

## BAB IV

### ANALISIS DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Gambaran Umum Perusahaan

UD.Herijaya merupakan usaha dagang yang bergerak dibidang distribusi beras yang berasal dari samarinda yang menjual beraneka-ragam beras dari sulawesi. Usaha dagang ini berdiri sejak tahun 2006 yang awal berdirinya usaha ini sampai sekarang mengalami perkembangan yang cukup pesat dan konsisten. dari toko kayu dan sekarang berkembang menjadi ruko yang dapat menampung ribuan sak beras lebih banyak dari tempat sebelumnya.

Ribuan sak beras yang masuk setiap minggunya dan bisa terjual habis diakhir minggu menggambarkan tingginya minat pembeli terhadap produk beras UD.Herijaya. Produk yang disediakan juga beraneka-ragam jenis, kualitas, dan harga yang pada akhirnya berdampak pada semakin banyaknya pilihan terhadap produk yang ditawarkan. Harga yang cukup terjangkau yang ditawarkan menjadikan alternatif bagi pembeli dalam memutuskan untuk membeli suatu produk. UD.Herijaya memiliki puluhan pelanggan tetap seperti pedagang kecil sampai perusahaan besar kelapa sawit (PT.Rea Kaltim Platantions) yang memesan produk beras ribuan sak tiap bulannya.

Usaha dagang ini terletak dijalan ulin No 15, kelurahan Karang Anyar dan kecamatan Sungai Kunjang, Kota Samarinda, Kalimantan Timur. Bpk H. Muhammad Nasir merupakan pemilik usaha dagang tersebut. Beliau adalah seorang perantauan dari Pare-pare, Sulawesi Selatan yang pada awal mulanya datang merantau ke samarinda mencoba merintis berdagang dengan berjualan sembako di akhir tahun 90an hingga tahun 2005 dan pada tahun 2006 beliau fokus pada penjualan beras sampai saat ini. Jenjang pendidikan terakhir beliau yang hanya sampai sekolah menengah akhir (SMA) tidak membatasi kesuksesan seseorang dalam berusaha. Dari kerja kerasnya usaha dagang miliknya menjadikan beliau salah satu distributor beras yang bisa di bilang sukses di Samarinda melihat banyaknya costumer tetapnya hingga perusahaan besar yang percaya terhadap produknya dari tahun ketahun.

## 4.2 Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh diversifikasi produk, lokasi terhadap keputusan pembelian pada studi kasus usaha dagang UD.Herijaya dan penelitian ini dilakukan dengan memberikan kuisisioner kepada pelanggan UD.Herijaya untuk mendapatkan data yang valid mengenai karakteristik seberapa besar keputusan pelanggan ingin membeli produk dari UD.Herijaya. Pembahasan analisis dari hasil penelitian dimulai dari menjelaskan deskripsi perusahaan dagang UD.Herijaya dan dari pengambilan data di dapat dari responden dari pelanggan UD.Herijaya. Selanjutnya mengenai hasil pengujian data yaitu analisis statistik deskriptif variabel penelitian, analisis uji kualitas data yang meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas, kemudian analisis linear berganda dan yang terakhir uji hipotesis yang meliputi uji F, uji t, dan koefisien determinasi.

Data penelitian ini diperoleh dari data primer berupa kuesioner yang disebar secara langsung kepada responden dimana teknik pengambilan sampling dilakukan dengan menggunakan non-random sampling dengan teknik *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang ditentukan oleh peneliti dengan adanya karakteristik tertentu dalam pengambilan sampel. Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan tetap yang sering membeli produk dari UD.Herijaya. Dari 40 kuesioner yang disebar oleh peneliti, sebanyak 40 kuesioner pula yang terisi oleh responden. Setelah data terkumpul maka data diolah dan selanjutnya dianalisis dengan menggunakan bantuan program statistik komputer SPSS versi 21.

