

SKRIPSI

**PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
USAHA KERAJINAN ROTAN**

(Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai)

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S1) Pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau*



OLEH :

MAYA NOVITA

185210391

**PROGRAM STUDI MANAJEMAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

TAHUN

2022



UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jalan Kaharudin Nasution No. 113 Perhentian Marpoyan
Telp. (0761) 674674 Fax: (0761) 6748834 Pekanbaru 28284

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : MAYA NOVITA
NPM : 185210391
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : SKRIPSI PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA USAHA KERAJINAN ROTAN (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai)

Disahkan Oleh:
Pembimbing

Yul Efnita, SE., MM

Diketahui :

Dekan

(Dr. Eva Sundari, SE.,MM, CRBC)

Ketua Program Studi

(Abd.Razak Jer, SE.,M.Si)



UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Alamat: Jalan Kharudin Nasution No 133 Perhentian Marpoyan
Telp. (0761) 674674 Fax.(0761) 674834 Pekanbaru. 28284


BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : MAYA NOVITA
Npm : 185210391
Program Studi : Manajemen
Kosentrasi : Manajemen Pemasaran
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Judul Skripsi : PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS PRODUK
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA USAHA KERAJINAN ROTAN (Studi Kasus Usaha
Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai)
Sponsor : Yul Efnita, SE., MM

Dengan perincian sebagai berikut :


No	Tanggal	Catatan Sponsor	Berita Acara	paraf
				Sponsor
1	22 Oktober 2021	X	1. SK pembimbing Dikirim 2. Setiap konsultasi kirim file dalam bentuk word 3. Tambahkan satu penelitian terdahulu yang sama dengan penelitian terdahulu no 2, tetapi produk kerajinan 4. Fokuskan penelitian hanya pada satu tempat saja 5. Judul di tambahkan kan dalam kurung studi kasus , sesuai dengan toko / usaha 6. Rumusan masalah, Tujuan penelitian dan hipotesis	

			disesuaikan	
2	08 November 2021	X	<ol style="list-style-type: none"> 1. Buat kepala Tabel 2. Proposal buat halamannya 3. Pada Latarbelakang masalah ceritakan terkait dengan variabel yang di teliti, secara fenomenanya bagaimana bentuk inovasi, kualitas produk dan harganya 4. Ceritakan juga tentang keputusan pembelian 5. Manfaat penelitian terdiri dari 3 yaitu (1. Manfaat bagi peneliti, 2 Manfaat bagi perusahaan tempat meneliti, 3 Manfaat bagi peneliti berikutnya) 6. Perbaiki populasi dan sampel 7. Perbaiki analisis regresi linear berganda 	
3	24 November 2021	X	<ol style="list-style-type: none"> 1. ACC seminar proposal 	
4	25 Januari 2022	X	<ol style="list-style-type: none"> 1. Buat kuesioner sesuai dengan indikator yang ada pada operasional variabel 2. Indikator pada Inovasi produk ada 8 item, sesuaikan kuesioner juga harus ada 8 pertanyaan. Begitu seterusnya 3. Kelompokkan untuk masing-masing dimensinya 4. Seterusnya lakukan dengan cara yang sama 	
5	18 Februari 2022	X	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pada operasional variabel penelitian, indikator inovasi harga produk pada dimensi inovasi produk dibuang saja dan kuesioner no 4 tentang inovasi harga produk dihilangkan 2. Kuesioner sudah disetujui silahkan sebar dan lanjut buat skripsi 	
6	14 Maret 2022	X	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perbaiki hal 35, sampel tidak pakai tabel , tulis saja jumlahnya 2. Perbaiki hal 40, Y keputusan pembelian bukan minat 	

			<p>3. Tabel hasil penelitian mulai dari tabel 5.5 dalam menginterpretasikan hasil penelitian, mulai dari jawaban tertinggi, berlaku untuk semua tabel</p> <p>4. Uji Validitas dan Reliabilitas di letakan dibawah identitas responden</p> <p>5. Pada Hal 103 pada Y = kenapa X menjadi 2</p> <p>6. Buat kesimpulan sesuai dengan Tujuan penelitian dan hipotesis</p>	
7	20 Maret 2022	X	<p>1. Lengkapi lampiran : (foto lokasi penelitian dan bio data peneliti)</p> <p>2. ACC ujian seminar hasil dan Uji Turnitin</p>	

Pekanbaru, 8 April 2022

Wakil Dekan 1


Dina Hidayat.S.E., Msi.Ak.

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Alamat : Jalan Kaharuddin Nst Km 11 No 113 Marpoan Pekanbaru Telp 647647

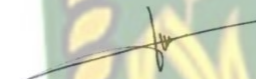
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI / MEJA HIJAU

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Riau No: 460/KPTS/FE-UIR/2022, Tanggal 05 April 2022, Maka pada Hari Rabu 06 April 2022 dilaksanakan Ujian Oral Komprehensif/Meja Hijau Program Sarjana Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Riau pada Program Studi **Manajemen** Tahun Akademis 2021/2022.


- | | |
|-------------------------|---|
| 1. Nama | : Maya Novita |
| 2. NPM | : 185210391 |
| 3. Program Studi | : Manajemen SI |
| 4. Judul skripsi | : Skripsi Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai). |
| 5. Tanggal ujian | : 06 April 2022 |
| 6. Waktu ujian | : 60 menit. |
| 7. Tempat ujian | : Ruang Sidang Meja Hijau Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UIR |
| 8. Lulus Yudicium/Nilai | : Lulus (B) 76 |
| 9. Keterangan lain | : Aman dan lancar. |

PANITIA UJIAN

Ketua





Dina Hidavat, SE., M.Si., Ak., CA
Wakil Dekan Bidang Akademis

Sekretaris


Abd. Razak Jer, SE., M.Si
Ketua Prodi Manajemen

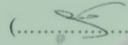
Dosen penguji :

1. Yul Efnita, SE., MM
2. Syaefulloh, SE., M.Si
3. Devi Kurniawati, SP., MM


 (.....)
 (.....)
 (.....)

Notulen

1. Devi Kurniawati, SP., MM

 (.....)

Pekanbaru, 06 April 2022
Mengetahui
Dekan,


Dr. Eya Sundari, SE., MM., CRBC

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Arsip Miik :


UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No 113 Marpoyan Pekanbaru Telp 647647



BERITA ACARA SEMINAR HASIL PENELITIAN SKRIPSI

Nama : Maya Novita
NPM : 185210391
Jurusan : Manajemen / S1
Judul Skripsi : Skripsi Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai).
Hari/Tanggal : Rabu 06 April 2022
Tempat : Ruang Sidang Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UIR

Dosen Pembimbing

No	Nama	Tanda Tangan	Keterangan
1	Yul Efnita, SE., MM		

Dosen Pembahas / Penguji

No	Nama	Tanda Tangan	Keterangan
1	Syaefulloh, SE., M.Si		
2	Devi Kurniawati, SP., MM		

Hasil Seminar : *)

1. Lulus (Total Nilai)
2. Lulus dengan perbaikan (Total Nilai 76)
3. Tidak Lulus (Total Nilai)

Mengetahui
An.Dekan


Dina Hidayat, SE., M.Si., Ak., CA
Wakil Dekan I

Pekanbaru, 06 April 2022
Ketua Prodi


Abd. Razak Jer, SE., M.Si

*) Coret yang tidak perlu

**SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
Nomor : 460 / Kpts/FE-UIR/2022
TENTANG PENETAPAN DOSEN PENGUJI SKRIPSI MAHASISWA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU

- Menimbang** : 1. Bahwa untuk menyelesaikan studi Program Sarjana Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Riau dilak sanakan ujian skripsi / oral comprehensive sebagai tugas akhir dan untuk itu perlu ditetapkan mahasiswa yang telah memenuhi syarat untuk ujian dimaksud serta dosen penguji.
2. Bahwa penetapan mahasiswa yang memenuhi syarat dan penguji mahasiswa yang bersangkutan perlu ditetapkan dengan surat keputusan Dekan.

- Mengingat** : 1. Undang-undang RI Nomor: 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional
2. Undang-undang RI Nomor: 14 Tahun 2005 Tentang Guru dan Dosen
3. Undang-undang RI Nomor: 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi.
4. Peraturan Pemerintah RI Nomor: 4 Tahun 2014 Tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi
5. Statuta Universitas Islam Riau Tahun 2018.
6. SK Pimpmin YLPI Daerah Riau Nomor: 006/Skep/YLPI/II/1976 Tentang Peraturan Dasar Universitas Islam Riau.
7. Surat Keputusan BAN PT Depdiknas RI :
a. Nomor : 2806/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2018, tentang Akreditasi Eko. Pembangunan
b. Nomor : 2640/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2018, tentang Akreditasi Manajemen
c. Nomor : 2635/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2018, tentang Akreditasi Akuntansi S1
d. Nomor : 1036/SK/BAN-PT/Akred/Dipl-III/IV/2019, tentang Akreditasi D.3 Akuntansi.

MEMUTUSKAN

- Menetapkan** : 1. Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau yang tersebut di bawah ini:

Nama : Maya Novita
NPM : 185210391
Program Studi : Manajemen S1
Judul skripsi : Skripsi Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai).

2. Penguji ujian skripsi/oral comprehensive mahasiswa tersebut terdiri dari:

NO	Nama	Pangkat/Golongan	Bidang Diuji	Jabatan
1	Yul Efnita, SE., MM	Lektor, C/c	Materi	Ketua
2	Syaefulloh, SE., M.Si	Asisten Ahli, C/b	Sistematika	Sekretaris
3	Devi Kurniawati, SE., MM	Asisten Ahli C/b	Methodologi	Anggota
4			Penyajian	Anggota
5			Bahasa	Anggota
6	Devi Kurniawati, SE., MM	Asisten Ahli C/b	-	Notulen
7			-	Saksi II
8			-	Notulen

3. Laporan hasil ujian serta berita acara telah disampaikan kepada pimpinan Universitas Islam Riau selambat-lambatnya 1 (satu) minggu setelah ujian dilaksanakan.
4. Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan dengan ketentuan bila terdapat kekeliruan akan segera diperbaiki sebagaimana mestinya.
Kutipan : Disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya.

Ditetapkan di : Pekanbaru
Pada tanggal : 16 April 2022



Dr. Eva Sundari, SE., MM., CRBC

Tembusan : Disampaikan pada :

1. Yth : Bapak Koordinator Kopertis Wilayah X di Padang
2. Yth : Bapak Rektor Universitas Islam Riau di Pekanbaru
3. Yth : Sdr. Kepala Biro Keuangan UIR di Pekanbaru
4. Yth : Sdr. Kepala BAAK UIR di Pekanbaru

**UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Alamat : Jalan Kaharuddin Nst Km 11 No 113 Marpoyan Pekanbaru Telp 647647




BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL

Nama : Maya Novita
 NPM : 185210391
 Judul Proposal : Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kerajinan Rotan Dikecamatan Rumbai (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai).
 Pembimbing : 1. Yul Efnita, SE., MM
 Hari/Tanggal Seminar : Rabu 22 Desember 2021

Hasil Seminar dirumuskan sebagai berikut :


1. Judul : Disetujui dirubah/perlu diseminarkan *)
2. Permasalahan : Jelas/masih kabur/perlu dirumuskan kembali *)
3. Tujuan Penelitian : Jelas/mengambang/perlu diperbaiki *)
4. Hipotesa : Cukup tajam/perlu dipertajam/di perbaiki *)
5. Variabel yang diteliti : Jelas/Kurang jelas *)
6. Alat yang dipakai : Cocok/belum cocok/kurang *)
7. Populasi dan sampel : Jelas/tidak jelas *)
8. Cara pengambilan sampel : Jelas/tidak jelas *)
9. Sumber data : Jelas/tidak jelas *)
10. Cara memperoleh data : Jelas/tidak jelas *)
11. Teknik pengolahan data : Jelas/tidak jelas *)
12. Daftar kepustakaan : Cukup/belum cukup mendukung pemecahan masalah Penelitian *)
13. Teknik penyusunan laporan : Telah sudah/belum memenuhi syarat *)
14. Kesimpulan tim seminar : Perlu/tidak perlu diseminarkan kembali *)

Demikianlah keputusan tim yang terdiri dari :

No	Nama	Jabatan pada Seminar	Tanda Tangan
1.	Yul Efnita, SE., MM	Ketua	1. 
2.	Syaefulloh, SE., M.Si	Anggota	2. 
3.	Devi Kurniawati, SP., MM	Anggota	3. 

*Coret yang tidak perlu

Mengetahui
 A.n. Dekan Bidang Akademis


 Dina Hidayat, SE., M.Si., Ak., CA

Pekanbaru, 22 Desember 2021
 Sekretaris,


 Abd. Razak Jer, SE., M.Si

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU
Nomor: 1060/Kpts/FE-UIR/2021
TENTANG PENUNJUKAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA S1
DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU

- Membaca : Surat Penetapan Ketua Program Studi Manajemen tanggal, 2021-10-12 Tentang Penunjukan Dosen Pembimbing Skripsi Mahasiswa
- Menimbang : Bahwa dalam membantu Mahasiswa untuk menyusun skripsi sehingga mendapat hasil yang baik, perlu ditunjuk dosen pembimbing yang akan memberikan bimbingan sepenuhnya terhadap Mahasiswa tersebut
- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor : 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan Nasional
 2. Undang-Undang Nomor : 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi
 3. Peraturan Pemerintah Nomor : 4 Tahun 2014 Tentang Penyelenggara Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi
 4. Statuta Universitas Islam Riau Tahun 2018
 5. SK, Dewan Pimpinan YLPI Riau Nomor : 106/Kpts. A/YLPI/VI/2017 Tentang Pengangkatan Rektor Universitas Islam Riau Periode. 2017-2021
 6. Peraturan Universitas Islam Riau Nomor : 001 Tahun 2018 Tentang Ketentuan Akademik Bidang Pendidikan Universitas Islam Riau.
 7. SK, Rektor Universitas Islam Riau Nomor : 598/UIR/KPTS/2019 Tentang Pembimbing tugas akhir Mahasiswa Program Diploma dan Sarjana Universitas Islam Riau
 a. Nomor: 510/A-UIR/4-1987

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : 1. Mengangkat Saudara yang tersebut namanya dibawah ini sebagai pembimbing dalam penyusunan skripsi yaitu :

No.	Nama	Jabatan Fungsional	Keterangan
1.	Yul Efnita, SE., MM.	Lektor	Pembimbing

2. Mahasiswa yang dibimbing adalah :
- Nama : Maya Novita
 N P M : 185210391
 Jurusan/Jenjang Pendd. : Manajemen
 Judul Skripsi : PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA USAHA KERAJINAN ROTAN DI KECAMATAN RUMBAL
3. Tugas Pembimbing berpedoman kepada Surat Keputusan Rektor Universitas Islam Riau Nomor : 598/UIR/KPTS/2019 Tentang Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa Program Diploma dan Sarjana Universitas Islam Riau.
4. Dalam pelaksana bimbingan supaya memperhatikan Usul dan Saran dari Forum Seminar Proposal, kepada Dosen pembimbing diberikan Honorarium sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Islam Riau.
5. Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan, apabila terdapat kekeliruan dalam keputusan ini akan diadakan perbaikan kembali.
- Kutipan : disampaikan kepada Ybs untuk dilaksanakan sebaik-baiknya.

Ditetapkan di: Pekanbaru
 Pada Tanggal: 13 Oktober 2021
 Dekan



Tembusan : Disampaikan pada :

1. Kepada Yth. Ketua Program Studi EP, Manajemen dan Akuntansi
2. Arsip File : SK.Dekan Kml Haj



UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS EKONOMI

الجامعة الإسلامية البريوتية

Alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28264
Telp. +62 761 674674 Fax. +62 761 674834 Email: fekon@uir.ac.id Website: www.ac.uir.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau
menerangkan bahwa mahasiswa dengan identitas berikut:

NAMA : MAYA NOVITA
NPM : 185210391
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA USAHA KERAJINAN ROTAN (STUDI KASUS USAHA ROTAN IBU EMI DI KECAMATAN RUMBAI)
PEMBIMBING : YUL EFNITA, SE., MM

Dinyatakan sudah memenuhi syarat batas maksimal plagiarisme yaitu 29% (dua puluh sembilan persen) pada setiap subbab naskah skripsi yang disusun.

Demikianlah surat keterangan ini di buat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 25 Maret 2022

Ketua Program Studi Manajemen

Abd Razak Jer, SE., M.Si

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:
**PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA USAHA KERAJINAN
ROTAN**

(Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai)

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain. Yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya yang disebutkan dalam referensi.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh Universitas batal saya terima.

Pekanbaru, 8 April 2022
Yang memberi pernyataan,



Maya Novita
NPM: 185210391

ABSTRAK

PENGARUH INOVASI PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA USAHA KERAJINAN ROTAN (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai)

Oleh:

MAYA NOVITA

NPM. 185210391

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pengaruh inovasi produk, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada usaha kerajinan rotan (studi kasus usaha rotan ibu emi di kecamatan rumbai). Sampel dalam penelitian ini adalah berjumlah 30 orang dengan menggunakan metode pengambilan sampel menggunakan *sampel jenuh* . Metode analisis data dilakukan secara deskriptif dan kuantitatif dengan menggunakan alat regresi linier berganda dan dibandingkan menggunakan uji t dan uj f. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa inovasi produk, kualitas produk dan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian usaa kerajinan rotan di kecamatan rumbai.

Kata kunci : Inovasi, Kualitas, Harga dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRODUCT INNOVATION, PRODUCT QUALITY AND PRICE ON PURCHASE DECISIONS IN RATTAN CRAFT BUSINESS

(Case Study of Ibu Emi's Rattan Business in Rumbai)

By:

MAYA NOVITA

NPM. 185210391

The purpose of this study was to identify the effect of product innovation, product quality and price on purchasing decisions in a rattan craft business (a case study of Ibu Emi's rattan business in Rumbai sub-district). The sample in this study amounted to 30 people using the sampling method using a saturated sample. The method of data analysis was descriptive and quantitative using multiple linear regression and compared using t test and u j f. The results of this study indicate that product innovation, product quality and price have a positive and significant influence on purchasing decisions for rattan handicraft businesses in Rumbai sub-district.

Keywords: Innovation, Quality, Price and Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr.wb.

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Skripsi ini berjudul **“Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai)”**.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis sadar bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna. Masih banyak kesalahan dan kekurangan dalam skripsi ini seperti dari segi isi maupun penulisannya. Demi tercapainya kesempurnaan dalam penulisan skripsi ini dengan segenap hati penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang bersifat membangun. Dalam pembuatan skripsi ini penulis banyak memperoleh bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan ribuan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Syafrinaldi SH., CRBC selaku Rektor Fakultas Ekonomi Islam Riau.
2. Ibu Eva Sundari, Dr., SE., MM., CRBC selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau yang telah memberikan dedikasi kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau.
3. Bapak Abd. Razak Jer, SE., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau.
4. Bapak Awliya Afwa, SE., MM. Selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau.
5. Ibu Yul Efnita, SE., MM. Selaku Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan arahan, bimbingan, perhatian dan saran- saran kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini hingga selesai.
6. Ibu Dr. Hj. Eka Nuraini R., M.Si. selaku Penasehat Akademik yang telah membantu penulis selama perkuliahan.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis dalam masa perkuliahan.
8. Seluruh Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau yang telah memberikan bantuan selama perkuliahan baik secara langsung maupun tidak langsung.

