalam tingkat keyakinan 95%) (Jogiyanto dan Willy,2009). Hasil pengujian hipotesis dapat dilihat pada Tabel 9.



Gambar 3 Diagram uji Hipotesis Berdasarkan nilai Bootstrapping

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

Sumber: Data olahan (2018)

Berdasarkan data tabel 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).

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 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 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

Kesimpulan

1. Berdasarkan hasil analisis mengenai “Analisis Faktor Keputusan Konsumen Produk Daur Ulang” maka dapat Faktor kualitas dan desain berpengaruh terhadap faktor harga produk dan juga mempengaruhi keputusan konsumen terhadap faktor keputusan pembelian produk daur ulang dapat dilihat dari variabel kualitas dan desain menunjukkan persentase diatas 80%, kemudian dari variabel harga menunjukkan persentase diatas 70% dan variabel keputusan pembelian diatas 75%.
2. Semakin bagus kualitas dan desain semakin tepat harga yang ditetapkan dilihat dari hasil uji T yaitu mendapatkan nilai 4,71 yang berarti menunjukkan angka signifikan. Begitu pula dengan semakin bagus faktor kualitas dan desain maka keputusan untuk membeli produk akan semakin banyak, dilihat dari hasil uji T yaitu mendapatkan nilai 5,83 yang berarti menunjukkan angka signifikan. Begitu pula dengan harga yang tepat maka akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dilihat dari hasil uji T yaitu mendapatkan nilai 3,02 yang berarti menunjukkan angka signifikan.

Saran

1. Perlunya uji validitas untuk mengukur sah, atau valid tidaknya kuisioner sebelum memulai analisis.
2. Untuk memperdalam kajian analisis sebaiknya digunakan dengan *program analysis moment of structural* (AMOS).

Daftar Pustaka

- Yunida, S. 2010. **Pemanfaatan Limbah Plastik Sebagai Alternatif Bahan (*Upholstery*) Pada Produk Interior. INASEA; Vol 11, No 2 ;hal 96-102.**
- Ghozali, I. 2006. **Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square.** Edisi 1. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Badan Lingkungan Hidup Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta. **Pengelolaan Sampah Daerah Istimewa Yogyakarta.** 2016.
- Jogiyanto, H.M dan Willy, A. 2009. **Konsep dan Aplikasi PLS (Partial Least Square) Untuk Penelitian Empiris.** BPFE Fakultas Ekonomika dan Bisnis UGM. Yogyakarta
- Ghozali, I. 2006. **Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square.** Edisi 1. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Rozandy. 2013. **Analisis Variabel-Variabel yang Mempengaruhi Tingkat Adopsi Teknologi Dengan Metode *Partial Least Square*: Studi Kasus Pada Sentra Industri Tahu Desa Sendang Kecamatan Banyakan Kediri.** Jurnal Industria; Vol 1, No 3; hal 147-158.
- Tina Martini. 2016. **Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor merek Honda jenis Skutermatic.** Jurnal Penelitian, Vol. 10, No. 1: hal 113-132.
- Yunida Sofiana. 2010. **Pemanfaatan Limbah Plastik Sebagai Alternatif Bahan (*Upholstery*) Pada Produk Interior. INASEA; Vol 11, No 2 ;hal 96-102.**
- Surono dan Budiman. 2010. **Sistem 3R.** Institut Teknologi Bandung.
- Purwendro, D. dan Nurhidayat, T. 2007. **Pembuatan Pupuk Cair.** PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