## 4.3 Deskriptif Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap 40 responden, maka dapat diketahui mengenai karakteristik responden dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

### 1. Umur

Analisis terhadap umur, dimaksudkan untuk mengetahui komposisi umur responden. Umur seseorang dapat menentukan pengalaman dalam melakukan keputusan. Data diklasifikasikan sebagai berikut :

**Tabel 4. 1****Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur**

<b>Umur</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase</b>
<25 Tahun	1	2,5%
26-35 Tahun	15	37,5%
36-45 Tahun	15	37,5%
>45 Tahun	9	22,5%
Total	40	100%

*Sumber: Data Primer yang diolah, 2018*

Berdasarkan tabel diatas dari 40 responden, bahwa responden yang berusia <25 tahun hanya 1 responden atau sebesar 2,5% , responden yang berusia 26-35 tahun sebanyak 15 responden atau sebesar 37,5% , responden yang berusia 36-45 tahun sebanyak 15 responden atau sebesar 37,5% , dan responden >45 tahun sebanyak 9 responden atau sebesar 22,5%. Dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini kisaran 26-35 tahun dan 36-45 tahun memiliki jumlah yang sama banyak.

## 2. Jenis Kelamin

Kelompok jenis kelamin dalam penelitian ini dapat dikelompokkan dalam 2 kelompok yaitu kelompok Pria dan Wanita. Data diklasifikasikan sebagai berikut:

**Tabel 4. 2****Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase</b>
Pria	29	72,5%
Wanita	11	27,5%
Total	40	100%

*Sumber: Data Primer yang diolah, 2018*

Berdasarkan tabel diatas, diketahui dari 40 responden bahwa pelanggan yang menjadi responden sebagian besar berjenis kelamin pria yaitu sebanyak 29 responden atau sebesar 72,5% dan sisanya responden wanita yang berjumlah 11 responden atau sebesar 27,5.

### 3. Pekerjaan

Analisis terhadap pekerjaan, dimaksudkan untuk mengetahui komposisi pekerjaan responden. Data diklasifikasikan sebagai berikut:

**Tabel 4.3**  
**Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
Pegawai Negeri	4	10%
Pegawai Swasta	12	30%
Wiraswasta	24	60%
Total	40	100%

*Sumber: Data Primer yang diolah, 2018*

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 40 resonden, mayoritas membeli produk UD.Heriaya sebagian besar berprofesi sebagai wiraswasta yaitu sebanyak 24 responden atau sebesar 60%. 12 responden atau sebesar 30% berprofesi sebagai pegawai swasta dan 4 responden atau sebesar 10% berprofesi sebagai pegawai negeri.

#### 4.4 Deskriptif Hasil Jawaban Responden

Deskriptif jawaban responden digunakan untuk mengetahui tanggapan yang diberikan oleh responden terhadap variabel diversifikasi produk, lokasi dan keputusan pembelian. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, jawaban dari responden telah direkapitulasi kemudian dianalisis untuk mengetahui deskriptif untuk masing-masing variabel. Penelitian responden ini didasarkan pada penilaian sebagai berikut:

Skor penilaian terendah adalah : 1

Skor penilaian tertinggi adalah : 4

$$\text{Interval} = \frac{4-1}{4} = 0,75$$

Sehingga diperoleh batasan penilaian terhadap masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

1,00 – 1,75 = Tidak Setuju

1,76 – 2,50 = Kurang Setuju

2,51 – 3,25 = Setuju

3,26 – 4,00 = Sangat Setuju

#### 4.4.1 Analisis Penilaian Responden

Berikut adalah hasil penilaian responden terhadap variabel diversifikasi produk variabel lokasi dan variabel keputusan pembelian. Dapat dilihat pada table dibawah ini.

**Tabel 4. 4**

**Penilaian Responden Terhadap Variabel Diversifikasi Produk**

No	Indikator	N	Mean	Kriteria
1.	Apakah produk-produk bersa yang ditawarkan UD.Herijaya memiliki bentuk kemasan yang bervariasi	40	3,55	Sangat Setuju
2.	Setiap ukuran kemasan beras UD.Herijaya sesuai dengan kebutuhan yang dibutuhkan	40	3,40	Sangat Setuju
3.	UD.Herijaya menawarkan produk beras dari kualitas rendah hingga kualitas tinggi	40	3,33	Sangat Setuju
4.	Kemasan yang dimiliki UD.Herijaya memiliki ciri khas yang berbeda dan menarik	40	3,33	Sangat Setuju
5.	Kualitas kemasan karung beras UD.Herijaya memiliki kualitas bagus	40	3,30	Sangat Setuju
6.	Produk beras UD.Herijaya dapat dijadikan berbagai macam olahan nasi	40	3,30	Sangat Setuju