9. Terimakasih sebesar- besarnya kepada Ayah tersayang Nofriyandi dan juga Ibu tercinta Melly Miarti, adik saya Dafa Dwi Nofandi . keponakan saya Rahma Dhiana, Nurul Inayah, Susan Okta Fauziah. Dan juga Dewa Mulya Pratama yang telah mendoakan dan mendukung saya selama masa perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau.
10. Terimakasih buat sahabat- sahabat perjuangan saya Aulia Indah Juita, Reza Amelia, Hanifah Fairuz, Dyah Tri Ayu, Amanda Felicia, Mesthy Novrilla, Devi Anggraini, Nadila Afifa, Septia Sukardi dan Anggi Busma yang telah mendukung penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu skripsi ini.

Akhirnya kepada Allah SWT penulis memohon agar semua pengorbanan dan keikhlasan yang telah diberikan akan dibaals dengan pahala yang berlipat ganda di akhir kelak kemudian.

Amin ya robal'alamiin.....

Wassalamu'alaikum wr.wb

Pekanbaru, November 2022

Penulis

Maya Novita

NPM. 185210391

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	xiii
KATA PENGANTAR	xiv
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xxiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1.3.1. Tujuan dari peneltian ini adalah :	7
1.3.2. Manfaat Penelitian	7
1.4. Sistematika Penulisan	8
BAB II TELAAH PUSTAKA	1
2.1. Inovasi Produk	10
2.1.1. Pengertian Inovasi Produk	10
2.1.2. Tujuan Inovasi Produk	12
2.1.3. Tipe Inovasi Produk	13
2.1.4. Indikator Inovasi Produk	14
2.2. Kualitas Produk	15
2.2.1. Pengertian Kualitas Produk	15
2.2.2. Tingkatan Produk	15
2.2.3. Dimensi Kualitas Produk	16
2.3. Harga	18
2.3.1. Pengertian Harga	18
2.3.2. Tujuan Penetapan Harga	18
2.3.3. Peranan Harga	19
2.3.4. Indikator Harga	19

2.4. Keputusan Pembelian	20
2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian	20
2.4.2. Indikator Keputusan Pembelian.....	23
2.5. Penelitian Terdahulu.....	25
2.6. Kerang pemikiran	27
2.7. Hipotesis Penelitian	29
BAB III METODE PENELITIAN	10
3.1. Jenis Penelitian	31
3.2. Operasional Variabel	31
3.3. Populasi dan Sampel	34
3.3.1. Populasi.....	34
3.3.2. Sampel	34
3.4. Lokasi Penelitian	34
3.5 Jenis dan Sumber Data	35
3.5.1. Sumber Data	35
3.5.2. Jenis data.....	35
3.6. Teknik Pengumpulan Data	36
3.7. teknik Analisis Data	36
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	43
4.1. Gambaran Umum	43
4.1.1. Gambaran Umum Kota Pekanbaru	43
4.1.2. Gambaran Umum Kerajinan Rotan di Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru	43
4.2. Visi dan Misi Kerajinan Rotan Ibu Emi	45
4.2.1. Visi :.....	45
4.2.2. Misi :.....	45
4.3. Struktur Organisasi.....	45
4.4. Struktur Organisasi Usaha Kerajinan Rotan ibu Emi.....	46
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	31
5.1 HASIL PENELITIAN	48
5.1.1 Identifikasi Responden.....	48

5.1.2. Inovasi Produk	57
5.1.3. Kualitas Produk	66
5.1.4. Harga.....	72
5.1.5 Keputusan Pembelian	78
5.1.6. Uji Validitas dan Reabilitas	51
5.1.7 Uji Asumsi Klasik	92
5.1.8. ANALISIS REGRESI	98
5.1.9. Uji Hipotesis	99
5.1.10. HASIL PENGUJIAN HIPOTESIS.....	101
5.1.11 Analisis Determinasi (R^2)	103
5.2 PEMBAHASAN	104
5.2.1. Pengaruh Inovasi Produk terhadap keputusan pembelian	104
5.2.2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian.....	106
5.2.3. Pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian	107
5.2.4. Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Harga secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.....	108
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	112
6.1. KESIMPULAN	112
6.2 SARAN	113
DAFTAR PUSTKA.....	114
LAMPIRAN.....	117

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jenis dan Harga produk kerajinan rotan ibu emi.....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	31
Tabel 5.1 Tingkat umur responden pada usaha kerajinan rotan	50
Tabel 5.2 Jenis Kelamin Responden pada usaha kerajinan rotan	50
Tabel 5.3 Tingkat pendidikan Responden pada usaha kerajinan rotan	51
Tabel 5.4 Tingkat Pekerjaan Responden pada usaha kerajinan rotan	52
Tabel 5.5 Uji Validasi data Inovasi Produk.....	53
Tabel 5.6 Uji Reliabilitas Inovasi Produk	54
Tabel 5.7 Uji Validitas kualitas produk	54
Tabel 5.8 Uji Reliabilitas Kualitas Produk	55
Tabel 5.9 Uji Validitas Harga	55
Tabel 5.10 Uji Reliabilitas Harga.....	56
Tabel 5.11 Uji Validitas keputusan pembelian	57
Tabel 5.12 Uji Reliabilitas keputusan pembelian.....	58
Tabel 5.13 Tanggapan responden tentang dalam pembuatan kerajinan rotan ibu emi memnafaatkan atau mnggunakan teknologi baru pada usaha kerajinan rotan.....	59
Tabel 5.14 Tanggapan responden tentang kerajinan rotan ibu emi telah melakukan perbaikan pada produk-produk yang telah dijual pada usaha kerajinan rotan ...	60
Tabel 5.15 Tanggapan Responden Tentang kerajinan rotan ibu emi memiliki bentuk produk yang berbeda beda sehingga menarik dari toko lainnya pada usaha kerajinan rotan.....	61
Tabel 5.16 Tanggapan responden tentang kerajinan rotan ibu emi dengan melakukan perluasa pasar, perlu adanya penjualan online pada usaha kerajinan rotan	62
Tabel 5.17 Tanggapan responden tentang kerajinan rotan ibu emi mempunyai ukuran dan berat yang berbeda beda oada usaha kerajinan rotan	63

Tabel 5.18 Tanggapan Responden tentang usaha kerajinan rotan ibu emi perlu adanya penambahan toko agar adanya perluasan pemasaran pada usaha kerajinan rotan	64
Tabel 5.19 Tanggapan Responden Tentang kerajinan rotan ibu emi mempunyai jenis produk yang banyak untuk dipasarkan pada usaha kerajinan rotan	65
Tabel 5.20 Hasil Rekapitulasi tanggapan responden berdasarkan inovasi produk	66
Tabel 5.21 Tanggapan responden tentang kerajinan rotan ibu emi menjual produk-produk yang bentuknya sesuai dengan kepuasan konsumen pada usaha kerajinan rotan	69
Tabel 5.22 Tanggapan responden tentang produk rotan ibu emi memiliki kualitas (tahan lama, tidak luntur, murah, dan enak dipakai) pada usaha kerajinan rotan	70
Tabel 5.23 Tanggapan responden tentang kerajinan rotan ibu emi menjual produk yang mudah dijangkau pembeli pada usaha kerajinan rotan.....	71
Tabel 5.24 Tanggapan responden tentang kerajinan rotan ibu emi memiliki desain dan warna yang beragam pilihan pada usaha kerajinan rotan.....	72
Tabel 5.25 Hasil Rekapitulasi tanggapan responden berdasarkan kualitas produk (X2).....	73
Tabel 5.26 Tanggapan responden tentang kerajinan rotan ibu emi ini menjangkau semua kalangan masyarakat pada usaha kerajinan rotan	75
Tabel 5.27 Tanggapan responden tentang konsumen harus selalu instan mendapatkan manfaat produk yang dibeli pada usaha kerajinan rotan.....	76
Tabel 5.28 Tanggapan responden tentang kerajinan rotan ibu emi lebih terjangkau dari pada kompetitornya usaha kerajinan rotan	77
Tabel 5.29 Tanggapan responden tentang kerajinan rotan ibu emi ini sesuai dengan harga yang ditawarkan pada usaha kerajinan rotan	78
Tabel 5.30 Hasil Rekapitulasi tanggapan responden berdasarkan harga (X3)....	79
Tabel 5.31 Tanggapan responden tentang saya memilih produk yang sesuai dengan kualitas produk, sebelum melakukan keputusan pembelian pada kompetitornya usaha kerajinan rotan	82

Tabel 5.32 Tanggapan responden tentang saya memilih ketersediaan produk yang sesuai dengan kebutuhan. Sebelum melakukan keputusan pembelian pada kompetitornya usaha kerajinan rotan	83
Tabel 5.33 Tanggapan responden tentang saya memilih keberagaman produk dengan jumlah yang sesuai dengan kebutuhan akan produk saya pada kompetitornya usaha kerajinan rotan	84
Tabel 5.34 Tanggapan responden tentang saya memilih varian keberagaman produk yang sesuai dengan kebutuhan, sebelum melakukan keputusan pembelian pada kompetitornya usaha kerajinan rotan.....	85
Tabel 5.35 Tanggapan responden tentang saya mencari informasi lebih lanjut mengenai kerajinan rotan ibu emi dari teman, eluarga atau media cetak pada kompetitornya usaha kerajinan rotan	86
Tabel 5.36 Tanggapan responden tentang saya memilih membeli kerajinan rotan ibu emi karena terkenal dengan produknya yang unik dan kualitas yang bagus serta harga yang terjangkau pada kompetitornya usaha kerajinan rotan	87
Tabel 5.37 Tanggapan responden tentang saya memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan, sebelum melakukan keputusan pembelian pada kompetitornya usaha kerajinan rotan.....	88
Tabel 5.38 Tanggapan responden tentang saya melakukan penilaian terhadap produk sejenis sebelum membeli kerajinan rotan ibu emi pada kompetitornya usaha kerajinan rotan.....	89
Tabel 5.39 Tanggapan responden tentang saya akan melakukan pembelian produk di usaha kerajinan rotan ibu emi kembali pada kompetitornya usaha kerajinan rotan	90
Tabel 5.40 Hasil Rekapitulasi tanggapan responde berdasarkan keputusan pembelian (Y)	92
Tabel 5.41 Uji Normalitas data	97
Tabel 5.42 Uji Multikolinearitas	98
Tabel 5.43 Uji Autokorelasi.....	100
Tabel 5.44 Analisis Regresi Berganda	101
Tabel 5.45 Uji F	102

Tabel 5.46 Uji t104

Tabel 5.47 Koefisien Determinasi (R^2).....106



Dokumen ini adalah Arsip Miik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses keputusan pembelian.....	23
Gambar 2.2 Kerangka berpikir penelitian.....	29
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	48
Gambar 5.1 Hasil Uji Normalitas data.....	96
Gambar 5.2 Hasil Uji Heteroskdastisitas.....	99



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dan industri membawa dampak bagi kehidupan manusia terutama pada dunia usaha saat ini, dan banyaknya usaha yang bermunculan baik usaha besar maupun usaha kecil. Dengan munculnya usaha tersebut berdampak semakin ketat dalam bersaing terutama usaha yang menjual produk atau barang yang sejenis.

Seperti yang kita ketahui sebelumnya, di pekanbaru banyak industri kerajinan yang ada dikota pekanbaru ini . salah satunya adalah industri kerajinan usaha rotan yang berdiri di jalan Yos Sudarso di kecamatan Rumbai yang meupakan

seiring perkembangan waktu dan perubahan struktur ekonomi, membuat kerajinan usaha rotan ini kurang mampu besaing dengan industri kerajinan lainnya. Beberapa pengrajin rotan yang penulis temui di lapangan mereka mengatakan bahwa penjualan rotan tidak seperti dahulu yang begitu banyak peminatnya, kini penjualan rotan menurun dan di tambah lagi dengan adanya musibah yang telah terjadi kurang lebih 1 tahun belakangan ini yaitu wabah virus Corona yang membuat penjualan kerajinan rotan menurun.

Angka penjualan kerajinan rotan ini menurun drastis serta yang paling besar penjualannya yaitu 1 set kursi tamu rentang waktu kurang lebih 2 bulan. Sebelumnya penualan rotan dapat menjual hampir 3 hingga 5 set dalam waktu 1 bulan dan mendapatkan laba sekitar Rp.3.000.000 hingga Rp.5.000.000per bulan. Hal ini menyebabkan usahawan yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dan factor- factor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya dalam usaha pemasaran sebuah produk yang dilakukan.

Faktor yang sangat penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian kerajinan rotan adalah inovasi, dimana inovasi produk merupakan pusat dari

keberhasilan suatu bisnis. Untuk menghasilkan produk yang marketable dan profitable secara berkelanjutan, maka perusahaan harus memperhatikan pentingnya inovasi produk. Produk yang begitu-begitu saja akan dipandang konsumen sebagai produk yang membosankan dan mengalami kejenuhan, oleh karena itu kreativitas, modifikasi, dan inovasi sangat dibutuhkan untuk pengembangan produk tersebut tetap mendapatkan tempat di hati konsumen.

Mempertahankan produk untuk selalu diminati konsumen memerlukan usaha yang kreatif seperti membuat inovasi –inovasi dari produk yang ditawarkan, dengan harapan dapat membuat konsumen tidak berpindah ke produk lain yang sejenis. Inovasi itu sendiri merupakan salah satu faktor penentu dari sukses perusahaan yang diperlukan agar tetap bertahan, atau menjadi lebih kompetitif.

Zaltman Duncan mendefinisikan Inovasi adalah ide, tindakan ataupun sesuatu yang sudah ada tetapi diperbaharui oleh sekelompok orang yang mengadopsinya. Inovasi adalah perubahan. (Sa'ud, 2014) Dari definisi tersebut didapat dua hal, yaitu inovasi produk dan inovasi proses yang dalam pengertian ekonomi disebut inovasi apabila produk atau prosesnya ditingkatkan, selanjutnya dapat menjadi awal dari proses penjualan di pasar. Persaingan yang semakin ketat dan konsumen yang semakin kritis dalam memilih produk rumah tangga, menuntut produsen kerajinan tangan untuk lebih inovatif dalam menghasilkan suatu produk, dengan kata lain produsen harus mampu menawarkan produk baru yang berbeda dan jauh lebih baik kualitasnya dengan produk yang ditawarkan oleh pesaing.

Inovasi Produk yang dilakukan untuk menghadapi persaingan adalah dengan melakukan perbaikan, penyempurnaan atau menghasilkan produk baru dengan produk yang telah ada. Kemudian memperbaiki kualitas produk dengan pengembangan produk, pengembangan produk pada dasarnya adalah usaha yang dilakukan secara sadar dan berencana untuk memperbaiki produk yang sedang berjalan atau menambali jenis yang ada, juga harus mampu mengelolanya dalam menghadapi perubahan selera, teknologi persaingan yang semakin meningkat sehingga dapat mempertemukan keinginan pasar melalui produk karena konsumen

cenderung mencari produk yang baru untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Selain melakukan inovasi produk, faktor kualitas produk juga dapat mempengaruhi dalam memenangkan pesaing. Produk yang berkualitas menjadi kriteria utama konsumen dalam pemilihan produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Perusahaan senantiasa mampu mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk guna memenuhi keinginan konsumen. Dengan produk yang berkualitas perusahaan dapat bersaing dengan para kompetitor dalam menguasai pangsa pasar.

Perusahaan harus mempertimbangkan kualitas produk yang dihasilkan karena dengan meningkatkan kualitas akan membuat para konsumen puas dan percaya. Kepuasan pelanggan merupakan hal yang perlu diperhatikan oleh produsen. Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut (Band, 1991). Faktor yang paling penting untuk menciptakan kepuasan konsumen adalah kinerja dari agen yang biasanya diartikan dengan kualitas dari agen tersebut (Mowen, 1995).

Selain faktor tersebut, faktor harga juga mengambil peran penting dalam pemasaran. Strategi penentuan tinggi rendahnya harga sangat berpengaruh pada laku atau tidaknya suatu produk di pasar. Harga yang rendah atau terjangkau menjadi pemicu untuk meningkatkan kinerja pemasaran. Namun harga juga dapat menjadi indikator kualitas, dimana suatu produk dengan kualitas tinggi akan berani dipatok dengan harga yang tinggi pula. Harga juga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembelian suatu produk. (Lupiko & W, 2018)

Kualitas produk menjadi sangat penting bagi konsumen yang benar-benar menginginkan penggunaan produk jangka panjang dan tidak suka berganti ganti produk. Beberapa konsumen juga mengatakan bahwa mereka pernah kecewa

dengan kualitas produk, hal ini dikarenakan tidak sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen, informasi yang didapatkan oleh konsumen tidak sesuai dengan hasil yang didapat setelah menggunakan produk tersebut. Spesifikasi yang digambarkan juga tidak memiliki kesesuaian dengan apa yang didapatkan oleh konsumen.

Apabila yang diinginkan oleh konsumen terpenuhi otomatis konsumen akan semakin puas. Oleh karena itu produsen harus menjual kualitas produk mereka sesuai dengan harga yang layak. Faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga. Jika kualitas produk berkaitan dengan kesesuaian antara produk yang ditawarkan penjual kerajinan rotan, maka harga adalah nilai yang harus dibayar untuk mendapatkan produk. Harga termasuk bagian dari jual serta beli, jual dan beli merupakan proses pemindahan hak/barang atau harta kepada pihak lain memakai uang sebagai alat tukarnya. Harga yang ditawarkan oleh penjual kerajinan rotan sangat bervariasi dan mampu bersaing dengan penjual kerajinan rotan lainnya.

dengan semakin banyaknya penjual yang terlibat pada pemenuhan kebutuhan serta harapan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan wajib teliti dalam memutuskan harga. Harga sangat menentukan kelangsungan perusahaan, karena harga ialah pondasi laku atau tidaknya suatu produk atau barang tersebut saat dijual. Sehingga, harga hanya dipatok menggunakan cara yang kompetitif, antara pebisnis satu atau dengan yang lainnya tidak boleh menggunakan cara-cara yang saling merugikan. Jadi kualitas serta harga adalah variabel paling penting bagi konsumen, sehingga harga suatu produk sangat menentukan kualitasnya.

Keputusan pembelian merupakan suatu tindakan konsumen untuk membentuk referensi diantara produk-produk dalam kelompok dan membeli produk yang paling disukai. Keputusan pembelian artinya suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian serta keputusan itu diperoleh dari aktivitas-aktivitas sebelumnya.

Keputusan pembelian juga ialah suatu proses penyelesaian masalah yg terdiri dari menganalisa atau pengenalan atau kebutuhan serta harapan, pencarian informasi, evaluasi sumber-asal seleksi terhadap alternatif pembelian, putusan pembelian, serta sikap sesudah pembelian. Keputusan pembelian juga dikatakan perilaku pembelian seseorang dalam menentukan suatu pilihan produk untuk mencapai kepuasan

Pengambilan keputusan konsumen pada dasarnya merupakan proses pemecahan masalah. Peneliti menggunakan variabel keputusan pembelian ini karena studi tentang keputusan pembelian masih layak untuk diteliti mengingat semakin banyaknya produk yang beredar mengakibatkan perlunya berbagai pertimbangan bagi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Keputusan pembelian konsumen dapat dilakukan apabila produk tersebut sesuai dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen.

Kerajinan Rotan adalah salah satu keterampilan yang mempunyai peran penting dalam meningkatkan ekonomi keluarga. Seperti masyarakat yang bertempat tinggal di jalan Yos Sudarso yang sebagian besar masyarakatnya bermata pencaharian sebagai pengrajin rotan. Bahan baku yang mereka peroleh dari Riau sendiri dan ada juga yang dari Sumbar. Dari hasil pra survey yang penulis lakukan pada tanggal 31 maret 2021, penulis mendapatkan informasi dari salah satu penjual kerajinan rotan yaitu Ibu emi, beliau memulai usaha kerajinan rotan ini sudah dari tahun 2006, awal nya ibu Emi mengalami kendala karena keterbatasan modal. Namun seiring berjalannya waktu usaha ibu Emi semakin meningkat. Ibu Emi mengatakan bahwa pendapatan yang ia peroleh setiap bulannya tidak menetap, dalam kurun waktu sebulan bisa mencapai Rp 3.000.000 bahkan sampai Rp 4.000.000. untuk mengatasi persaingannya dengan pengrajin rotan lainnya Ibu Emi melakukan perubahan desain produk kerajinan rotan yang lebih sinkron dengan tuntutan serta kebutuhan pembeli, agar pembeli lebih tertarik memilih produk yang ditawarkan. Variasi produk-produk yang ditawarkan sangat beragam diantaranya piring lidi, mengkok rotan, kipas rotan, tudung saji,

kursi rotan, ayunan rotan, meja makan, meja tamu, mainan anak-anak (kuda-kudaan, enjut-enjutan, dll), vas bunga, lemari, perlengkapan dapur dan masih banyak lagi.

Harga dari masing- masing poduk juga bervariasi Mulai dari harga Rp 4.000 sampai berkisar Rp. 3.500.000. Inovasi produk sangat dibutuhkan agar usaha kerajinan rotan dapat bertahan dalam jangka waktu yang lama. Inovasi produk dimunculkan dari variasi produk. Variasi produk yang cukup banyak menjadikan usaha kerajinan rotan harus dapat menentukan harga pokok produksi setiap produknya agar dapat memperoleh laba yang terus meningkat.

Tabel 1.1
Jenis dan Harga Produk Kerajinan Rotan Ibu Emi

NO	Jenis Kerajinan Rotan	Harga (Rupiah)
1	Piring Lidi Rotan	4.000
2	Mangkok Rotan	35.000
3	Kipas Rotan	113.000
4	Tudung Saji Rotan	142.000
5	Kursi Rotan	1.500.000
6	Ayunan Rotan	1.800.000
7	Meja Makan Rotan	1.150.000
8	Meja Tamu Rotan	3.000.000
9	Kuda-Kudaan Rotan	150.000
10	Vas Bunga Rotan	115.000
11	Cermin Rotan	165.000
12	Kotak Tisu Rotan	315.000

Sumber: usaha kerajinan tangan ibu emi

Berdasarkan tabel diatas dapat kita liat banyak produk yang di jual oleh ibu Emi dan berbagai harga yang diberikan dari harga terkecil hingga harga paling besar. Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kerajinan Rotan Ibu Emi di kecamatan Rumbai”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis mengidentifikasi pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah Inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada usaha kerajinan rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai?
2. Apakah Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada usaha kerajinan rotan ibu Emi di Kecamatan Rumbai ?
3. Apakah Harga berpengaruh Signifikan terhadap keputusan pembelian pada usaha kerajinan rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai ?
4. Apakah Inovasi produk, kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada usaha kerajinan rotan ibu Emi di Kecamatan Rumbai?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. untuk mengetahui pengaruh Inovasi produk terhadap keputusan pembelian kerajinan rotan Ibu emi di kecamatan rumbai.
2. untuk mengetahui pengaruh Kualitas produk terhadap keputusan pembelian kerajinan rotan Ibu emi di kecamatan rumbai.
3. untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian kerajinan rotan Ibu emi di kecamatan rumbai.
4. Untuk mengetahui inovasi produk, kualitas produk dan harga secara simultan mempengaruhi keputusan pembelian pada usaha kerajinan rotan ibu Emi di Kecamatan Rumbai.

1.3.2. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Dengan penelitian ini dilakukan akan dapat menambah ilmu pengetahuan penulis terutama tentang masalah-masalah yang berkaitan dengan perusahaan, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran dan selanjutnya dapat berguna sebagai bekal apabila bekerja disuatu perusahaan dan mengabdikan di lingkungan masyarakat.

2. Bagi Pengusaha

Dengan adanya Penelitian ini peneliti berharap hasil penelitian ini dapat digunakan dalam sebagai bahan referensi dalam membuat kebijakan yang berkaitan dengan inovasi produk, kualitas produk, dan harga pada pengusaha Pengarajin Rotan di kecamatan Rumbai, dengan harapan dapat membawa perusahaan dan pihak yang bersangkutan ke arah yang lebih baik lagi.

3. Bagi Peneliti Berikutnya

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat berkontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, serta dapat dijadikan sebagai bahan referensi selanjutnya dalam hal pengembangan dibidang penelitian yang berkaitan dengan pengaruh inovasi produk, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini dapat menambah referensi / koleksi bagi Perpustakaan Universitas Islam Riau, bagi pembaca dan pertimbangan bagi Mahasiswa yang akan melakukan penelitian yang serupa.

1.4. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian penulisan ini adalah sebagai berikut.

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini merupakan bab pendahuluan yang menyediakan latar belakang masalah ,perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan

BAB II: TELAAH PUSTAKA

Pada bab ini menguraikan tentang telaah pustaka yang mendukung dalam pembahasan penelitian, yang menguraikan tentang pengertian inovasi produk, kualitas produk, harga produk dan keputusan pembelian beserta indikatornya.

BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang metode penelitian, yaitu lokasi dan objek penelitian, operasional variabel penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV: GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini menjelaskan secara garis besar mengenai gambaran umum tentang Kerajinan Rotan di Kecamatan Rumbai.

BAB V: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini mengemukakan hasil dari penelitian, deskripsi data penelitian dan pembahasan untuk menemukan jawaban atas masalah-masalah dari penelitian.

BAB VI: KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini merupakan bab penutup dimana akan dikemukakan kesimpulan dan saran sehubungan dengan hasil penelitian.

BAB II

Telaah Pustaka

2.1. Inovasi Produk

2.1.1. Pengertian Inovasi Produk

Produk artinya objek yang sangat penting yang mempengaruhi keberhasilan perusahaan dalam mendatangkan tingkat laba atau laba yg akan permanen menjaga kegiatan operasional dan kesehatan keuangan perusahaan. Secara luas, produk ialah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan suatu kebutuhan atau keinginan. Melalui produk, Produsen dapat memanjakan konsumen. sebab dari produk akan dapat diketahui seberapa besar kepuasan serta kebutuhan akan produk itu sendiri dalam kehidupan konsumen. (Hermawan, 2021). dalam menghasilkan produk perusahaan hendaknya sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Beberapa ahli pemasaran berkata pendapatnya perihal pengertian produk. dari Kotler serta Amstrong produk merupakan seluruh hal yang bisa ditawarkan kepadapasar untuk menarik perhatian, akuisi, penggunaan atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan (Alma,2011)

Secara luas, produk artinya segala sesuatu yang bisa ditawarkan ke pasar untuk memuaskan suatu kebutuhan atau keinginan. Melalui produk, Produsen bisa memanjakan konsumen. karena dari produk akan dapat diketahui seberapa besar kepuasan serta kebutuhan akan produk itu sendiri dalam kehidupan konsumen.dari definisi diatas bisa disimpulkan bahwa produk ialah sesuatu yang menjadi daya tarik perusahaan yang ditawarkan kepada konsumen untuk mencapai tujuan perusahaan. Perusahaan melakukan produksi untuk menghasilkan produk yang nantinya akan ditawarkan pada konsumen, untuk menarik konsumen serta mengalahkan pesaing, perusahaan dibutuhkan mempunyai produk yg tidak sama dengan pesaing lainnya. inovasi menjadi perubahan organisasi. inovasi meliputi

kreatifitas dalam menciptakan produk baru, jasa, ide atau proses baru. inovasi bisa diartikan sebagai proses adaptasi produk, jasa, inspirasi, atau proses baik yang sudah terdapat dalam organisasi maupun yang dikembangkan dari luar organisasi. Secara umum inovasi mempunyai makna proses mengadopsi “sesuatu“ yg baru oleh siapapun yang mengadopsinya, dan menjadi proses membentuk produk bar.(Anatan (2009).

Menurut Myers & Marquis, inovasi produk merupakan hasil dari berbagai macam proses yang digabungkan dan saling mempengaruhi antara satu dengan yang lain.(Bes, 2004)

Inovasi produk artinya membangun produk baru yg dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga muncul minat beli terhadap produk tersebut, yg dibutuhkan dapat direalisasikan melalui keputusan pembelian.inovasi poduk harus bisa membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan pada perubahan lingkungan yang cepat dan menuju pasar global. Keberhasilan inovasi produk membutuhkan kesesuaian antara proses dan lingkungan yang mendukung. Disamping itu keberhasilan inovasi yang dilaksanakan haruslah bersifat terus menerus serta bukan terealisasi secara insidental.inovasi menurut islam yaitu orang yang kreatif serta inovatif selalu ingin mencoba gagasan-gagasan baru dan orisinil untuk mencapai efektivitas serta efesiensi dalam melaksanakan pekerjaannya. Orang kreatif selalu bekerja menggunakan sistematis dengan mengemukakan data serta berita yang relevan. Orang yang kreatif biasa berpikir dengan otak kanan, yaitu mencari alternative pemecahan masalah dan mencari jawaban pertanyaan “why and what if”? dan “what and how”? Orang yang kreatif itu selalu ingin mencari tahu apa makna dari suatu fenomena yang Nampak di depan matanya. dari situ dia terus mengembangkan matanya sampai dia bisa mengungkap esensi sesungguhnya dari kenyataan itu Menghadapi persaingan yang semakin kompetitif menuntut perusahaan buat mencari solusi baru pada taktik perusahaan demi mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, khususnya dalam hal pengembangan produk strategi inovasi perlu dikembangkan

serta dilakukan, tanpa inovasi perusahaan akan mati kebalikannya perusahaan yang melakukan inovasi secara terus menerus akan dapat mendominasi pasar, dengan kreatifitas, contoh dan penampilan produk yang baru. strategi inovasi ini sangat dipengaruhi oleh kebutuhan konsumen dan trend masa kini , sehingga konsumen tidak bosan akan produk yang didapatkan. sesuai di definisis inovasi produk diatas maka penulis menarik kesimpulan bahwa yang dimaksud dengan inovasi produk ialah suatu usaha yang dijalankan perusahaan untuk menciptakan produk baru yang bertujuan untuk menyesuaikan dengan selera konsumen serta dapat menaikkan penjualan.

2.1.2. Tujuan Inovasi Produk

Tujuan perusahaan untuk melakukan inovasi produk artinya untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan sebab produk yg sudah terdapat rentan terhadap perubahan kebutuhan serta selera konsumen, teknologi, daur hidup produk yang lebih singkat, serta meningkatnya persaingan domestik dan luar negeri.

Saat ini ditengah persaingan yang begitu ketat, barang yang ditawarkan kepada konsumen haruslah bervariasi dengan segala kelebihan serta kecanggihannya. inovasi produk yang dilakukan haruslah melalui penelitian pasar agar produk yang dihasilkan bisa sesuai dengan kesukaan serta kebutuhan konsumen. inovasi produk artinya cara meningkatkan nilai menjadi sebuah komponen kunci kesuksesan sebuah operasi usaha yang dapat membawa perusahaan mempunyai keunggulan kompetitif serta menjadi pemimpin pasar. Meskipun perusahaan mementingkan mutunya, tetapi apabila perusahaan tidak memperhatikan selera konsumen, maka akan menyebabkan produknya tidak diminati, bahkan konsumennya akan beralih pada produk lain, sehingga penjualan akan turun

2.1.3. Tipe Inovasi Produk

Menurut Kotler dan Bes dalam aulia pendekatan-pendekatan tentang pengembangan produk baru yang didasarkan pada asumsi pasar tetap, yaitu:

a. Inovasi berbasis modulasi

Inovasi berbasis modulasi melibatkan perubahan suatu karakteristik dasar produk atau jasa, dengan menaikkan atau menurunkan karakteristik tersebut. Secara umum mengacu pada karakteristik-ciri fungsional atau fisik. pada inovasi modulasi bahwa karakteristik dasar berasal produk perlu ditingkatkan serta diturunkan.

b. Inovasi berbasis berukuran

Inovasi berbasis ukuran ialah peluncuran produk baru ke pasar tanpa mengubah apapun kecuali volumenya.

c. Inovasi berbasis kemasan

Cara sebuah produk dikemas dapat mengganti persepsi konsumen mengenai manfaat, fungsi, atau alasan konsumsi asal produk atau jasa.

d. Inovasi berbasis desain

Inovasi berbasis desain artinya inovasi dimana produk, container, atau kemasan dan ukuran yang dijual sama, namun desain atau tampilannya dimodifikasi.

e. Inovasi berbasis pengembangan bahan komplementer

Inovasi berbasis komplemen melibatkan penambahan bahan- bahan komplementer atau layanan tambahan atas produk atau jasa dasar.

f. Inovasi berbasis pengurangan upaya

Inovasi berbasis pengurangan upaya tidak merubah produk atau jasa, tetapi menaikkan ukuran dari pasar. inovasi semacam ini menaikkan nilai dengan menurunkan penyebut, bukan menaikkan pembilang.

Menurut Kotler terdapat 6 golongan produk baru diantaranya:

- a. Produk baru bagi global: yaitu produk baru yang membentuk suatu pasar yang sama sekali baru.
- b. Lini produk baru: yaitu produk baru yang memungkinkan perusahaan memasuki pasar yang sudah mapan untuk pertama kalinya.
- c. Tambahan pada lini produk yg telah ada: yaitu produk-produk baru yang melengkapi suatu lini produk perusahaan yang telah mantap (ukuran kemasan, rasa, serta lain-lain).
- d. perbaikan dan revisi produk yg sudah terdapat: yaitu produk baru yang memberikan kinerja yang lebih baik atau nilai yang diklaim lebih hebat serta menggantikan produk yg sudah ada.
- e. Penentuan kembali posisi (Repositioning): yaitu produk yang telah ada diarahkan ke pasar atau segmen pasar baru.
- f. Pengurangan biaya : yaitu produk baru yang menyediakan kinerja serupa menggunakan harga yang lebih murah

2.1.4. Indikator Inovasi Produk

Menurut Kotler Amstrong ada 3 indikator inovasi produk yaitu kualitas produk, varian produk, dan gaya serta desain produk.

a. Kualitas produk

Kemampuan suatu produk dalam melakukan fungsi-manfaatnya yang mencakup daya tahan, kehandalan, serta ketelitian yang didapatkan.

b. Varian produk

sarana kompetitif untuk membedakan produk satu dengan yang lain, atau antara produk yang dimiliki dengan produk pesaing.

c. Gaya serta Desain produk

cara lain dalam menambah nilai bagi pelanggan. gaya hanya mengungkapkan penampilan produk eksklusif, sedangkan desain mempunyai konsep yang lebih dari gaya

2.2 .Kualitas Produk

2.2.1. Pengertian Kualitas Produk

Menurut American Society for Quality Control, kualitas produk adalah keseluruhan kelengkapan serta karakteristik berasal produk atau layanan yang memengaruhi kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan baik yang dinyatakan maupun tersirat (Kolter, 2004). Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong sebagaimana yang dikutip pada jurnal Yunita Sawitri dkk, kualitas produk ialah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan kegunaannya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketetapan, kemudahan operasi, pemugaran produk, serta atribut bernilai lainnya.(Yunita Sawitri, 2013).

Kebanyakan produk disediakan atau diadakan pada mulanya berawal pada satu di antara empat tingkat kualitas, yaitu kualitas rendah kualitas rata-rata (sedang), kualitas baik (tinggi) dan kualitas sangat baik(Assaury, 2002) Produk berkualitas prima memang akan lebih atraktif bagi konsumen, bahkan akhirnya dapat meningkatkan volume penjualan. Tetapi lebih dari itu produk berkualitas mempunyai aspek penting lain, yakni konsumen yang membeli produk berdasarkan mutu, umumnya dia mempunyai loyalitas produk yang besar dibandingkan dengan konsumen yang membeli berdasarkan orientasi harga. (Prawirosentono, 2004).

2.2.2. Tingkatan Produk

Suatu produk akan memiliki level produk sebagai berikut:

- 1) Manfaat inti (core benefit), yaitu manfaat yang sesungguhnya dibeli konsumen. contohnya seseorang tamu hotel membeli istirahat dan tidur. Pemasaran wajib memandang umpama dirinya membutuhkan hal tersebut.
- 2) Produk dasar (basic product), yaitu bentuk dasar dari suatu produk yang dapat dirasakan panca alat. contohnya kamar hotel meliputi kamar tidur, kamar mandi, handuk, meja tulis, lemari pakaian.
- 3) Produk yang dibutuhkan (expected product), yaitu serangkaian atribut- atribut produk dan syarat-syarat yg dibutuhkan oleh pembeli pada saat mereka membeli suatu produk. contohnya seorang tamu hotel mengharapkan tempat tidur yang higienis, handuk yang baik, lampu baca yang terang, hening, serta AC yang dingin.
- 4) Produk yang ditingkatkan (augmented product), yaitu sesuatu yang membedakan antara produk yang ditawarkan oleh perusahaan dengan produk yang ditawarkan oleh pesaing. misalnya TV dengan remotnya, bunga segar, check in cepat.
- 5) Produk potensial (potential product), yaitu meliputi seluruh kemungkinan tambahan serta transformasi yang mungkin dialami sebuah produk atau penawaran di masa depan.(Nasution, 2006)

2.2.3. Dimensi Kualitas Produk

Sifat khas mutu suatu produk yang “tangguh” harus mempunyai multi dimensi, karena harus memberi kepuasan dan nilai manfaat yang besar bagi konsumen dengan melalui berbagai cara. oleh sebab itu sebaiknya setiap produk wajib mempunyai ukuran yg mudah di hitung supaya simpel dicari konsumen sesuai menggunakan kebutuhannya. tetapi di samping itu wajib terdapat ukuran yg bersifat kualitatif, seperti warna yang ngetrend dan bentuk yang menarik. (Prawirosentono, 2004)

Menurut Kotler serta Armstrong di kutip dari jurnal Yunita Sawitri dkk, kualitas produk terdiri dari delapan dimensi, yaitu:

- a. Performance: Berkaitan menggunakan aspek fungsional suatu barang serta merupakan ciri primer, yang dipertimbangkan pelanggan dalam membeli barang tersebut (menyangkut ciri operasi dasar).
- b. Features: Aspek performansi yang berguna untuk menambah fungsi dasar, berkaitan dengan pilihan-pilihan produk serta pengembangan (item-item ekstra yg ditambahkan di fitur dasar).
- c. Reliability: Hal yang berkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu barang berhasil menjalankan kegunaannya setiap kali dipergunakan dalam periode waktu dan syarat eksklusif.
- d. Conformance: Berkaitan menggunakan tingkat kesesuaian terhadap aspek yang telah ditetapkan sebelumnya sesuai keinginan pelanggan (kesesuaian kinerja serta mutu produk dengan standar).
- e. Durability: Suatu refleksi umur ekonomis berupa ukuran daya tahan pada suatu masa gunakan barang (jangka waktu hidup sebelum masanya diganti).
- f. Service Ability: ciri yang berkaitan dengan kecepatan, kompetensi kemudahan, serta akurasi dalam menyampaikan layanan untuk perbaikan organisasi (kemudahan service atau perbaikan saat dibutuhkan).
- g. Asthetics: ciri yg bersifat subjektif mengenai nilai-nilai estetika yang berkaitan menggunakan pertimbangan eksklusif dan refleksi dari referensi individual.
- h. Perceived Quality: Konsumen tidak selalu memiliki informasi yg lengkap mengenai atribut-atribut produk. namun, umumnya konsumen memiliki informasi tentang produk secara tidak langsung (mutu/kualitas yang dirasa konsumen)

2.3. Harga

2.3.1. Pengertian Harga

Harga adalah ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya.(Girosudarmo, 2014). Harga adalah hal yang sangat penting dalam pembelian baik barang dan jasa. Harga juga merupakan sejumlah uang ditambah beberapa barang beserta pelayanannya. Harga sering kali digunakan sebagai indikator nilai bila mana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa.