7.	Harga beras yang ditawarkan UD.Herijaya sesuai dengan kualitas barangnya	40	3,45	Sangat Setuju
8.	Produk beras UD.Herijaa terjamin kualitasnya	40	3,23	Setuju
9.	Beras UD.Herijaya memiliki kualitas ketahanan produk yang baik	40	3,20	Setuju
10.	Apakah produk beras yang ditawarkan UD.Herijaya memiliki kisaran harga yang terjangkau	40	3,33	Sangat Setuju
11.	Produk beras UD.Herijaya dari kualitas rendah hingga tinggi memiliki harga yang sesuai dengan kualitasnya masing-masing	40	3,43	Sangat Setuju
12.	Jika anda membeli produk beras dengan jumlah banyak, anda akan mendapat potongan harga dari harga ecerannya	40	3,40	Sangat Setuju
<b>Rata-rata Penilaian Responden</b>		<b>40</b>	<b>3,35</b>	<b>Sangat Setuju</b>

*Sumber: Data Primer yang Diolah, 2018*

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa dari 40 responden, rata-rata memberikan penilaian sebesar 3,35 dan penilaian tersebut termasuk dalam kategori Sangat setuju. Indikator dengan penilaian tertinggi adalah pada pertanyaan nomor 1 “Apakah produk-produk bersa yang ditawarkan UD.Herijaya memiliki bentuk kemasan yang bervariasi” dengan nilai rata-rata 3,55, sedangkan indikator dengan penilaian terendah adalah pada pertanyaan nomor 9 “Beras UD.Herijaya memiliki kualitas ketahanan produk yang baik” dengan nilai rata-rata 3,20

**Tabel 4. 5**

**Penilaian responden Terhadap Variabel Lokasi**

No	Indikator	N	Mean	Kriteria
1.	Apakah lokasi UD.Herijaya sangat strategis	40	3,35	Sangat Setuju
2.	Lokasi UD.Herijaya mudah dijangkau	40	3,40	Sangat

				Setuju
3.	UD.Herijaya memiliki fasilitas parkir yang memadai	40	3,23	Setuju
4.	Toko UD.Herijaya dapat menampung beras dengan jumlah yang banyak	40	3,45	Sangat Setuju
5.	Pesanan dapat diantar ketempat and ajika anda memesan produk UD.Herijaya, meskipun jarak dari tiko ketempat anda jauh	40	3,43	Sangat Setuju
<b>Rata-rata penilaian Responden</b>		<b>40</b>	<b>3,37</b>	<b>Sangat Setuju</b>

*Sumber: Data Primer yang Diolah, 2018*

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa dari 40 responden, rata-rata memberikan penilaian sebesar 3,37 dan masuk dalam kategori sangat setuju. Indikator dengan penilaian tertinggi adalah pertanyaan dari nomor 4 “Toko UD.Herijaya dapat menampung beras dengan jumlah yang banyak” dengan nilai sebesar 3,45. Sedangkan indikator dengan penilaian terendah adalah dari pertanyaan nomor 3”UD.Herijaya memiliki fasilitas parkir yang memadai” dengan nilai sebesar 3,23.

**Tabel 4. 6**

**Penilaian responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian**

No	Indikator	N	Mean	Kriteria
1.	Saya membeli produk beras UD.Herijaya karena harganya yang terjangkau dan sesuai kualitasnya	40	3,40	Sangat Setuju
2.	Saya membeli beras produk beras UD.Herijaya karena banyak pilihan produk berasnya	40	3,50	Sangat Setuju
3.	Pesanan beras dapat diantar ketempat anda jika anda membeli dengan jumlah banyak tanpa dikenakan biaya ongkos kirim	40	3,53	Sangat Setuju
4.	Adanya kepercayaan terhadap produk UD.Herijaya	40	3,40	Sangat