Dalam penentuan nilai suatu barang dan jasa , konsumen membandingkan kemampuan suatu barang dan jasa dalam memenuhi kebutuhannya dengan kemampuan suatu barang dan jasa substitusi Agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat. Dari sudut pandang pemasaran, harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa Tjiptono.(Tjiptono 2008)

2.3.2. Tujuan Penetapan Harga

Tujuan Penetapan Harga pada umumnya penjual memiliki beberapa tujuan pada penetapan harga produknya.menurut Tjiptono, pada dasarnya ada tujuan penetapan harga, yaitu :

- a. Tujuan berorientasi pada laba . asumsi teori ekonomi klasik menyatakan bahwa setiap perusahaan selalu menentukan harga yang dapat menghasilkan laba paling tinggi,tujuan ini dikenal dengan kata maksimasi laba .
- b. Tujuan berorientasi pada volume Selain tujuan berorientasi di laba ,ada pula perusahaan yang menetapkan harganya sesuai tujuan yang berorientasi pada volume tertentu atau yang biasa dikenal dengan kata volume pricing objectives

- c. Tujuan berorientasi pada gambaran(image) suatu perusahaan dapat di bentuk melalui strategi penetapan harga. Perusahaan bisa menetapkan harga tinggi untuk menghasilkan atau mempertahankan citra prestisius.
- d. Tujuan stabilisasi harga pada pasar yang konsumennya sangat sensitif terhadap harga, Jika suatu perusahaan menurunkan harganya, maka para pesaingnya harus menurunkan harga mereka.
- e. Tujuan-tujuan lainnya Harga dapat juga ditetapkan dengan tujuan mencegah masuknya pesaing, mempertahankan loyalitas pelanggan, mendukung penjualan ulang, atau menghindari campur tangan pemerintah. Secara teoritis harga bisa berkembang tanpa batas. (Tjiptono, 2008)

2.3.3. Peranan Harga

Harga mempunyai peranan utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli, yaitu Tjiptono:

- a. peran alokasi yaitu fungsi dari harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya. Pembeli membandingkan harga berasal berbagai cara lain yang tersedia, kemudian menetapkan alokasi dana yang dikehendaki.
- b. Peranan informasi dan harga, yaitu fungsi harga dalam “mendidik” konsumen mengenai faktor-faktor produk seperti kualitas. Hal ini bermanfaat pada situasi dimana pembeli mengalami kesulitan untuk menilai faktor produk atau manfaatnya secara obyektif. (Tjiptono, 2008)

2.3.4. Indikator Harga

Didalam penelitian ini ada beberapa indikator yang digunakan Menurut Goenadhi (2011:159) indikator harga adalah

- a. Harga terjangkau daya beli konsumen, dimana konsumen membeli suatu produk yang memiliki harganya terjangkau sehingga mudah dicapai atau dibeli.
- b. Harga bersaing dengan merek lain, yaitu konsumen biasanya membedakan harga produk yang mau dibeli.
- c. Pemberian diskon atau potongan harga, pihak manajemen perusahaan atau produsen memberikan potongan terhadap konsumen pada pembelian produk yang diinginkan.

2.4. Keputusan Pembelian

2.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian

Sebelum merencanakan pemasaran, suatu perusahaan perlu mengidentifikasi konsumen sasarannya dan proses keputusan mereka. Keputusan artinya bagian/salah satu elemen penting dari perilaku nasabah disamping aktivitas fisik yang melibatkan nasabah pada menilai, menerima dan mempergunakan barang-barang dan jasa ekonomis. Perspektif pemecahan persoalan mencakup seluruh jenis perilaku pemenuhan kebutuhan serta jajaran luas dari faktor-faktor yang mempengaruhi Harga dan mempengaruhi keputusan nasabah.

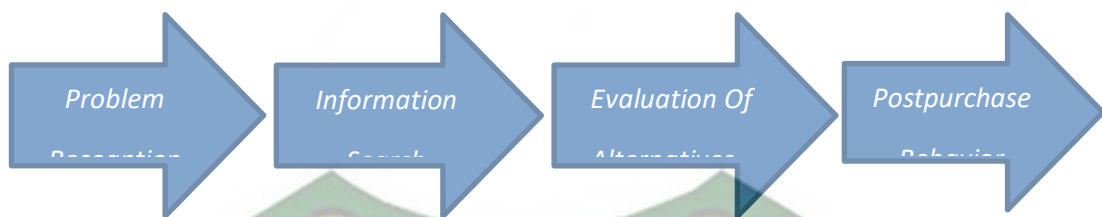
Kotler (2007) mengemukakan bahwa keputusan merupakan sebuah proses pendekatan penyelesaian persoalan yang terdiri dari sosialisasi problem, mencari informasi, beberapa penilaian cara lain, membentuk keputusan membeli serta perilaku sesudah membeli yang dilakukan konsumen semua pilihan yang mungkin untuk memecahkan persoalan itu serta menilai pilihan-pilihan secara sistematis dan obyektif serta target-sasarannya yg memilih keuntungan dan kerugiannya masing-masing. Sedangkan menurut Schiffman, Kanuk (2006) keputusan pembelian adalah pemilihan dari 2 atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, ialah bahwa seseorang bisa membentuk keputusan,

haruslah tersedia beberapa cara lain pilihan. keinginan untuk membeli muncul sehabis konsumen merasa tertarik dan ingin memakai produk yang dilihatnya, dari Basu Swastha (2010) proses membeli (buying intention) akan melalui 5 tahapan, yaitu :

- a. pengenalan masalah (problem Recognition)
- b. Pencarian informasi (Information Search)
- c. evaluasi alternatif (Evaluation of Alternatives)
- d. Keputusan pembeli (Purchase Decision)
- e. perilaku pasca pembelian (Post Purchase Behaviour)

Informasi tentang produk mendasari proses membeli sehingga akhirnya timbul suatu kebutuhan, di sini konsumen akan mempertimbangkan dan memahami kebutuhan tersebut, jika evaluasi pada produk telah jelas maka konsumen akan mencari produk yang dimaksud, yang lalu akan berlanjut pada penilaian produk dan akhirnya konsumen akan mengambil keputusan untuk membeli atau memutuskan untuk tidak membeli yang disebabkan produk tidak sesuai dan mempertimbangkan atau menunda pembelian pada masa yang akan tiba. Pengambilan keputusan yang dilakukan konsumen berupa pembelian terhadap produk atau jasa intinya hanyalah ialah salah satu tahap pada proses keputusan pembelian.

Pengambilan keputusan artinya suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam menerima dan mempergunakan barang yang ditawarkan. tahap-tahap proses keputusan pembelian dapat digambarkan dalam sebuah contoh di bawah ini:



Gambar 2.1. Proses Keputusan Pembelian

Sumber : Kotler (2007)

Pada contoh di atas memiliki asumsi bahwa para konsumen melakukan 5. tahap dalam melakukan pembelian. tahap ini tidak selalu terjadi, khususnya dalam pembelian yang tidak memerlukan keterlibatan pembeli. Para konsumen bisa melewati beberapa tahap serta urutannya tidak sesuai. Adapun tahap-tahap dalam Proses Keputusan Pembelian adalah :

1. problem Recognition

Proses membeli dimulai ketika pembeli menyadari timbulnya suatu kebutuhan. Kebutuhan seperti lapar, pakaian, pendidikan artinya persoalan yang wajib diatasi oleh konsumen. waktu kebutuhan ini semakin meningkat, maka mereka mulai menyadari akan munculnya sebuah masalah. Para pemasar perlu mengetahui apakah kebutuhan yang dirasakan konsumen dan hal-hal apakah yg menyebabkan timbulnya kebutuhan ini.

2. Information Search

Konsumen yang mulai menyadari akan timbulnya kebutuhan, akan berusaha mencari informasi terhadap hal-hal yang dapat memuaskan kebutuhannya ini. Konsumen mungkin akan mencari informasi yang lebih mendalam. pada sisi lain mereka mungkin tidak begitu tergerak untuk mencari info terhadap hal-hal yang dapat memuaskan kebutuhannya. umumnya konsumen akan tergerak buat mencari informasi yang mendalam sebab akan membeli produk yang bernilai mahal, sementara buat produk dengan harga terjangkau, mereka tidak begitu tergerak untuk mencari informasi.

3. Evaluation of Alternatives

Informasi yang diperoleh konsumen dapat berupa banyak sekali macam produk atau jasa yang bisa memuaskan kebutuhan konsumen. berbagai macam cara lain produk ini kemudian dievaluasi serta dievaluasi manakah yang bisa menyampaikan kepuasan yg paling besar bagi konsumen.

4. Purchase Decision

Tahap ini adalah tahap dimana konsumen menentukan pilihan mereka atas banyak sekali macam cara lain yang tersedia. seseorang konsumen yang menetapkan buat membeli suatu produk akan menghasilkan 5 macam sub keputusan membeli, yaitu keputusan tentang merek, membeli dari siapa, jumlah yang akan dibeli, waktu pembelian serta cara membayar (Kotler, 2007)

5. Postpurchase Behavior

Setelah membeli sebuah produk, konsumen mungkin akan mengalami kepuasan atau ketidakpuasan atas produk yang dibelinya. sikap yang terjadi pada tahap ini adalah Jika konsumen merasa puas maka dia akan mempertimbangkan untuk membeli produk yang sama pada kesempatan berikutnya. Sedangkan konsumen yang tidak puas akan berusaha mengurangi ketidakpuasannya itu dengan cara meninggalkan produk tersebut, memberikan keluhan kepada perusahaan atau mungkin tidak melakukan tindakan apapun juga.

2.4.2. Indikator Keputusan Pembelian

Adapun indikator keputusan pembelian konsumen , menurut Philip Kotler (2007:222) setiap keputusan pembelian memiliki indikator tersebut antara lain :

a. Tujuan pada membeli sebuah produk, yaitu ialah perilaku seseorang konsumen untuk membeli suatu produk apakah produk yang di cari sinkron

menggunakan kesukaan dan kebutuhan konsumen. sehingga konsumen membeli produk yang di tawarkan oleh Produsen atau perusahaan.

b. Kemantapan di sebuah produk, yaitu artinya perasaan yang di rasakan seseorang konsumen terhadap pemilihan produk yang akan di beli sehingga konsumen merasa mantap dan yakin sebelum membeli produk serta menentukan produk tersebut benar-benar produk pilihan yang pada inginkan.

c. memberikan rekomendasi kepada orang lain, yaitu artinya tindakan seorang konsumen setelah membeli produk dan merasa puas dengan produk yang di pakai sehingga konsumen tersebut memberikan rekomendasi kepada orang lain tentang produk tersebut



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

2.5. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Nama	Judul	Variable	Metode	Hasil
Adijati Utamaningsih (2016)	Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi dan kreativitas Strategi Pemasaran Terhadap Kinerja Pemasaran Pada UKM Kerajinan Rotan Di Desa Teluk Wetan, Welahan, Jepara	OrientasiPasar, Inovasi ,Kreativitas pemasaran strategis	Analisis Regresi Berganda	Orientasi pasar, inovatif dan kreativitas pemasaran strategis berpengaruh signifikan terhadap kinerja pemasaran usaha kecil menengah rattan handicraft di Desa Teluk Wetan, Welahan, Jepara
Setya Jayanti, Henny Indrawati, Gani Haryana (2021)	Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kerajinan Rotan di Kota Pekanbaru	inovasi produk	Analisis regresi liner Sederhana	Inovasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian kerajinan rotan di kota pekanbaru sebesar 41,8 %.
Siti Saroh (2020)	Pengaruh orientasi pasar, inovasi produk dan jaringan usaha terhadap	Orientasi pasar, Inovasi produk dan jaringan usaha	Analisis Regresi Liner berganda	Hasil Penelitian orientasi pasar dan inovasi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keunggulan

Nama	Judul	Variable	Metode	Hasil
	keunggulan bersaing (studi kasus pada IKM Rotan di Balarjosari kecamatan Blimbing Kota Malang)			bersaing secara parsial, jaringan usaha berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing secara parsial dan orientasi pasar, inovasi produk dan jaringan usaha berpengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing secara simultan.
Vivy Kristinae (2018)	Pengaruh Produk , Harga dan Promosi Terhadap Konsumen Untuk Melakukan Pembelian Kerajinan Tangan Rotan	Produk,Harga , Promosi	regresi linear berganda, dengan alat bantu pengolahan SPSS	Variable produk, harga, dan promosi secarasimultan berpengaruh terhadap Variabel minat beli konsumen. Dari angka R square (R ²) menunjukkan 53,4% variable minat beli konsumen dapat di jelaskan oleh ketiga variable independen secara persamaan regresi, sedangkan sisanya di pengaruhi factor lain diluar penelitian ini. Dari

Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

Nama	Judul	Variable	Metode	Hasil
				uji t di hasilkan produk (3,562), harga (6,126), promosi (6,346) dengan Signifikan sebesar $>0,05$, secara parsial berpengaruh terhadap minat beli konsumen untuk memutuskan membeli produk
Khoirul Anam, Miftah Arifin , Anna Widiastuti, Zainul Arifin (2020)	Pengembangan Produk Orientasi Ekspor dan Inovasi Produk pada UMKM Rotan Indah Jepara	Pengembangan Produk, Orientasi dan Inovasi Produk	deskriptif dengan pendekatan asosiatif	Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebesar 46,5%, pengaruh ini positif dan signifikan.

2.6. Kerang pemikiran

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dipaparkan diatas, maka diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui apakah pengaruh inovasi produk, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian kerajinan rotan

di kecamatan rumbai. Adapun bagan kerangka pemikiran penelitian ini yaitu sebagai berikut:

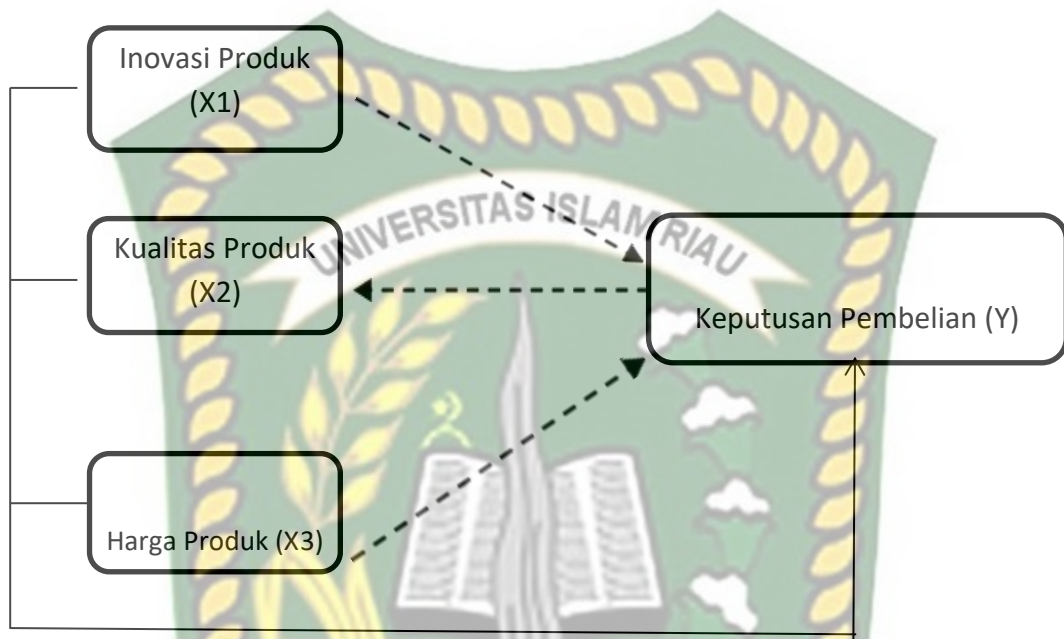


Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

Gambar 2.2.

Kerangka Berpikir Penelitian



Sumber : data olahan peneliti (2021)

Keterangan : X1 : Inovasi Produk
 X2 : Kualitas Produk
 X3 : Harga Produk
 Y : Keputusan Pembelian
 → : Simultan
 : Parsial

2.7. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan teori- teori yang dikemukakan, maka langkah selanjutnya dapat digunakan untuk menyusun kerangka berfikir. Dengan kerangka berfikir ini selanjutnya yang digunakan untuk menyusun hipotesis. Hipotesis adalah

pernyataan yang diterima secara sementara sebagai suatu kebenaran sebagaimana adanya, pada saat fenomena dikenal dan merupakan dasar kerja serta panduan dalam verifikasi. Adapun hipotesis penelitian ini adalah :

1. Diduga Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada usaha kerajinan rotan (studi kasus usaha rotan Ibu Emi di kecamatan rumbai).
2. Diduga Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada usaha kerajinan rotan (studi kasus usaha rotan Ibu Emi di kecamatan rumbai).
3. Diduga Harga produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada usaha kerajinan rotan (studi kasus usaha rotan Ibu Emi di kecamatan rumbai).
4. Diduga Inovasi produk, Kualitas produk dan Harga produk secara simultan mempengaruhi keputusan pembelian pada usaha kerajinan rotan (studi kasus usaha rotan Ibu Emi di kecamatan rumbai).

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian lapangan yaitu penelitian yang setiap datanya diperoleh secara langsung pada objek penelitian dilapangan. Penelitian yang datanya diperoleh melalui obeservasi dan wawancara kepada pihak yang bersangkutan serta mengumpulkan dokumen yang diperoleh dalam penelitian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif.

3.2. Operasional Variabel

Operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variable	Dimensi	Indicator	Skala
Inovasi produk merupakan kemampuan menerapkan ide – ide baru (ide kreatif) terhadap peluang yang ada untuk memberikan nilai tambah atas sumber daya yang dimiliki. Soleh (2014)	Inovasi Produk	<ul style="list-style-type: none"> • Variasi jenis produk • Variasi bentuk produk • Variasi ukuran / berat 	Ordinal
	Inovasi Proses	<ul style="list-style-type: none"> • Perbaikan produksi yang telah ada • Pemanfaatan alat atau teknologi baru 	
	Inovasi pasar	<ul style="list-style-type: none"> • Penambahan toko baru • Perluasan segmen pasar 	
Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk	Bentuk	Produk sesuai dengan kepuasan	

Variable	Dimensi	Indicator	Skala
melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketetapan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya. Kotler dan Armstrong (2008)	Ketahanan	Memiliki daya tahan lama	Ordinal
	Kemudahan	Pembeli mudah mendapatkan produk	
	Desain	Desain sesuai dengan selera pembeli	
Harga merupakan jumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk keuntungan memiliki dan menggunakan produk atau jasa yang memungkinkan perusahaan mendapatkan laba yang wajar dengan cara dibayar untuk nilai pelanggan yang diciptakannya. Kotler dan Armstrong (2012)	Keterjangkauan Harga	Harga Produk Rotan	Ordinal
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk	

Variable	Dimensi	Indicator	Skala
	Kesesuaian harga dengan manfaat	Kesesuaian manfaat produk	
	Daya saing harga	Harga berbeda dengan pesaing	
<p>Keputusan pembelian adalah suatu keputusan yang dipengaruhi oleh beberapa faktor yang akan membuat konsumen secara aktual mempertimbangkan segala sesuatu dan pada akhirnya konsumen membeli produk yang paling mereka sukai.</p> <p>Tjiptono (2012)</p>	Pilihan produk	<ul style="list-style-type: none"> • Kebutuhan suatu produk • Keberagaman varian produk • Kualitas produk 	Ordinal
	Pilihan merek	<ul style="list-style-type: none"> • Kepercayaan terhadap produk • Popularitas merek 	
	Pilihan penyalur	<ul style="list-style-type: none"> • Kemudahan mendapatkan produk • Ketersediaan produk 	
	Waktu pembelian	Jangka waktu untuk pembelian	
	Jumlah pembelian	Kebutuhan akan	

Variable	Dimensi	Indicator	Skala
		produk	

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi adalah kumpulan elemen yang menunjukkan ciri- ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan (Anwar sanusi 2017 :87). Adapun yang menjadi Populasi dalam peneitian ini adalah orang yang membeli Kerajinan Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai.

3.3.2. Sampel

Menurut Anwar sanusi (2007 : 87) sampel adalah bagian dari elemen-elemen populasi yang terpilih. Adapun yang akan menjadi populasi dalam penelitian ini adalah orang yang membeli karya dari usaha kerajinan rotan di Kecamatan Rumbai. Teknik penentuan sampel menggunakan metode Sampling Jenuh dimana semua anggota populasi digunakan sebagai sampel karena jumlah populasinya relatif kecil (Sugiyono, 2006 : 78). Menurut Sugiyono (2014: 68), bahwa: “teknik sampling jenuh merupakan teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel.” Hal ini dikarenakan populasi yang digunakan pada penelitian ini relatif kecil, kurang dari 30 orang atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Maka sampel yang diteliti sebanyak 30 orang yang membeli kerajinan Rotan. Dengan mempertimbangkan keterbatasan waktu dan keterbatasan keadaan dimasa pandemi covid-19.

3.4. Lokasi Penelitian

Penelitian ini adalah peneitian lapangan (*file research*). Lokasi penelitian ini dilakukan di kawasan jalan Yos Sudarso Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru.

Alasan penulis memilih lokasi ini, karena usaha ini merupakan usaha yang tergolong *home indusrty* yang mengolah aneka kerajinan anyaman rotan. Dimana usaha ini sudah beroperasi belasan tahun silam, tentunya ada mendapatkan tantangan baik dan peluang antara usaha yang sejenis dengan usaha lainnya. Dengan adanya persaingan tersebut tentu ada beberapa hal yang dilewati, baik itu hambatan, motivasi selama menjalankan usaha tersebut.

3.5 Jenis dan Sumber Data

3.5.1. Sumber Data

Sumber data adalah objek dari mana dapat diperoleh. Sesuai dengan metode yang digunakan, maka yang menjadi sumber data dalam penelitian ini adalah hal-hal yang menyangkut orient inovasi produk, kualitas dan harga terhadap keputusan pembelian.

3.5.2. Jenis data

Jenis data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden yang berada di lokasi penelitian. Data primer diperoleh dengan memberikan daftar pertanyaan atau kuesioner yang dibagikan pada pelanggan yang pernah berkunjung dan membeli Kerajinan Rotan di Kecamatan Rumbai.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh untuk melengkapi data primer yang berhubungan dengan sejarah dan perkembangan perusahaan, struktur organisasi, jumlah karyawan serta buku-buku ilmiah dan literatur lainnya yang diperoleh sehubungan dengan masalah yang diteliti oleh peneliti.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi pengamatan yang dilakukan secara langsung di Usaha kerajinan Rotan di Kecamatan Rumbai sebagai objek penelitian mengenai pengaruh inovasi produk, kualitas, dan harga terhadap keputusan pembelian .

b. Kuesioner

Dalam penelitian ini memperoleh data, informasi atau keterangan-keterangan yang diperlukan peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara Kuesioner atau angket, yaitu suatu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden, dengan harapan memberikan respon atas dasar daftar pertanyaan tersebut (Umar,2003). Dalam penelitian ini jenis kuesioner yang akan digunakan adalah kuesioner tertutup dimana Responden diminta untuk menjawab pertanyaan dengan memilih jawaban yang telah disediakan dengan skala likert yang berisi lima tingkatan pilihan jawaban yaitu:

- a. Skor 5 untuk jawaban sangat setuju (SS)
- b. Skor 4 untuk jawaban setuju (S)
- c. Skor 3 untuk jawaban cukup setuju (CS)
- d. Skor 2 untuk jawaban tidak setuju (TS)
- e. Skor 1 untuk jawaban sangat tidak setuju (STS)

3.7. teknik Analisis Data

Metode analisis data merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengolah hasil penelitian, guna memperoleh kesimpulan. Dalam penelitian ini metode analisis data yang digunakan adalah :

a. 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” (Ghozali, 2012). Uji Validitas menunjukkan tingkat ketepatan ukuran dan ketepatan suatu instrumen terhadap konsep yang diteliti. Kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2012). Dalam penentuan layak atau tidak layaknya suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikan koefisien korelasi pada batasan minimal korelasi 0,30 (Priyatno, 2010).

Metode yang akan digunakan untuk melakukan uji validitas adalah dengan melakukan korelasi antara skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Dengan ketentuan sebagai berikut (Priyono, 2015) :

- a. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 5%) maka instrument atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid)
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 5%) maka instrument atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid)
- c. Dengan memperhatikan kolom Corrected Item-Total Correlation apabila nilai tiap variabel lebih besar dari r_{tabel} maka dapat disimpulkan bahwa butir instrument tersebut valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu indeks yang menunjukkan sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Hasil pengukuran dapat dipercaya atau reliable hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relative sama, selama aspek yang diukur dalam diri subjek memang belum rendah.

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika

pengukuran tersebut diulang. Menurut Ghozali, (2012) “Instrumen dikatakan reliabel apabila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu”. Dengan ketentuan sebagai berikut (Priyono, 2015):

- a. jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 5%) maka instrument atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid)
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 5%) maka instrument atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid)
- c. Dengan memperhatikan kolom Alpha If Item Deleted apabila nilai tiap variabel lebih besar dari r_{tabel} maka dapat disimpulkan bahwa butir instrument tersebut reliable.

C. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya data sampel. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual itu berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik (Ghozali, 2012).

Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan grafik normal probability plot (grafik plot). Normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data atau titik pada sumbu diagonal dari grafik (Ghozali, 2012). Uji normalitas tersebut juga dibutuhkan dalam melakukan uji statistik F dan Uji Statistik T.

c. Uji Multikoleniaritas

Ghozali (2005) mengatakan bahwa Multikoleniaritas merupakan hubungan linier yang sempurna antara beberapa atau semua variable bebas. Pengujian Multikoleniaritas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable bebas Multikoleniaritas dapat dideteksi dengan menganalisis matrik koleresi variable-variabel Independen atau dengan menggunakan perhitungan nilai. Tolerance dan VIF, jika antar variable

independen ada kolerasi yang cukup tinggi (lebih dari 0,900) maka hal ini menunjukkan adanya multikoleniaritas atau jika nilai Tolerance kurang dari 0,100 atau nilai VIF lebih dari 10, maka hal ini menunjukkan adanya multikoleniaritas (Ghozali,2005).

d. Uji Heteroskedastisitas

Untuk menguji ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan melihat grafik scatterplot antara nilai prediksi variabel dependen dan nilai residualnya. Heteroskedastisitas terjadi apabila membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang , melebar, kemudian menyempit), sedangkan jika tidak ada pola yang jelas, serta titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2005)

Uji ini bermaksud untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terdapat ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain (Ghozali I. , aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 20, 2013). Jika varian dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap sama maka disebut homokedastisitas, namun jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik plot antar prediksi variable dependen dan residualnya.

e. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui ada auto atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik yaitu korelasi yang terjadi diantara residual pada pengamatan dengan pengamatan yang lainnya pada model regresi. Model regresi yang baik apabila tidak terjadi aotokorelasi. Uji Durbin Watson dapat digunakan untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi dalam beberapa variabel dependen dan independen.

Autokorelasi adalah keadaan yang menunjukkan residual (e_i) memiliki hubungan dari satu observasi ke observasi lainnya. Model regresi yang baik

adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Untuk mengetahui model regresi dikatakan tidak terjadi autokorelasi jika nilai durbin watson berada antara 4-du sd 4-du.

f. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh faktor religisitas dan kesadaran kesehatan terhadap minat beli konsumen Kerajinan Rotan di Kecamatan Rumbai.

Rumus matematis dari regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah (Ghozali, 2005:82):

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b₁ = Koefisien regresi Inovasi produk

b₂ = Koefisien regresi Kualitas produk

b₃ = Koefisien regresi Harga produk

X₁ = Inovasi

X₂ = Kualitas produk

X₃ = Harga

e = Error

g. Uji Hipotesis

1. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. 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. (Ghozali, 2011:97).

2. Uji F (simultan)

Uji F untuk menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat (Ghozali, 2011: 98). Menurut Ghozali (2011) pengujian ini untuk mengetahui tingkat signifikan pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel independen. Kriteria untuk menguji nilai hipotesis adalah yaitu sebagai berikut : dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} :

1. Apabila $F_{tabel} > F_{hitung}$, maka H_a ditolak
2. Apabila $F_{tabel} > F_{hitung}$, maka H_a diterima Dengan tingkat keputusan sebesar 95% atau taraf signifikan sebesar 5%, maka:
 - a. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_a diterima. Berarti masing-masing variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.
 - b. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_a ditolak. Berarti masing-masing variabel bebas secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

3. Uji T (Parsial)

Menurut Ghozali (2012), uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan significance level 0,05 ($\alpha=5\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria yaitu jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Untuk mempengaruhi variabel-variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Apabila $t_{hitung} > t_{table}$, maka H_0 ditolak, dengan demikian variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat yang ada dalam model. Sebaliknya apabila $t_{hitung} < t_{table}$, maka H_0 diterima, dengan demikian variabel bebas tidak dapat menjelaskan variabel terikat atau dengan kata lain tidak ada pengaruh antara dua variabel yang diuji.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB IV

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

4.1. Gambaran Umum

4.1.1. Gambaran Umum Kerajinan Rotan di Kecamatan Rumbai Kota Pekanbaru

Perabot rotan di Pekanbaru merupakan industri kecil yang kegiatannya melakukan pengolahan bahan baku menjadi barang-barang kerajinan rotan yang dapat dikonsumsi oleh rumah tangga dan konsumen perkantoran. Barang-barang yang dihasilkan memiliki berbagai macam jenis dan kegunaan. Bukan hanya menghasilkan jenis perabotan. Bukan hanya menghasilkan jenis perabotan, tetapi juga menghasilkan berbagai macam barang-barang kerajinan untuk pajangan.

Industri kerajinan rotan ini tidak seperti jenis kerajinan lain yang berbahan kayu, bambu, dan besi. Industri kerajinan rotan ini sendiri seakan tidak ada habisnya karena dalam kondisi apapun hasil kerajinan rotan tetap mendominasi dalam industri dan mendapat tempat yang lebih bagi para pencintanya. Dilihat lagi dari jenis hasil produksi yang dihasilkan memiliki keunikan dan keindahan tersendiri disetiap produknya.

Kerajinan rotan sudah terkenal dari dulu pada zamannya. Di daerah Pekanbaru kerajinan rotan mulai muncul sekitar tahun 1970-1980. perkembangan kerajinan rotan juga pesat dilihat dari sudah banyaknya hasil-hasil kerajinan yang dipasarkan. Berbagai jenis hasil kerajinan yang berbahan baku rotan sudah

menghasilkan berbagai macam perabotan dan alat rumah tangga lainnya. Kerajinan rotan yang dihasilkan menjadi incaran bagi para peminat baik yang berasal dari dalam kota maupun diluar kota Pekanbaru.

Perabot rotan pertama kali didirikan oleh Bapak Syarbani pada tahun 1995 yang berlokasi di jalan Yos Sudarso no. 235 Rumbai Pekanbaru. Saat pertama kali pendirian usaha ini sudah cukup besar. Perabot rotan Bapak Syarbani ini bernama Al- Furqon. Perabot rotan Al- Furqon merupakan perabot rotan yang berdiri atas dasar kelanjutan dari perabot “ ELANG PERKASA” Awalnya Bapak Syarbani melakukan kerja sama dengan saudaranya untuk mendirikan perabot rotan “ ELANG PERKASA”. Akibat terjadinya permasalahan internal akhirnya perabot rotan ELANG PERKASA dibubarkan. Sejak saat itu Bapak Syarbani mendirikan usaha baru perabot rotan Al-Furqon. Usaha ni secara penuh dimiliki oleh Bapak Syarbani.

Sedangkan pengarajin rotan lainnya yaitu Kerajinan rotan ibu emi berdiri pada tahun 2006 yang berlokasi di jalan Yos Sudarso Rumbai Pekanbaru. Saat pertama kali pendirian usaha ini sangatlah sederhana sekali. Bangunan usaha yang dimiliki sangatlah kecil sekali serta tenaga kerja masih sedikit sekali. Saat itu Ibu Emi masih memperkerjakan karyawannya yang berasal dari keluarganya. Bahkan seorang tenaga kerja harus bekerja rangkap dalam melakukan proses produksi. Kesederhanaan usaha tersebut disebabkan karena Ibu Emi hanya memiliki modal yang kecil, sehingga sulit untuk mengembangkan usaha.

Usaha rotan ibu emi merupakan salah satu dari beberapa kios rotan yang masih eksis di tepi jalan Yos Sudarso, Rumbai. Kawasan ini memang terkenal sebagai pusat kerajinan rotan di Pekanbaru sejak lama. Peralatan rotan ibu emi banyak di sukai pembeli karena awet dan terkesan mewah. Pembeli kerajinan pun tidak hanya dari pekanbaru saja bahkan sampai luar daerah.

4.2. Visi dan Misi Kerajinan Rotan Ibu Emi

4.2.1. Visi :

- Menjadikan Usaha rotan ibu emi penyedia perabotan - perabotan rumah tangga yang besar, lengkap dan harga ekonomis di kalangan konsumen.
- Menjadikan Kecamatan Rumbai sebagai pusatnya kerajinan Rotan

4.2.2. Misi :

- Menjual kerajinan Rotan dengan merek ternama, harga murah tetapi kualitas diutamakan keinginan konsumen.
- Memberikan pelayanan yang terbaik untuk pembeli kerajinan Rotan ibu emi
- Selalu meningkatkan kinerja dan kualitas diri dan kedisiplinan dengan harapan untuk mewujudkan pelayanan yang memuaskan terhadap semua pembeli.

4.3. Struktur Organisasi

Sebagaimana telah di ketahui bahwa struktur organisasi suatu usaha kerajinan rotan yang baik bentuknya maupun ragamnya sangat erat sekali hubungannya dengan semua kegiatan kerajinan dalam usaha mencapai tujuan

kerajinan tersebut. Kegiatan yang akan dilakukan dalam usaha kerajinan ini tidak dapat hanya dilakukan hanya satu orang saja, tetapi memerlukan bantuan orang lain yang dapat dijadikan kerja sama untuk mencapai tujuan tersebut.

Dalam menyusun suatu badan organisasi langkah yang harus dilakukan yang pertama yaitu dilakukan oleh pemilik kerajinan rotan untuk menetapkan pekerjaan - pekerjaan yang akan dilakukan agar tercapai apa yang akan menjadi tujuan usaha kerajinan rotan secara keseluruhan nantinya. Pekerjaan hendaknya dapat di tempatkan pada orang yang benar dan tepat dengan bidang dan keahliannya masing-masing.

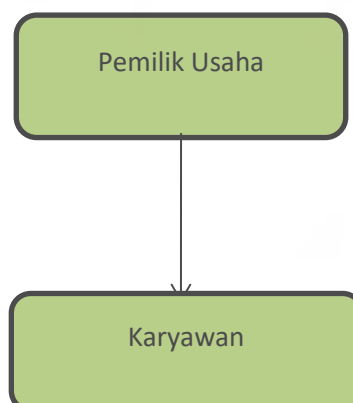
Struktur organisasi yang baik adalah merupakan organisasi yang telah memenuhi syarat. Struktur organisasi berarti organisasi yang dapat menjalankan perannya dengan baik.

Adapun susunan struktur organisasi pada usaha kerajinan rotan ibu emi dapat dilihat pada gambar di bawah ini.

4.4. Struktur Organisasi Usaha Kerajinan Rotan ibu Emi

Gambar 4.1

Struktur Organisasi



Berdasarkan gambar diatas dapat disimpulkan bahwa struktur organisasi usaha rotan ibu emi adalah struktur organisasinya garis. Apabila kita dapat memperhatikan struktur organisasi tersebut dapat dilihat bahwa garis komandonya adalah dari pemilik usaha kerajinan rotan kepada karyawannya. Untuk lebih jelasnya pembagian tugas dan hak wewenang dari masing- masing bagian dapat kita uraikan sebagai berikut :

1. Pemilik Usaha

Bertugas untuk mempertanggung jawabkan semua jenis kegiatan dan aktifitas karyawan serta mengawasi karyawan dalam kegiatannya sehari-hari.

2. Karyawan

Bertugas dan menanggung jawab dalam semua kegiatan usaha kerajinan seperti melayani pengunjung yang membeli kerajinan rotan tersebut.



BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 HASIL PENELITIAN

5.1.1 Identifikasi Responden

Pada bab ini penulis menguraikan tentang penelitian pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai) yang menyangkut tentang pengaruh inovasi produk, kualitas produk dan harga terhadap kualitas produk. Dari hasil penelitian yang diperoleh berjumlah 30 orang. Hasil penelitian yang di dapat melalui pengisian kuesioner yang disebarkan pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai).

Sebelum membahas tentang tanggapan responden tentang pengaruh inovasi produk, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai), berikut ini dijelaskan tentang karakteristik responden yang di lihat dari tingkat usia, yaitu sebagai berikut:

5.1.1.1 Umur

Tabel 5.1

Tingkat Umur Responden pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai)

Tingkat Umur (tahun)	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
>20	3	10
21 – 30	15	50
31 – 40	12	40
40 >	0	0
Jumlah	30	100

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2022

Dari tabel 5.1 diatas dapat dilihat tingkat umur responden pada pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai), dari 30 orang yang dijadikan sampel dan yang paling banyak 15 orang atau sekitar 50% merupakan konsumen yang berumur 21-30 sedangkan untuk umur 31-40 tahun itu sebanyak 12 orang dengan persentase 40% dan untuk umur <20 itu sebanyak 3 orang dengan persentase sebesar 10%.

5.1.1.2. Jenis Kelamin

Tabel 5.2.

Jenis Kelamin Responden pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai)

Jenis Kelamin	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
Perempuan	23	76,67
Laki-laki	7	23,33
Jumlah	30	100

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2022

Dari tabel 5.2. bahwa responden Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai) diatas lebih dominan yang membeli adalah jenis kelamin perempuan sebanyak 23 orang dengan persentase 76,67% dan responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 7 orang dengan persentase 23,33%.

5.1.1.3. Pendidikan

Tabel 5.3.

Tingkat pendidikan Responden pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai)

Tingkat Pendidikan	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
SMA/SMK	14	46,67
S1	16	53,33
S2	0	0
Jumlah	30	100

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2022

Dari tabel 5.3. bahwa responden Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai) diatas tingkat pendidikan SMA/SMK dan S1 memiliki hasil yang mendekati sama. SMA/SMK dengan jumlah 14 orang dengan persentase 46,67% dan S1 sebanyak 16 orang atau 53,33%.

5.1.1.4. Pekerjaan

Tabel 5.4.