				Setuju
5.	Penjual menawarkan harga yang lebih murah ketika membeli dengan jumlah yang banyak	40	3,48	Sangat Setuju
6.	Saya mendapat informasi mengenai produk UD.Herijya dari orang lain	40	3,35	Sangat Setuju
7.	Saya telah melakukan pembelian ulang terhadap produk beras UD.Herijaya	40	3,45	Sangat Setuju
8.	Saya selalu membeli produk beras UD.Herijaya dengan jumlah banyak	40	3,43	Sangat Setuju
<b>Rata-rata penilaian Responden</b>		<b>40</b>	<b>3,44</b>	<b>Sangat Setuju</b>

*Sumber: Data Primer yang Diolah, 2018*

Berdasarkan table di atas dapat disimpulkan bahwa dari 40 responden, rata-rata memberikan penilaian sebesar 3,44 dan masuk dalam kategori sangat setuju. Indikator dengan penilaian tertinggi adalah pertanyaan dari nomor 3 “Pesanan beras dapat diantar ketempat anda jika anda membeli dengan jumlah banyak tanpa dikenakan biaya ongkos kirim” dengan nilai rata-rata sebesar 3,53. Dan dengan indikator terendah adalah pertanyaan dari nomor 6 “Saya mendapat informasi mengenai produk UD.Herijya dari orang lain” dengan nilai rata-rata sebesar 3,35.

#### **4.5 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Penelitian**

Analisis ini menggunakan nilai minimum, maksimu, rata-rata (mean), dan standar deviasi atas jawaban responden dari tiap-tiap variabel. Penelitian analisis statistik deskriptif memberikan penilaian tentang tinggi rendahnya responden terhadap keseluruhan variabel penelitian tersebut, hasil analisis deskriptif variabel penelitian dapat dilihat pada tabel 4.6 sebagai berikut :



**Tabel 4. 7**

**Analisis Deskriptif Variabel Penelitian**

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Diversifikasi Produk (X1)	40	36	48	40.23	4.388
Lokasi (X2)	40	14	20	16.85	2.045
Keputusan Pembelian (Y)	40	23	32	27.53	3.113
Valid N (listwise)	40				

*Sumber: Data yang diolah, 2018*

Dari data tabel diatas, n menunjukkan responden pada penelitian ini yaitu sebanyak 40 responden. Nilai minimum adalah nilai dengan skor terendah, sedangkan nilai maksimum adalah nilai skor tertinggi Mean adalah hasil penjumlahan nilai minimum dan maksimum dibagi dua. Standar deviasi adalah akar dari jumlah kuadrat dari selisih nilai rata-rata dibagi dengan banyaknya data. Semakin tinggi standar deviasinya maka akan semakin heterogenitas, yang berarti bahwa jawaban responden terhadap pertanyaan pada kuesioner semakin bervariasi, sebaliknya jika semakin rendah tingkat standar deviasinya maka jawaban responden terhadap pertanyaan pada kuesioner semakin homogen yang berarti variasi jawaban semakin kecil.

Dari analisis data diatas, maka dapat disimpulkan deskripsi masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

1. Variabel Diversifikasi Produk (X1) dapat dilihat dari tabel 4.4 bahwa nilai minimumnya adalah sebesar 36, sedangkan untuk nilai maksimumnya yaitu sebesar 48. Nilai rata-rata (mean) jawaban responden mengenai variabel diversifikasi produk yaitu 40,23. Standar deviasi pada variabel diversifikasi produk sebesar 4,388 yang menunjukkan jawaban responden bervariasi.
2. Variabel Lokasi (X2) memiliki nilai minimum sebesar 14, sedangkan untuk nilai maksimumnya yaitu sebesar 20. Nilai rata-rata (mean) jawaban responden mengenai variabel lokasi yaitu sebesar 16,85. Standar deviasi pada variabel lokasi sebesar 2,045 yang menunjukkan jawaban responden bervariasi.

3. Variabel Keputusan Pembelian (Y) memiliki nilai minimum sebesar 23, sedangkan untuk nilai maksimumnya yaitu sebesar 32. Nilai rata-rata (mean) jawaban responden mengenai variabel keputusan pembelian yaitu sebesar 27,53. Standar deviasi pada variabel keputusan pembelian sebesar 3,113 yang menunjukkan jawaban responden bervariasi.