Tingkat pekerjaan Responden pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai)

Pendidikan	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
Pelajar/ Mahasiswa	13	43,33
Pegawai Swasta	12	40
PNS	5	16,67
Jumlah	30	100

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2022

Dari tabel 5.4. diatas dapat dilihat tingkat tingkat pekerjaan responden pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai), dari 30 orang yang dijadikan sampel dan yang paling banyak 13 orang atau sekitar 43,33% merupakan pelajar/mahasiswa sedangkan pegawai swasta sebanyak 12 orang dengan persentase 40% dan untuk PNS sebanyak 5 orang dengan persentase sebesar 16,67%. Dapat disimpulkan bahwa rata-rata konsumen adalah mahasiswa atau pegawai swasta.

5.1.2. Uji Validitas dan Reabilitas

Uji validitas dan reabilitas dilakukan pada pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai) sebanyak 30 orang responden. Pengumpulan data dilakukan dengan menyerahkan dan mengambil kembali kuesioner dari responden. Untuk melihat validitas dari data, dilihat dari *Corrected item – Total Colleration*, apabila melebihi dari nilai r tabel maka data

dapat dikatakan valid. Didapat r tabel untuk $n = 30$ maka $Df = n - 2 = 30 - 2 = 28$ adalah 0,3610.

Sedangkan untuk nilai reliabilitasnya dinyatakan reliabel jika mempunyai nilai *Cronbach Alpha* dari masing-masing instrument yang dikatakan valid lebih dari 0,60. Menurut (Sekaran;2006) dalam Priyatno, reabilitas kurang dari 0,60 adalah kurang baik, sedangkan 0,70 dapat diterima dan diatas 0,80 adalah baik. Berikut analisis dari uji validitas dan reliabilitas masing masing variabel penelitian.

5.1.2.1. Variabel Inovasi Produk (X1)

Tabel 5.5.
Uji Validitas Data Inovasi Produk

Variabel	Indikator	<i>Corrected Item – Total Correlation</i>	r tabel (taraf signifikan 5%)	Keterangan
Inovasi Produk (X1)	Indikator 1	0,701	0,3610	Valid
	Indikator 2	0,653	0,3610	Valid
	Indikator 3	0,670	0,3610	Valid
	Indikator 4	0,524	0,3610	Valid
	Indikator 5	0,513	0,3610	Valid
	Indikator 6	0,705	0,3610	Valid
	Indikator 7	0,670	0,3610	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

Dari hasil uji validitas didapat dari 7 buah pertanyaan variabel inovasi produk dalam penelitian ini memiliki nilai *Corrected Item – Total Correlation* masing-masing itemnya terlihat keseluruhan berada diatas r-tabel ($> 0,3610$). Hal ini berarti bahwa seluruh item pertanyaan dapat dinyatakan valid sebagai alat ukur variabel sehingga dapat digunakan dalam analisis selanjutnya.

Tabel 5.6
Uji Reliabilitas Inovasi Produk

Variabel	<i>N of items</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	Standar Reliabilitas	Keterangan
Inovasi Produk (X1)	1	0,824	0,60	Reliabel
	2	0,833	0,60	Reliabel
	3	0,827	0,60	Reliabel
	4	0,849	0,60	Reliabel
	5	0,853	0,60	Reliabel
	6	0,822	0,60	Reliabel
	7	0,827	0,60	Reliabel

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas yang dilakukan terhadap semua indikator variabel inovasi produk (X1) menunjukkan bahwa nilai koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha* berada diatas($> 0,60$). Dengan demikian bahwa semua item pertanyaan dapat dinyatakan reliabel.

5.1.2.2. Variabel Kualitas Produk

Tabel 5.7
Uji Validitas Kualitas Produk

Variabel	Indikator	<i>Corrected Item – Total Correlation</i>	r tabel (taraf signifikan 5%)	Keterangan
Kualitas Produk (X2)	Indikator 1	0,508	0,3610	Valid
	Indikator 2	0,699	0,3610	Valid
	Indikator 3	0,431	0,3610	Valid
	Indikator 4	0,521	0,3610	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

Dari hasil SPSS didapat dari 4 buah pertanyaan variabel demografis responden dalam penelitian ini memiliki nilai *Corrected Item-Total Correlation* masing-masing itemnya terlihat keseluruhan berada diatas *r-tabel* ($> 0,3610$).

Dengan demikian, bahwa seluruh item pertanyaan dapat dinyatakan valid sebagai alat ukur variabel dan dapat juga digunakan untuk analisis selanjutnya.

Tabel 5.8

Uji Reliabilitas Kualitas Produk

Variabel	<i>N of items</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	Standar Reliabilitas	Keterangan
Kualitas Produk (X2)	1	0,684	0,60	Reliabel
	2	0,682	0,60	Reliabel
	3	0,723	0,60	Reliabel
	4	0,699	0,60	Reliabel

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas yang dilakukan terhadap semua indikator variabel kualitas produk menunjukkan bahwa nilai koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha* berada diatas ($> 0,60$). Dengan demikian bahwa semua item pertanyaan dapat dinyatakan reliabel.

5.1.2.3. Variabel Harga

Tabel 5.9
Uji Validitas Harga

Variabel	Indikator	<i>Corrected Item – Total Correlation</i>	r tabel (taraf signifikan 5%)	Keterangan
Harga (X3)	Indikator 1	0,372	0,3610	Valid
	Indikator 2	0,460	0,3610	Valid
	Indikator 3	0,640	0,3610	Valid
	Indikator 4	0,497	0,3610	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

Dari hasil SPSS didapat dari 4 buah pertanyaan variabel demografis responden dalam penelitian ini memiliki nilai *Corrected Item-Total Correlation* masing-masing itemnya terlihat keseluruhan berada diatas *r-tabel* ($> 0,3610$). Dengan demikian, bahwa seluruh item pertanyaan dapat dinyatakan valid sebagai alat ukur variabel dan dapat juga digunakan untuk analisis selanjutnya.

Tabel 5.10

Uji Reliabilitas Harga

Variabel	<i>N of items</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	Standar Reliabilitas	Keterangan
Harga (X3)	1	0,699	0,60	Reliabel
	2	0,625	0,60	Reliabel
	3	0,652	0,60	Reliabel
	4	0,696	0,60	Reliabel

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas yang dilakukan terhadap semua indikator variabel harga menunjukkan bahwa nilai koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha* berada diatas ($> 0,60$). Dengan demikian bahwa semua item pertanyaan dapat dinyatakan reliabel.

5.1.2.4. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 5.11
Uji Validitas Keputusan Pembelian

Variabel	Indikator	<i>Corrected Item – Total Correlation</i>	r tabel (taraf signifikan 5%)	Keterangan
Keputusan Pembelian (Y)	Indikator 1	0,593	0,3610	Valid
	Indikator 2	0,667	0,3610	Valid
	Indikator 3	0,667	0,3610	Valid

Indikator 4	0,587	0,3610	Valid
Indikator 5	0,669	0,3610	Valid
Indikator 6	0,702	0,3610	Valid
Indikator 7	0,657	0,3610	Valid
Indikator 8	0,653	0,3610	Valid
Indikator 9	0,657	0,3610	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

Dari hasil SPSS didapat dari 9 buah pertanyaan variabel demografis responden dalam penelitian ini memiliki nilai *Corrected Item-Total Correlation* masing-masing itemnya terlihat keseluruhan berada diatas r - tabel ($> 0,3610$). Dengan demikian, bahwa seluruh item pertanyaan dapat dinyatakan valid sebagai alat ukur variabel dan dapat juga digunakan untuk analisis selanjutnya.

Tabel 5.12

Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian

Variabel	<i>N of items</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	Standar Reliabilitas	Keterangan
Keputusan Pembelian (Y)	1	0,856	0,60	Reliabel
	2	0,841	0,60	Reliabel
	3	0,845	0,60	Reliabel
	4	0,864	0,60	Reliabel
	5	0,842	0,60	Reliabel
	6	0,844	0,60	Reliabel
	7	0,850	0,60	Reliabel
	8	0,842	0,60	Reliabel
	9	0,850	0,60	Reliabel

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas yang dilakukan terhadap semua indikator variabel keputusan pembelian menunjukkan bahwa nilai koefisien

reliabilitas *Cronbach's Alpha* berada pada tabel dibawah (> 0,60). Dengan demikian bahwa semua item pertanyaan dapat dinyatakan reliabel.

5.1.3. Inovasi Produk

Inovasi produk adalah menciptakan produk baru yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga muncul minat beli terhadap produk tersebut, yang diharapkan dapat direalisasikan melalui keputusan pembelian. Inovasi produk harus bisa menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dalam perubahan lingkungan yang cepat dan menuju pasar global. Keberhasilan inovasi produk membutuhkan kesesuaian antara proses dan lingkungan yang mendukung. Disamping itu keberhasilan inovasi yang dilaksanakan haruslah bersifat terus menerus dan bukan terlaksana secara insidental.

Tabel 5.13

Tanggapan Responden Tentang Dalam pembuatan Kerajinan Rotan, Ibu Emi memanfaatkan atau menggunakan teknologi baru pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai)

Klasifikasi Jawaban	Responden	Skor	Total Skor	Persentase (%)
Sangat Setuju	4	5	20	16,4
Setuju	25	4	100	82,0
Cukup Setuju	0	3	0	-
Tidak Setuju	1	2	2	1,6
Sangat Tidak Setuju	0	1	0	-
Jumlah	30		122	100
Keterangan			4,07	Setuju

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2022

Dari tabel 5.13. Dapat dilihat tentang tanggapan responden mengenai Dalam pembuatan Kerajinan Rotan, Ibu Emi memanfaatkan atau menggunakan teknologi baru pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai). Dari 30 orang responden, 4 orang atau 16,4% yang menyatakan sangat setuju, 25 orang atau 82,0% yang menyatakan setuju, 0 orang atau 0% menyatakan cukup setuju, 1 orang atau 1,6% menyatakan tidak setuju dan 0 orang atau % menyatakan sangat tidak setuju. Dari hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa Dalam pembuatan Kerajinan Rotan, Ibu Emi memanfaatkan atau menggunakan teknologi baru pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai) termasuk dalam kategori setuju.

Tabel 5.14
Tanggapan Responden Tentang Kerajinan Rotan Ibu Emi telah melakukan perbaikan pada produk - produk yang telah dijual pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai)

Klasifikasi Jawaban	Responden	Skor	Total Skor	Persentase (%)
Sangat Setuju	5	5	25	20,7
Setuju	23	4	92	76,0
Cukup Setuju	0	3	0	-
Tidak Setuju	2	2	4	3,3
Sangat Tidak Setuju	0	1	0	-
Jumlah	30		121	100
Keterangan			4,03	Setuju

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2022

Dari tabel 5.14. dapat dilihat tentang tanggapan responden mengenai Kerajinan Rotan Ibu Emi telah melakukan perbaikan pada produk - produk yang telah dijual pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di

Kecamatan Rumbai). Dari 30 orang responden, 5 orang atau 20,7% yang menyatakan sangat setuju, 23 orang atau 76,0% yang menyatakan setuju, 0 orang atau 0% menyatakan cukup setuju, 2 orang atau 3,3% menyatakan tidak setuju dan 0 orang atau 0% menyatakan sangat tidak setuju. Dari hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa Kerajinan Rotan Ibu Emi telah melakukan perbaikan pada produk - produk yang telah dijual pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai) termasuk dalam kategori setuju.

Tabel 5.15

Tanggapan Responden Tentang Kerajinan Rotan Ibu Emi memiliki bentuk produk yang berbeda-beda sehingga menarik dari toko lainnya pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai)

Klasifikasi Jawaban	Responden	Skor	Total Skor	Persentase (%)
Sangat Setuju	2	5	10	8,8
Setuju	24	4	96	84,2
Cukup Setuju	0	3	0	-
Tidak Setuju	4	2	8	7,0
Sangat Tidak Setuju	0	1	0	-
Jumlah	30		114	100
Keterangan			3,80	Setuju

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2022

Dari tabel 5.15. dapat dilihat tentang tanggapan responden mengenai Kerajinan Rotan Ibu Emi memiliki bentuk produk yang berbeda-beda sehingga menarik dari toko lainnya pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai). Dari 30 orang responden, 2 orang atau 8,8% yang menyatakan sangat setuju, 24 orang atau 84,2,0% yang menyatakan setuju, 0 orang atau 0% menyatakan cukup setuju, 4 orang atau 7,0% menyatakan tidak

setuju dan 0 orang atau 0% menyatakan sangat tidak setuju. Dari hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa Kerajinan Rotan Ibu Emi memiliki bentuk produk yang berbeda-beda sehingga menarik dari toko lainnya pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai) termasuk dalam kategori setuju.

Tabel 5.16
Tanggapan Responden Tentang Kerajinan Rotan Ibu Emi dengan melakukan perluasan pasar, perlu adanya penjualan secara online pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai)

Klasifikasi Jawaban	Responden	Skor	Total Skor	Persentase (%)
Sangat Setuju	4	5	20	18,5
Setuju	18	4	72	66,7
Cukup Setuju	0	3	0	-
Tidak Setuju	8	2	16	14,8
Sangat Tidak Setuju	0	1	0	-
Jumlah	30		108	100
Keterangan			3,60	Setuju

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2022

Dari tabel 5.16. dapat dilihat tentang tanggapan responden mengenai Kerajinan Rotan Ibu Emi dengan melakukan perluasan pasar, perlu adanya penjualan secara online pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai). Dari 30 orang responden, 4 orang atau 18,5% yang menyatakan sangat setuju, 18 orang atau 66,7% yang menyatakan setuju, 0 orang atau 0% menyatakan cukup setuju, 8 orang atau 14,8% menyatakan tidak

setuju dan 0 orang atau 0% menyatakan sangat tidak setuju. Dari hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa Kerajinan Rotan Ibu Emi dengan melakukan perluasan pasar, perlu adanya penjualan secara online pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai) termasuk dalam kategori setuju.

Tabel 5.17

Tanggapan Responden Tentang Kerajinan Rotan Ibu Emi mempunyai ukuran dan berat yang berbeda beda pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai)

Klasifikasi Jawaban	Responden	Skor	Total Skor	Persentase (%)
Sangat Setuju	4	5	20	18,5
Setuju	18	4	72	66,7
Cukup Setuju	0	3	0	-
Tidak Setuju	8	2	16	14,8
Sangat Tidak Setuju	0	1	0	-
Jumlah	30		108	100
Keterangan			3,60	Setuju

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2022

Dari tabel 5.17.dapat dilihat tentang tanggapan responden mengenai Kerajinan Rotan Ibu Emi mempunyai ukuran dan berat yang berbeda beda pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai). Dari 30 orang responden, 4 orang atau 18,5% yang menyatakan sangat setuju, 18 orang atau 66,7% yang menyatakan setuju, 0 orang atau 0% menyatakan cukup setuju, 8 orang atau 14,8% menyatakan tidak setuju dan 0 orang atau 0% menyatakan sangat tidak setuju. Dari hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa Kerajinan Rotan Ibu Emi mempunyai ukuran dan berat yang

berbeda beda pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai) termasuk dalam kategori setuju.

Tabel 5.18
Tanggapan Responden Tentang Usaha Kerajinan Rotan Ibu Emi perlu adanya penambahan toko, agar adanya perluasan pemasaran pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai)

Klasifikasi Jawaban	Responden	Skor	Total Skor	Persentase (%)
Sangat Setuju	5	5	25	23,8
Setuju	15	4	60	57,1
Cukup Setuju	0	3	0	-
Tidak Setuju	10	2	20	19,0
Sangat Tidak Setuju	0	1	0	-
Jumlah	30		105	100
Keterangan			3,50	Setuju

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2022

Dari tabel 5.18.dapat dilihat tentang tanggapan responden mengenai Usaha Kerajinan Rotan Ibu Emi perlu adanya penambahan toko, agar adanya perluasan pemasaran pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai). Dari 30 orang responden, 5 orang atau 23,8% yang menyatakan sangat setuju, 15 orang atau 57,1,0% yang menyatakan setuju, 0 orang atau 0% menyatakan cukup setuju, 10 orang atau 19,0% menyatakan tidak setuju dan 0 orang atau 0% menyatakan sangat tidak setuju. Dari hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa Usaha Kerajinan Rotan Ibu Emi perlu adanya penambahan toko, agar adanya perluasan pemasaran pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai) termasuk dalam kategori setuju.

Tabel 5.19

Tanggapan Responden Tentang Kerajinan Rotan Ibu Emi mempunyai jenis produk yang banyak untuk di pasarkan pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai)

Klasifikasi Jawaban	Responden	Skor	Total Skor	Persentase (%)
Sangat Setuju	6	5	30	28,8
Setuju	13	4	52	50,0
Cukup Setuju	0	3	0	-
Tidak Setuju	11	2	22	21,2
Sangat Tidak Setuju	0	1	0	-
Jumlah	30		104	100
Keterangan			3,47	Setuju

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2022

Dari tabel 5.19.dapat dilihat tentang tanggapan responden mengenai Kerajinan Rotan Ibu Emi mempunyai jenis produk yang banyak untuk di pasarkan pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai). Dari 30 orang responden, 6 orang atau 28,8% yang menyatakan sangat setuju, 13 orang atau 50,0% yang menyatakan setuju, 0 orang atau 0% menyatakan cukup setuju, 11 orang atau 21,2% menyatakan tidak setuju dan 0 orang atau % menyatakan sangat tidak setuju. Dari hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa Kerajinan Rotan Ibu Emi mempunyai jenis produk yang banyak untuk di pasarkan pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai) termasuk dalam kategori setuju.

Tabel 5.20

Hasil Rekapitulasi tanggapan responden berdasarkan inovasi produk (X1)

No	Inovasi Produk(X1)	Skor Jawaban					Skor
		5	4	3	2	1	
1	Kerajinan Rotan Ibu Emi mempunyai jenis produk yang banyak untuk di pasarkan	6	13	0	11	0	104
	Bobot Nilai	30	52	0	22	0	
2	Kerajinan Rotan Ibu Emi memiliki bentuk produk yang berbeda-beda sehingga menarik dari toko lainnya	2	24	0	4	0	114
	Bobot Nilai	10	96	0	8	0	
3	Kerajinan Rotan Ibu Emi mempunyai ukuran dan berat yang berbeda beda	4	18	0	8	0	108
	Bobot Nilai	20	72	0	16	0	
4	Kerajinan Rotan Ibu Emi telah melakukan perbaikan pada produk - produk yang telah dijual	5	23	0	2	0	121
	Bobot Nilai	25	92	0	4	0	
5	Dalam pembuatan Kerajinan Rotan, Ibu Emi memanfaatkan atau menggunakan teknologi baru	4	25	0	1	0	122
	Bobot Nilai	20	100	0	2	0	
6	Usaha Kerajinan Rotan Ibu Emi perlu adanya penambahan toko, agar	5	15	0	10	0	105

	adanya perluasan pemasaran						
	Bobot Nilai	25	60	0	20	0	
7	Kerajinan Rotan Ibu Emi dengan melakukan perluasan pasar, perlu adanya penjualan secara online	4	18	0	8	0	108
	Bobot Nilai	20	72	0	16	0	
Total skor							782
Skor Tertinggi							122
Skor Terendah							104
Kriteria penilaian							Setuju

Sumber: Data Olahan, 2022

Dari tabel 5.20.diatas diperoleh rekapitulasi jawaban responden mengenai Variabel Inovasi Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai) dengan perolehan skor 782 dan untuk mengetahui nilai tertinggi, nilai terendah dan nilai interval koefisiennya adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Nilai Maksimum} &= \text{jumlah pertanyaan} \times \text{responden} \times \text{bobot tertinggi} \\ &= 7 \times 30 \times 5 = 1050 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Nilai Minimum} &= \text{jumlah pertanyaan} \times \text{responden} \times \text{bobot terendah} \\ &= 7 \times 30 \times 1 = 210 \end{aligned}$$

$$\text{Interval} = \frac{\text{nilai maksimum} - \text{nilai minimum}}{\text{Skor}}$$

$$= \frac{1050-270}{5}$$

$$= 168$$

Selanjutnya untuk mengetahui tingkat kategori pada Variabel Inovasi Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai) ditentukan pada tabel dibawah ini :

Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Cukup setuju	Setuju	Sangat setuju
210	378	546	714	882
Jumlah skor tanggapan responden				1050
				782

Berdasarkan Tabel 5.20.dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden Variabel Inovasi Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai) dengan jumlah skor 782 termasuk dalam kategori Setuju.

5.1.4. Kualitas Produk

Tabel 5.21

Tanggapan Responden Tentang Kerajinan Rotan Ibu Emi menjual produk - produk yang bentuknya sesuai dengan kepuasan konsumen pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai)

Klasifikasi Jawaban	Responden	Skor	Total Skor	Persentase (%)
Sangat Setuju	6	5	30	24,6
Setuju	22	4	88	72,1

Cukup Setuju	0	3	0	-
Tidak Setuju	2	2	4	3,3
Sangat Tidak Setuju	0	1	0	-
Jumlah	30		122	100
Keterangan			4,07	Setuju

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2022

Dari tabel 5.21.dapat dilihat tentang tanggapan responden mengenai Kerajinan Rotan Ibu Emi menjual produk - produk yang bentuknya sesuai dengan kepuasan konsumen pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai). Dari 30 orang responden, 6 orang atau 24,6% yang menyatakan sangat setuju, 22 orang atau 72,1% yang menyatakan setuju, 0 orang atau 0% menyatakan cukup setuju, 2 orang atau 3,3% menyatakan tidak setuju dan 0 orang atau 0% menyatakan sangat tidak setuju. Dari hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa Kerajinan Rotan Ibu Emi menjual produk - produk yang bentuknya sesuai dengan kepuasan konsumen pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai) termasuk dalam kategori setuju.

Tabel 5.22

Tanggapan Responden Tentang Produk Rotan Ibu Emi memiliki kualitas (tahan lama, tidak luntur, murah dan enak dipakai) pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai)

Klasifikasi Jawaban	Responden	Skor	Total Skor	Persentase (%)
Sangat Setuju	5	5	25	20,7
Setuju	23	4	92	76,0
Cukup Setuju	0	3	0	-
Tidak Setuju	2	2	4	3,3
Sangat Tidak Setuju	0	1	0	-
Jumlah	30		121	100

Keterangan	4,03	Setuju
-------------------	-------------	--------

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2022

Dari tabel 5.22. dapat dilihat tentang tanggapan responden mengenai Produk Rotan Ibu Emi memiliki kualitas (tahan lama, tidak luntur, murah dan enak dipakai) pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai). Dari 30 orang responden, 5 orang atau 20,7% yang menyatakan sangat setuju, 23 orang atau 76,0% yang menyatakan setuju, 0 orang atau 0% menyatakan cukup setuju, 2 orang atau 3,3% menyatakan tidak setuju dan 0 orang atau 0% menyatakan sangat tidak setuju. Dari hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa Produk Rotan Ibu Emi memiliki kualitas (tahan lama, tidak luntur, murah dan enak dipakai) pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai) termasuk dalam kategori setuju.

Tabel 5.23.

Tanggapan Responden Tentang Kerajinan Rotan Ibu Emi menjual produk yang mudah di jangkau pembeli pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai)

Klasifikasi Jawaban	Responden	Skor	Total Skor	Persentase (%)
Sangat Setuju	4	5	20	16,7
Setuju	24	4	96	80,0
Cukup Setuju	0	3	0	-
Tidak Setuju	2	2	4	3,3
Sangat Tidak Setuju	0	1	0	-
Jumlah	30		120	100
Keterangan			4,00	Setuju

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2022

Dari tabel 5.23. dapat dilihat tentang tanggapan responden mengenai Kerajinan Rotan Ibu Emi menjual produk yang mudah di jangkau pembeli pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai). Dari 30 orang responden, 4 orang atau 16,7% yang menyatakan sangat setuju, 24 orang atau 80,0% yang menyatakan setuju, 0 orang atau 0% menyatakan cukup setuju, 2 orang atau 3,3% menyatakan tidak setuju dan 0 orang atau 0 % menyatakan sangat tidak setuju. Dari hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa Kerajinan Rotan Ibu Emi menjual produk yang mudah di jangkau pembeli pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai) termasuk dalam kategori setuju.

Tabel 5.24.

Tanggapan Responden Tentang Kerajinan Rotan Ibu Emi memiliki desain dan warna yang beragam pilihan pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai)

Klasifikasi Jawaban	Responden	Skor	Total Skor	Persentase (%)
Sangat Setuju	5	5	25	21,6
Setuju	21	4	84	72,4
Cukup Setuju	0	3	0	-
Tidak Setuju	3	2	6	5,2
Sangat Tidak Setuju	1	1	1	0,9
Jumlah	30		116	100
Keterangan			3,87	Setuju

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2022

Dari tabel 5.24. dapat dilihat tentang tanggapan responden mengenai Kerajinan Rotan Ibu Emi memiliki desain dan warna yang beragam pilihan pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan

Rumbai). Dari 30 orang responden, 5 orang atau 21,6% yang menyatakan sangat setuju, 21 orang atau 72,4% yang menyatakan setuju, 0 orang atau 0% menyatakan cukup setuju, 3 orang atau 5,2% menyatakan tidak setuju dan 1 orang atau 0,9% menyatakan sangat tidak setuju. Dari hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa Kerajinan Rotan Ibu Emi memiliki desain dan warna yang beragam pilihan pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai) termasuk dalam kategori setuju.

Tabel 5.25.

Hasil Rekapitulasi tanggapan responden berdasarkan Kualitas produk (X2)

No	Kualitas Produk(X2)	Skor Jawaban					Skor
		5	4	3	2	1	
1	Kerajinan Rotan Ibu Emi menjual produk - produk yang bentuknya sesuai dengan kepuasan konsumen	6	22	0	2	0	122
	Bobot Nilai	30	88	0	4	0	
2	Produk Rotan Ibu Emi memiliki kualitas (tahan lama, tidak luntur, murah dan enak dipakai)	5	23	0	2	0	121
	Bobot Nilai	25	92	0	4	0	
3	Kerajinan Rotan Ibu Emi menjual produk yang mudah di jangkau pembeli	4	24	0	2	0	120
	Bobot Nilai	20	96	0	4	0	
4	Kerajinan Rotan Ibu Emi memiliki desain dan warna yang beragam pilihan	5	21	0	3	1	116
	Bobot Nilai	25	84	0	6	1	
Total skor						479	
Skor Tertinggi						122	
Skor Terendah						116	

Kriteria penilaian	Setuju
---------------------------	---------------

Sumber: Data Olahan, 2022

Dari tabel 5.25. diatas diperoleh rekapitulasi jawaban responden mengenai Variabel Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai) dengan perolehan skor 479 dan untuk mengetahui nilai tertinggi, nilai terendah dan nilai interval koefisiennya adalah sebagai berikut :

Nilai Maksimum = jumlah pertanyaan x responden x bobot tertinggi

$$= 4 \times 30 \times 5 = 600$$

Nilai Minimum = jumlah pertanyaan x responden x bobot terendah

$$= 4 \times 30 \times 1 = 120$$

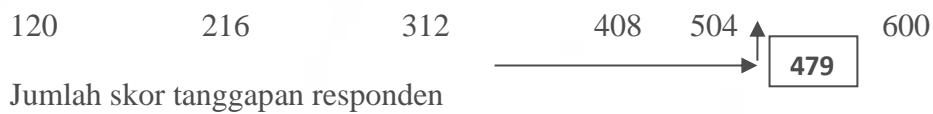
Interval = $\frac{\text{nilai maksimum} - \text{nilai minimum}}{\text{Skor}}$

$$= \frac{600-120}{5}$$

$$= 96$$

Selanjutnya untuk mengetahui tingkat kategori pada Variabel Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai) ditentukan pada tabel dibawah ini :

Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Cukup setuju	Setuju	Sangat setuju



Berdasarkan Tabel 5.25. dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden Variabel Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai) dengan jumlah skor 479 termasuk dalam kategori Setuju.

5.1.5. Harga

Tabel 5.26.
Tanggapan Responden Tentang Harga Produk Rotan Ibu Emi ini menjangkau semua Kalangan Masyarakat pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai)

Klasifikasi Jawaban	Responden	Skor	Total Skor	Persentase (%)
Sangat Setuju	12	5	60	50,8
Setuju	11	4	44	37,3
Cukup Setuju	0	3	0	-
Tidak Setuju	7	2	14	11,9
Sangat Tidak Setuju	0	1	0	-
Jumlah	30		118	100
Keterangan			3,93	Setuju

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2022

Dari tabel 5.26. dapat dilihat tentang tanggapan responden mengenai Harga Produk Rotan Ibu Emi ini menjangkau semua Kalangan Masyarakat pada

Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai). Dari 30 orang responden, 12 orang atau 50,8% yang menyatakan sangat setuju, 11 orang atau 37,3% yang menyatakan setuju, 0 orang atau 0% menyatakan cukup setuju, 7 orang atau 11,9% menyatakan tidak setuju dan 0 orang atau 0% menyatakan sangat tidak setuju. Dari hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa Harga Produk Rotan Ibu Emi ini menjangkau semua Kalangan Masyarakat pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai) termasuk dalam kategori setuju.

Tabel 5.27.
Tanggapan Responden Tentang Konsumen harus selalu instan mendapatkan manfaat produk yang dibeli pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai)

Klasifikasi Jawaban	Responden	Skor	Total Skor	Persentase (%)
Sangat Setuju	2	5	10	8,8
Setuju	24	4	96	84,2
Cukup Setuju	0	3	0	-
Tidak Setuju	4	2	8	7,0
Sangat Tidak Setuju	0	1	0	-
Jumlah	30		114	100
Keterangan			3,80	Setuju

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2022

Dari tabel 5.27. dapat dilihat tentang tanggapan responden mengenai Konsumen harus selalu instan mendapatkan manfaat produk yang dibeli pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan

Rumbai). Dari 30 orang responden, 2 orang atau 8,8% yang menyatakan sangat setuju, 24 orang atau 84,2% yang menyatakan setuju, 0 orang atau 0% menyatakan cukup setuju, 4 orang atau 7,0% menyatakan tidak setuju dan 0 orang atau 0% menyatakan sangat tidak setuju. Dari hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa Konsumen harus selalu instan mendapatkan manfaat produk yang dibeli pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai) termasuk dalam kategori setuju.

Tabel 5.28.
Tanggapan Responden Tentang Harga Produk Rotan Ibu Emi lebih terjangkau dari pada kompetitornya Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai)

Klasifikasi Jawaban	Responden	Skor	Total Skor	Persentase (%)
Sangat Setuju	4	5	20	18,5
Setuju	18	4	72	66,7
Cukup Setuju	0	3	0	-
Tidak Setuju	8	2	16	14,8
Sangat Tidak Setuju	0	1	0	-
Jumlah	30		108	100
Keterangan			3,60	Setuju

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2022

Dari tabel 5.28. dapat dilihat tentang tanggapan responden mengenai Harga Produk Rotan Ibu Emi lebih terjangkau dari pada kompetitornya pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai). Dari 30 orang responden, 4 orang atau 18,5% yang menyatakan sangat

setuju, 18 orang atau 66,7% yang menyatakan setuju, 0 orang atau 0% menyatakan cukup setuju, 8 orang atau 14,8% menyatakan tidak setuju dan 0 orang atau 0% menyatakan sangat tidak setuju. Dari hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa Harga Produk Rotan Ibu Emi lebih terjangkau dari pada kompetitornya pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai) termasuk dalam kategori setuju.

Tabel 5.29.
Tanggapan Responden Tentang Kualitas Produk Kerajinan Rotan Ibu Emi ini sesuai dengan harga yang ditawarkan pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai)

Klasifikasi Jawaban	Responden	Skor	Total Skor	Persentase (%)
Sangat Setuju	6	5	30	28,8
Setuju	13	4	52	50,0
Cukup Setuju	0	3	0	-
Tidak Setuju	11	2	22	21,2
Sangat Tidak Setuju	0	1	0	-
Jumlah	30		104	100
Keterangan			3,47	Setuju

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2022

Dari tabel 5.29. dapat dilihat tentang tanggapan responden mengenai Kualitas Produk Kerajinan Rotan Ibu Emi ini sesuai dengan harga yang ditawarkan pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai). Dari 30 orang responden, 6 orang atau 28,8% yang menyatakan sangat setuju, 13 orang atau 50,0% yang menyatakan setuju, 0 orang

atau 0% menyatakan cukup setuju, 11 orang atau 21,2% menyatakan tidak setuju dan 0 orang atau 0% menyatakan sangat tidak setuju. Dari hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa Kualitas Produk Kerajinan Rotan Ibu Emi ini sesuai dengan harga yang ditawarkan pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai) termasuk dalam kategori setuju.

Tabel 5.30.

Hasil Rekapitulasi tanggapan responden berdasarkan Harga (X3)

No	Harga(X3)	Skor Jawaban					Skor
		5	4	3	2	1	
1	Harga Produk Rotan Ibu Emi ini menjangkau semua Kalangan Masyarakat	12	11	0	7	0	118
	Bobot Nilai	60	44	0	14	0	
2	Kualitas Produk Kerajinan Rotan Ibu Emi ini sesuai dengan harga yang ditawarkan	6	13	0	11	0	104
	Bobot Nilai	30	52	0	22	0	
3	Konsumen harus selalu instan mendapatkan manfaat produk yang dibeli	2	24	0	4	0	114
	Bobot Nilai	10	96	0	8	0	
4	Harga Produk Rotan Ibu Emi lebih terjangkau dari pada kompetitornya	4	18	0	8	0	108
	Bobot Nilai	20	72	0	16	0	

Total skor	444
Skor Tertinggi	118
Skor Terendah	104
Kriteria penilaian	Setuju

Sumber: Data Olahan, 2022

Dari tabel 5.30. diatas diperoleh rekapitulasi jawaban responden mengenai Variabel Harga (X3) terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai) dengan perolehan skor 444 dan untuk mengetahui nilai tertinggi, nilai terendah dan nilai interval koefisiennya adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Nilai Maksimum} &= \text{jumlah pertanyaan} \times \text{responden} \times \text{bobot tertinggi} \\ &= 4 \times 30 \times 5 = 600 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Nilai Minimum} &= \text{jumlah pertanyaan} \times \text{responden} \times \text{bobot terendah} \\ &= 4 \times 30 \times 1 = 120 \end{aligned}$$

$$\text{Interval} = \text{nilai maksimum} - \text{nilai minimum}$$

Skor

$$= \underline{600-120}$$

= 96

Selanjutnya untuk mengetahui tingkat kategori pada Variabel Harga (X3) terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai) ditentukan pada tabel dibawah ini :

Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Cukup setuju	Setuju	Sangat setuju
120	216	312	408	504
Jumlah skor tanggapan responden → 444				

Berdasarkan Tabel 5.30. dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden Variabel Harga (X3) terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai) dengan jumlah skor 444 termasuk dalam kategori Setuju.

5.1.6 Keputusan Pembelian

Informasi tentang produk mendasari proses membeli sehingga akhirnya muncul suatu kebutuhan, pada sini konsumen akan mempertimbangkan serta memahami kebutuhan tersebut, jika penilaian di produk sudah jelas maka konsumen akan mencari produk yang dimaksud, yang kemudian akan berlanjut di penilaian produk dan akhirnya konsumen akan mengambil keputusan untuk membeli atau memutuskan untuk tidak membeli yang disebabkan produk tidak sinkron dan mempertimbangkan atau menunda pembelian pada masa yang

akan datang. Pengambilan keputusan yang dilakukan konsumen berupa pembelian terhadap produk atau jasa intinya hanyalah merupakan salah satu tahap pada proses keputusan pembelian

Tabel 5.31.
Tanggapan Responden Tentang Saya memilih produk yang sesuai dengan kualitas produk, sebelum melakukan keputusan pembelian pada kompetitornya Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai)

Klasifikasi Jawaban	Responden	Skor	Total Skor	Persentase (%)
Sangat Setuju	4	5	20	16,4
Setuju	25	4	100	82,0
Cukup Setuju	0	3	0	-
Tidak Setuju	1	2	2	1,6
Sangat Tidak Setuju	0	1	0	-
Jumlah	30		122	100
Keterangan			4,07	Setuju

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2022

Dari tabel 5.31. dapat dilihat tentang tanggapan responden mengenai Saya memilih produk yang sesuai dengan kualitas produk, sebelum melakukan keputusan pembelian pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai). Dari 30 orang responden, 4 orang atau 16,4% yang menyatakan sangat setuju, 25 orang atau 82,0% yang menyatakan setuju, 0 orang atau 0% menyatakan cukup setuju, 1 orang atau 1,6% menyatakan tidak setuju dan 0 orang atau 0% menyatakan sangat tidak setuju. Dari hasil yang didapatkan

menunjukkan bahwa Saya memilih produk yang sesuai dengan kualitas produk, sebelum melakukan keputusan pembelian pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai) termasuk dalam kategori setuju.

Tabel 5.32.

Tanggapan Responden Tentang Saya memilih ketersediaan produk yang sesuai dengan kebutuhan, sebelum melakukan keputusan pembelian pada kompetitornya Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai)

Klasifikasi Jawaban	Responden	Skor	Total Skor	Persentase (%)
Sangat Setuju	4	5	20	16,4
Setuju	25	4	100	82,0
Cukup Setuju	0	3	0	-
Tidak Setuju	1	2	2	1,6
Sangat Tidak Setuju	0	1	0	-
Jumlah	30		122	100
Keterangan			4,07	Setuju

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2022

Dari tabel 5.32. dapat dilihat tentang tanggapan responden mengenai Saya memilih ketersediaan produk yang sesuai dengan kebutuhan, sebelum melakukan keputusan pembelian pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai). Dari 30 orang responden, 4 orang atau 16,4% yang menyatakan sangat setuju, 25 orang atau 82,0% yang menyatakan setuju, 0 orang atau 0% menyatakan cukup setuju, 1 orang atau 1,6% menyatakan tidak setuju

dan 0 orang atau 0% menyatakan sangat tidak setuju. Dari hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa Saya memilih ketersediaan produk yang sesuai dengan kebutuhan, sebelum melakukan keputusan pembelian pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai) termasuk dalam kategori setuju.

Tabel 5.33.

Tanggapan Responden Tentang Saya memilih keberagaman produk dengan jumlah yang sesuai dengan kebutuhan akan produk saya pada kompetitornya Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai)

Klasifikasi Jawaban	Responden	Skor	Total Skor	Persentase (%)
Sangat Setuju	4	5	20	16,4
Setuju	25	4	100	82,0
Cukup Setuju	0	3	0	-
Tidak Setuju	1	2	2	1,6
Sangat Tidak Setuju	0	1	0	-
Jumlah	30		122	100
Keterangan			4,07	Setuju

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2022

Dari tabel 5.33. dapat dilihat tentang tanggapan responden mengenai Saya memilih keberagaman produk dengan jumlah yang sesuai dengan kebutuhan akan produk saya pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai). Dari 30 orang responden, 4 orang atau 16,4% yang menyatakan sangat setuju, 25 orang atau 82,0% yang menyatakan setuju, 0 orang

atau 0% menyatakan cukup setuju, 1 orang atau 1,6% menyatakan tidak setuju dan 0 orang atau 0% menyatakan sangat tidak setuju. Dari hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa Saya memilih keberagaman produk dengan jumlah yang sesuai dengan kebutuhan akan produk saya pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai) termasuk dalam kategori setuju.