#### 4.6 Uji Kualitas Data

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan valid dan reliabel sebab kebenaran data yang diolah sangat menentukan kualitas penelitian (Sudarmanto, 2013). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji kualitas data dengan uji validitas dan uji reliabilitas.

##### 4.6.1 Uji Validitas

Uji validitas dihitung dengan membandingkan nilai r hitung (*correlated item-total correlation*) dengan nilai r tabel. Jika r hitung > dari r tabel (pada taraf signifikansi 0,05) maka pernyataan tersebut dinyatakan valid. Hasil perhitungan uji validitas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.5 sebagai berikut :

**Tabel 4. 8**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Kode Indikator	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Diversifikasi Produk (X1)	DP1	0,743	0,312	Valid
	DP2	0,652	0,312	Valid
	DP3	0,685	0,312	Valid
	DP4	0,629	0,312	Valid
	DP5	0,747	0,312	Valid
	DP6	0,772	0,312	Valid
	DP7	0,695	0,312	Valid
	DP8	0,842	0,312	Valid
	DP9	0,811	0,312	Valid
	DP10	0,863	0,312	Valid
	DP11	0,854	0,312	Valid

	DP12	0,853	0,312	Valid
Lokasi (X2)	L1	0,848	0,312	Valid
	L2	0,794	0,312	Valid
	L3	0,594	0,312	Valid
	L4	0,864	0,312	Valid
	L5	0,790	0,312	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	KP1	0,807	0,312	Valid
	KP2	0,805	0,312	Valid
	KP3	0,716	0,312	Valid
	KP4	0,774	0,312	Valid
	KP5	0,717	0,312	Valid
	KP6	0,736	0,312	Valid
	KP7	0,810	0,312	Valid
	KP8	0,791	0,312	Valid

*Sumber: Data Primer yang diolah, 2018*

Dengan melihat data diatas dapat diketahui besarnya r-hitung dan r-tabel dari seluruh pertanyaan variabel penelitian. Dari hasil perhitungan r-hitung seluruh butir pernyataan variabel penelitian mempunyai nilai r-hitung yang lebih besar dari pada r-tabel, dimana nilai r-tabel sebesar 0,312 pada tingkat signifikansi 5%. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pertanyaan dan pernyataan pada variabel penelitian dinyatakan valid, sehingga seluruh butir pernyataan dan pertanyaan yang terdapat pada kuesioner dapat dinyatakan layak sebagai instrumen untuk mengukur data penelitian.

#### 4.6.2 Uji Realibilitas

Uji reliabilitas ini menggunakan reliabilitas konsistensi internal yaitu teknik cronbach Alpha ( $\alpha$ ). Apabila nilai cronbach alpha dari hasil pengujian  $> 0,70$  maka dapat dikatakan bahwa konstruk atau variabel itu adalah reliabel. Hasil analisis uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 4.6 dibawah ini:

1. Hasil Uji Realibilitas Diversifikasi Produk (X1)

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.932	12

2. Hasil Uji Realibilitas Lokasi (X2)

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.826	5

3. Hasil Uji Realibilitas Keputusan Pembelian (Y)

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.901	8

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Realibilitas**

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Diversifikasi Produk (X1)	0,932	Realibel
Lokasi (X2)	0,826	Realibel
Keputusan Pembelian (X2)	0,901	Realibel

*Sumber: Data Primer yang diolah, 2018*

Hasil uji reliabilitas pada tabel 4.8 di atas, menunjukkan bahwa nilai cronbach alpha untuk variabel diversifikasi produk ( $0,932 > 0,70$ ), variabel lokasi ( $0,826 > 0,70$ ), variabel keputusan pembelian ( $0,901 > 0,70$ ), dapat disimpulkan bahwa semua variabel lebih besar dari 0,70 dan dikatakan reliabel.

## 4.7 Uji Asumsi Klasik

### 4.7.1 Uji Normalitas

Kualitas data pada penelitian ini diuji dengan menggunakan uji normalitas. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui normal tidaknya distribusi data. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data terdistribusi dengan normal, dan jika kurang dari 0,05 maka data terdistribusi dengan tidak normal. Pengujian normalitas data dilakukan dengan menggunakan *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test (I-Sample K-S)* pada Tabel 4.7 sebagai berikut:

Tabel 4. 10

#### Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.35169491
Most Extreme Differences	Absolute	.174
	Positive	.174
	Negative	-.111
Kolmogorov-Smirnov Z		1.101
Asymp. Sig. (2-tailed)		.177

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Hasil pengujian normalitas pada tabel di atas, menunjukkan bahwa nilai signifikansi dari pengujian *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* untuk semua variabel adalah kurang dari 0,05 artinya dapat disimpulkan bahwa variabel dalam penelitian ini tidak terdistribusi dengan normal.

### 4.7.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Untuk mendeteksi ada

atau tidaknya multikolonieritas dalam suatu model regresi dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Hasil pengujian multikolonieritas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.8 sebagai berikut:

**Tabel 4. 11**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Model		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	1.632	2.128		.767	.448		
	Diversifikasi Produk	.243	.070	.343	3.449	.001	.517	1.936
	Lokasi	.957	.151	.628	6.326	.000	.517	1.936

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Variabel	Collynearity Statistic		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Diversifikasi Produk (X1)	0,517	1,936	Bebas Multikolinearitas
Lokasi (X2)	0,517	1,936	Bebas Multikolinearitas

Sumber: Data Primer yang diolah, 2018

Berdasarkan Tabel 4.8 di atas, melihat hasil perhitungan nilai tolerance semua variabel lebih dari dari 0,10 yang berarti tidak ada korelasi antar variabel independen. Hasil perhitungan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) juga menunjukkan hal yang sama tidak ada satu variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel independen dalam model regresi.

### 4.7.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Hasil penelitian dapat dilihat pada tabel 4.9 sebagai berikut:

**Tabel 4. 12**

**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.336	1.271		1.838	.074
	Diversifikasi Produk (X1)	.034	.042	.177	.807	.425
	Lokasi (X2)	-.158	.090	-.383	-1.748	.089

a. Dependent Variable: Abs\_Res

*Sumber: Data Primer yang Diolah, 2018*

Variabel	Sig.	Keterangan
Diversifikasi Produk (X1)	0,425	Bebas Heteroskedastisitas
Lokasi (X2)	0,089	Bebas Heteroskedastisitas

Berdasarkan Tabel 4.9 di atas, dapat dilihat hasil regresi nilai absolut residual terhadap variabel independen menunjukkan bahwa tidak ada satupun variabel independen yang signifikan secara statistik yang mempengaruhi variabel dependen. Hal ini dilihat dari nilai probabilitas signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5 % atau 0,05. Jadi, dapat disimpulkan model regresi bebas dari masalah heteroskedastisitas.

#### 4.8 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil analisis mengenai koefisien model regresi dapat dilihat pada tabel 4.10 berikut ini:

**Tabel 4. 13**  
**Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda**

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.632	2.128		.767	.448
	Diversifikasi Produk (X1)	.243	.070	.343	3.449	.001
	Lokasi (X2)	.957	.151	.628	6.326	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

*Sumber : Data Primer yang Diolah, 2018*

Berdasarkan tabel diatas, maka model regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut :

$$Y = 1,632 + 0,243X_1 + 0,957X_2$$

X<sub>1</sub> = Diversifikasi Produk

X<sub>2</sub> = Lokasi

Y = Keputusan Pembelian

Dari hasil linear tersebut dapat diartikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 1,632 menunjukkan bahwa jika tidak ada kenaikan atau penurunan pada variabel diversifikasi produk, dan lokasi keputusan pembelian terhadap produk UD.Herijaya akan tetap sebesar 1,632.
2. Diversifikasi Produk (X<sub>1</sub>) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan koefisien regresi sebesar 0,243 atau 24,3%. Hal ini dapat diartikan bahwa diversifikasi produk dan keputusan pembelian memiliki hubungan yang



searah. Apabila variabel diversifikasi produk meningkat satu satuan, maka variabel keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,243 atau 24,3% dengan asumsi variabel bebas lainnya dalam keadaan konstan atau tetap.

3. Lokasi (X2) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan koefisien regresi sebesar 0,957 atau 95,7%. Hal ini dapat diartikan bahwa lokasi dan keputusan pembelian memiliki hubungan yang searah. Apabila variabel lokasi meningkat satu satuan, maka variabel keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,957 atau 95,7% dengan asumsi variabel bebas lainnya dalam keadaan tetap atau konstan.

## 4.9 Uji Hipotesis

### 4.9.1 Uji T (Uji Signifikansi)

Uji t digunakan untuk menguji apakah ada pengaruh dari masing-masing variabel bebas (independen) yaitu Diversifikasi Produk (X1) dan Lokasi (X2) terhadap variabel terikat (dependen) Keputusan Pembelian (Y) secara parsial. Dalam melakukan analisis dalam uji t menggunakan SPSS dengan tingkat signifikansi yang ditetapkan adalah 5% adalah:

1. Jika nilai sig < 0,05 atau t hitung > tabel maka terdapat pengaruh variabel X (independen) terhadap variabel Y (dependen).
2. Jika nilai sig > 0,05 atau t hitung < t tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X (independen) terhadap variabel Y (dependen).

$$T \text{ tabel} = t(\alpha/2 : n-k-1) = t(0,025 ; 37) = 2,026$$

#### Hipotesis 1 (H1)

Berdasarkan hasil uji parsial untuk variabel diversifikasi produk diperoleh t-hitung adalah sebesar 3,449 > t-tabel yang sebesar 2,026 dan dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial H1 yang menyatakan bahwa adanya pengaruh secara signifikan antara diversifikasi produk terhadap keputusan pembelian atau **Hipotesis diterima**

#### Hipotesis 2 (H2)

Berdasarkan hasil uji parsial untuk variabel lokasi diperoleh t-hitung adalah sebesar 6,326 > t-tabel yang sebesar 2,026 dan dengan nilai signifikansi sebesar 0,000

< 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial H2 yang menyatakan bahwa adanya pengaruh secara signifikan antara diversifikasi produk terhadap keputusan pembelian atau **Hipotesis diterima**.

#### 4.9.2 Uji F (Uji Simultan)

Uji simultan (Uji F) digunakan untuk melihat variabel independen yaitu Diversifikasi Produk (X1) dan Lokasi (X2) secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian (Y).

1. Jika nilai sig < 0,05 atau F hitung > F tabel maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.
2. Jika nilai sig > 0,05 atau F hitung < F tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y

$$F \text{ tabel} = F(k ; n-k) = F(2 ; 38) = 3,24$$

**Tabel 4. 14**

**Hasil Uji F**

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	306.719	2	153.359	79.632	.000 <sup>b</sup>
	Residual	71.256	37	1.926		
	Total	377.975	39			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Lokasi (X2), Diversifikasi Produk (X1)

*Sumber: Data Primer yang Diolah, 2018*

#### Hipotesis 3 (H3)

Berdasarkan data diatas, angka probabilitas signifikansi  $0,000 < 0,05$ , maka variabel tersebut terdapat pengaruh yang signifikan. Dan F tabel adalah 3,24 maka diperoleh (F hitung = 79,632 > F tabel = 3,24) sehingga hasil tersebut membuktikan adanya pengaruh yang signifikan antara diversifikasi produk dan lokasi secara simultan terhadap keputusan pembelian.

#### 4.9.3 Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Untuk mengukurnya menggunakan nilai adjusted R<sup>2</sup>.

**Tabel 4. 15**  
**Uji R Square**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.901 <sup>a</sup>	.811	.801	1.388

a. Predictors: (Constant), Lokasi (X2), Diversifikasi Produk (X1)

*Sumber: Data Primer yang Diolah, 2018*

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil uji R Square adalah sebesar 0,801 yang berarti bahwa diversifikasi produk dan lokasi berpengaruh sebesar 80,1% terhadap keputusan pembelian produk beras UD.Herijaya di Samarinda, sedangkan 19,9% lainnya dipengaruhi oleh model faktor lain yang tidak diteliti.