Tabel 5.34.
Tanggapan Responden Tentang saya memilih varian keberagaman produk yang sesuai dengan kebutuhan, sebelum melakukan keputusan pembelian pada kompetitornya Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai)

Klasifikasi Jawaban	Responden	Skor	Total Skor	Persentase (%)
Sangat Setuju	5	5	25	20,7
Setuju	23	4	92	76,0
Cukup Setuju	0	3	0	-
Tidak Setuju	2	2	4	3,3
Sangat Tidak Setuju	0	1	0	-
Jumlah	30		121	100
Keterangan			4,03	Setuju

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2022

Dari tabel 5.34. dapat dilihat tentang tanggapan responden mengenai Saya memilih varian keberagaman produk yang sesuai dengan kebutuhan, sebelum melakukan keputusan pembelian pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus

Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai). Dari 30 orang responden, 5 orang atau 20,7% yang menyatakan sangat setuju, 23 orang atau 76,0% yang menyatakan setuju, 0 orang atau 0% menyatakan cukup setuju, 2 orang atau 3,3% menyatakan tidak setuju dan 0 orang atau 0% menyatakan sangat tidak setuju. Dari hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa Saya memilih varian keberagaman produk yang sesuai dengan kebutuhan, sebelum melakukan keputusan pembelian pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai) termasuk dalam kategori setuju.

Tabel 5.35.

Tanggapan Responden Tentang Saya mencari informasi lebih lanjut mengenai Kerajinan Rotan Ibu Emi dari teman, keluarga atau media cetak pada kompetitornya Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai)

Klasifikasi Jawaban	Responden	Skor	Total Skor	Persentase (%)
Sangat Setuju	5	5	25	20,7
Setuju	23	4	92	76,0
Cukup Setuju	0	3	0	-
Tidak Setuju	2	2	4	3,3
Sangat Tidak Setuju	0	1	0	-
Jumlah	30		121	100
Keterangan			4,03	Setuju

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2022

Dari tabel 5.35. dapat dilihat tentang tanggapan responden mengenai Saya mencari informasi lebih lanjut mengenai Kerajinan Rotan Ibu Emi dari teman,

keluarga atau media cetak pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai). Dari 30 orang responden, 5 orang atau 20,7% yang menyatakan sangat setuju, 23 orang atau 76,0% yang menyatakan setuju, 0 orang atau 0% menyatakan cukup setuju, 2 orang atau 3,3% menyatakan tidak setuju dan 0 orang atau 0% menyatakan sangat tidak setuju. Dari hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa Saya mencari informasi lebih lanjut mengenai Kerajinan Rotan Ibu Emi dari teman, keluarga atau media cetak pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai) termasuk dalam kategori setuju.

Tabel 5.36.

Tanggapan Responden Tentang Saya memilih membeli kerajinan rotan Ibu Emi karena terkenal dengan produknya yang unik dan kualitas yang bagus serta harga yang terjangkau pada kompetitornya Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai)

Klasifikasi Jawaban	Responden	Skor	Total Skor	Persentase (%)
Sangat Setuju	4	5	20	18,5
Setuju	18	4	72	66,7
Cukup Setuju	0	3	0	-
Tidak Setuju	8	2	16	14,8
Sangat Tidak Setuju	0	1	0	-
Jumlah	30		108	100
Keterangan			3,60	Setuju

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2022

Dari tabel 5.36. dapat dilihat tentang tanggapan responden mengenai Saya memilih membeli kerajinan rotan Ibu Emi karena terkenal dengan produknya yang unik dan kualitas yang bagus serta harga yang terjangkau pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai). Dari 30 orang responden, 4 orang atau 18,5% yang menyatakan sangat setuju, 18 orang atau 66,7% yang menyatakan setuju, 0 orang atau 0% menyatakan cukup setuju, 8 orang atau 14,8% menyatakan tidak setuju dan 0 orang atau 0% menyatakan sangat tidak setuju. Dari hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa Saya memilih membeli kerajinan rotan Ibu Emi karena terkenal dengan produknya yang unik dan kualitas yang bagus serta harga yang terjangkau pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai) termasuk dalam kategori setuju.

Tabel 5.37.
Tanggapan Responden Tentang Saya memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan, sebelum melakukan keputusan pembelian pada kompetitornya Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai)

Klasifikasi Jawaban	Responden	Skor	Total Skor	Persentase (%)
Sangat Setuju	4	5	20	18,5
Setuju	18	4	72	66,7
Cukup Setuju	0	3	0	-
Tidak Setuju	8	2	16	14,8
Sangat Tidak Setuju	0	1	0	-

Jumlah	30		108	100
Keterangan			3,60	Setuju

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2022

Dari tabel 5.37. dapat dilihat tentang tanggapan responden mengenai Saya memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan, sebelum melakukan keputusan pembelian pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai). Dari 30 orang responden, 4 orang atau 18,5% yang menyatakan sangat setuju, 18 orang atau 66,7% yang menyatakan setuju, 0 orang atau 0% menyatakan cukup setuju, 8 orang atau 14,8% menyatakan tidak setuju dan 0 orang atau 0% menyatakan sangat tidak setuju. Dari hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa Saya memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan, sebelum melakukan keputusan pembelian pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai) termasuk dalam kategori setuju.

Tabel 5.38.
Tanggapan Responden Tentang Saya melakukan penilaian terhadap produk sejenis sebelum membeli Kerajinan Rotan Ibu Emi pada kompetitornya Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai)

Klasifikasi Jawaban	Responden	Skor	Total Skor	Persentase (%)
Sangat Setuju	5	5	25	23,8
Setuju	15	4	60	57,1
Cukup Setuju	0	3	0	-
Tidak Setuju	10	2	20	19,0

Sangat Tidak Setuju	0	1	0	-
Jumlah	30		105	100
Keterangan			3,50	Setuju

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2022

Dari tabel 5.38. dapat dilihat tentang tanggapan responden mengenai Saya melakukan penilaian terhadap produk sejenis sebelum membeli Kerajinan Rotan Ibu Emi pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai). Dari 30 orang responden, 5 orang atau 23,8% yang menyatakan sangat setuju, 15 orang atau 57,1% yang menyatakan setuju, 0 orang atau 0% menyatakan cukup setuju, 10 orang atau 19,0% menyatakan tidak setuju dan 0 orang atau 0% menyatakan sangat tidak setuju. Dari hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa Saya melakukan penilaian terhadap produk sejenis sebelum membeli Kerajinan Rotan Ibu Emi pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai) termasuk dalam kategori setuju.

Tabel 5.39.

Tanggapan Responden Tentang Saya akan melakukan pembelian produk di usaha Rotan Ibu Emi kembali pada kompetitornya Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai)

Klasifikasi Jawaban	Responden	Skor	Total Skor	Persentase (%)
Sangat Setuju	5	5	25	23,8
Setuju	15	4	60	57,1
Cukup Setuju	0	3	0	-

Tidak Setuju	10	2	20	19,0
Sangat Tidak Setuju	0	1	0	-
Jumlah	30		105	100
Keterangan			3,50	Setuju

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2022

Dari tabel 5.39. dapat dilihat tentang tanggapan responden mengenai Saya akan melakukan pembelian produk di usaha Rotan Ibu Emi kembali pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai). Dari 30 orang responden, 5 orang atau 23,8% yang menyatakan sangat setuju, 15 orang atau 57,1% yang menyatakan setuju, 0 orang atau 0% menyatakan cukup setuju, 10 orang atau 19,0% menyatakan tidak setuju dan 0 orang atau % menyatakan sangat tidak setuju. Dari hasil yang didapatkan menunjukkan bahwa Saya akan melakukan pembelian produk di usaha Rotan Ibu Emi kembali pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai) termasuk dalam kategori setuju.

Tabel 5.40.

**Hasil Rekapitulasi tanggapan responden berdasarkan
Keputusan pembelian (Y)**

No	Keputusan Pembelian(Y)	Skor Jawaban					Skor
		5	4	3	2	1	
1	Saya memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan, sebelum melakukan keputusan pembelian	4	18	0	8	0	108
	Bobot Nilai	20	72	0	16	0	
2	Saya memilih varian keberagaman produk yang sesuai dengan kebutuhan, sebelum melakukan keputusan pembelian	5	23	0	2	0	121
	Bobot Nilai	25	92	0	4	0	
3	Saya memilih produk yang sesuai dengan kualitas produk, sebelum melakukan keputusan pembelian	4	25	0	1	0	122
	Bobot Nilai	20	100	0	2	0	
4	Saya melakukan penilaian terhadap produk sejenis sebelum membeli Kerajinan Rotan Ibu Emi	5	15	0	10	0	105
	Bobot Nilai	25	60	0	20	0	
5	Saya memilih membeli kerajinan rotan Ibu Emi karena terkenal dengan produknya yang unik dan kualitas yang bagus serta harga yang terjangkau	4	18	0	8	0	108
	Bobot Nilai	20	72	0	16	0	
6	Saya mencari informasi lebih lanjut mengenai Kerajinan Rotan Ibu Emi dari teman, keluarga atau	5	23	0	2	0	121

	media cetak						
	Bobot Nilai	25	92	0	4	0	
7	Saya memilih ketersediaan produk yang sesuai dengan kebutuhan, sebelum melakukan keputusan pembelian	4	25	0	1	0	122
	Bobot Nilai	20	100	0	2	0	
8	Saya akan melakukan pembelian produk di usaha Rotan Ibu Emi kembali	5	15	0	10	0	105
	Bobot Nilai	25	60	0	20	0	
9	Saya memilih keberagaman produk dengan jumlah yang sesuai dengan kebutuhan akan produk saya	4	25	0	1	0	122
	Bobot Nilai	20	100	0	2	0	
Total skor							1034
Skor Tertinggi							122
Skor Terendah							105
Kriteria penilaian							Setuju

Sumber: Data Olahan, 2022

Dari tabel 5.40. diatas diperoleh rekapitulasi jawaban responden mengenai Variabel Keputusan Pembelian (Y) pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai) dengan perolehan skor 1034 dan untuk mengetahui nilai tertinggi, nilai terendah dan nilai interval koefisiennya adalah sebagai berikut :

Nilai Maksimum = jumlah pertanyaan x responden x bobot tertinggi

$$= 9 \times 30 \times 5 = 1350$$

Nilai Minimum = jumlah pertanyaan x responden x bobot terendah

$$= 9 \times 30 \times 1 = 270$$

Interval = $\frac{\text{nilai maksimum} - \text{nilai minimum}}{\text{Skor}}$

$$= \frac{1350 - 270}{5}$$

$$= 216$$

Selanjutnya untuk mengetahui tingkat kategori pada Variabel Keputusan Pembelian (Y) pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai) ditentukan pada tabel dibawah ini :

Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Cukup setuju	Setuju	Sangat setuju
270	486	702	918	1134
				1350
Jumlah skor tanggapan responden				1034

Berdasarkan Tabel 5.40. dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden Variabel Keputusan Pembelian (Y) pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai) dengan jumlah skor 1034 termasuk dalam kategori Setuju.

5.1.7 Uji Asumsi Klasik

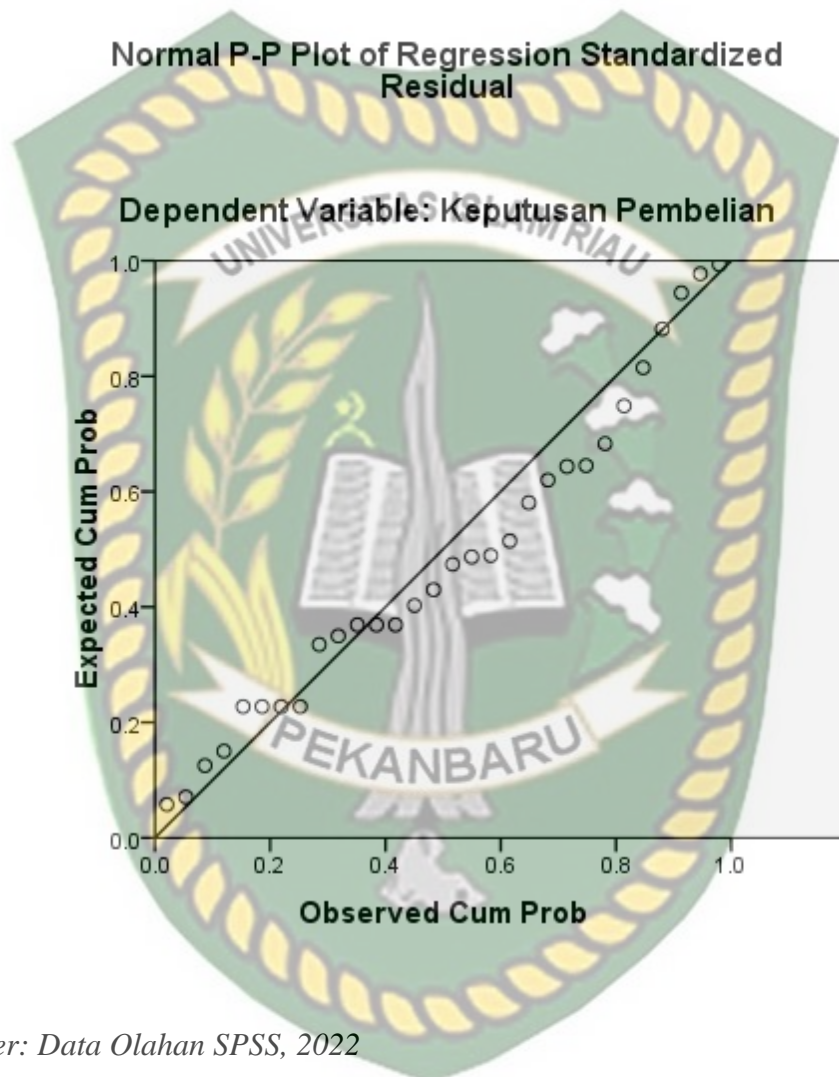
5.1.7.1 Uji Normalitas

Uji normalitas data digunakan untuk menguji apakah variabel bebas, variabel terikat, atau keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas data dibutuhkan dalam melakukan uji parsial terhadap persamaan regresi berganda yang diajukan. Salah satunya cara untuk melihat apakah data berdistribusi normal atau tidak dengan analisis grafik, yaitu dengan melihat normal probability plot. Data dapat dikatakan berdistribusi normal apabila data menyebar di sekitar garis diagonal, maka model regresi dikatakan tidak memenuhi asumsi normalitas.

Hasil pengujian normalitas data diperlihatkan oleh normal pp plot yang disajikan pada Gambar 5.1. sebagai berikut:

Gambar 5.1.

Hasil Uji Normalitas Data



Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

Dari gambar 5.1. menunjukkan bahwa titik-titik yang menggambarkan data penelitian yang akan digunakan dapat dikatakan tersebar disekitar garis diagonal. Hasil ini dapat disimpulkan bahwa data yang akan di regresi dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Tabel 5.41.

Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Inovasi Produk	Kualitas Produk	Harga	Keputusan Pembelian
N		30	30	30	30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	26.07	15.97	14.80	35.20
	Std. Deviation	4.806	2.220	3.022	4.405
Most Extreme Differences	Absolute	.223	.339	.193	.172
	Positive	.110	.194	.133	.161
	Negative	-.223	-.339	-.193	-.172
Kolmogorov-Smirnov Z		1.221	1.859	1.057	.942
Asymp. Sig. (2-tailed)		.101	.082	.213	.337

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

Dari tabel *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* diperoleh angka probabilitas atau *Asym. Sig. (2-tailed)* dengan nilai sig atau nilai probabilitasnya $\alpha > 0,05$. Maka dapat dilihat pada tabel diatas angka probabilitas atau *Asym. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari 0,05. Maka dapat dikatakan distribusi data adalah normal.

5.1.7.2 Uji Multikolinearitas

Tabel 5.42.

Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Inovasi Produk	.138	7.242
	Kualitas Produk	.588	1.702
	Harga	.169	5.919

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

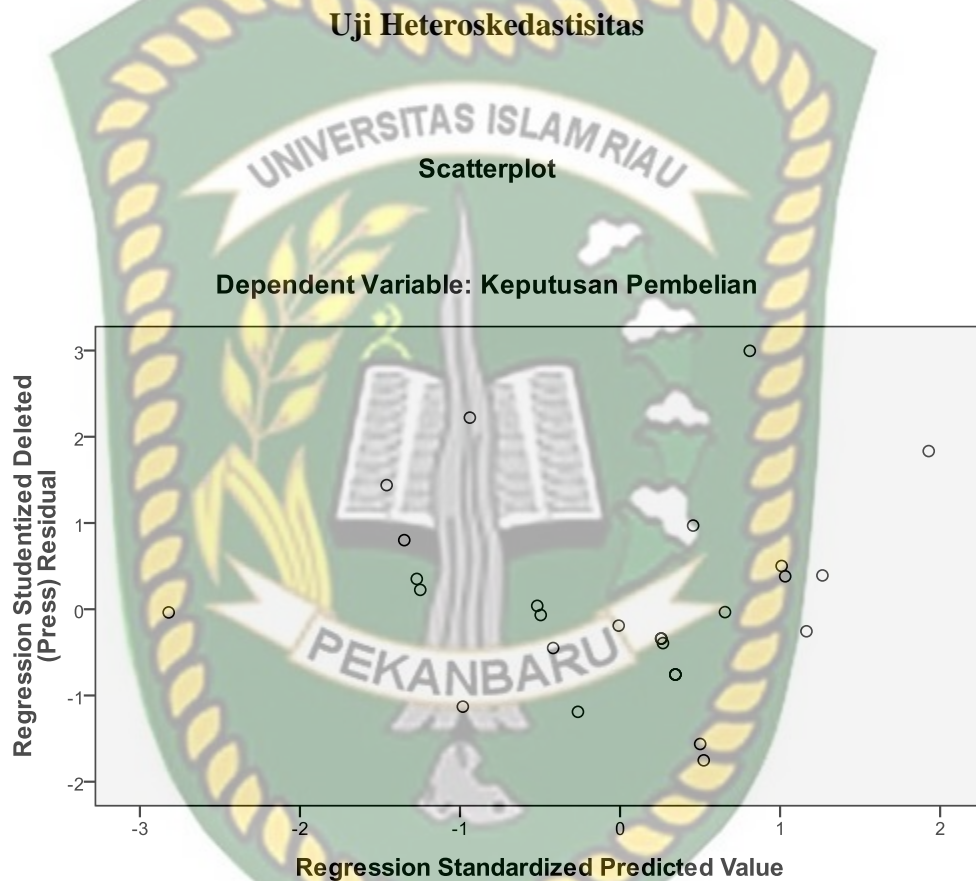
Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa nilai Tolerance variabel Inovasi Produk (X1), Kualitas Produk (X2) dan Harga (X3) yakni lebih besar dari 0.10. Sementara itu, nilai VIF varian Inovasi Produk (X1), Kualitas Produk (X2) dan Harga (X3) yakni lebih kecil dari 10.00. Sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikoloniearitas.

5.1.7.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas pada model yang akan diuji dalam

penelitian ini dapat dilihat dari ada atau tidaknya pola tertentu pada garis *Scatter Plot*

Gambar 5.2



Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

Dari grafik *Scatter Plot* dibawah terlihat bahwa titik (data) menyebar dan tidak membentuk pola tertentu, serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga dapat disimpulkan model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

5.1.7.4. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi, yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada saat pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Model pengujian yang digunakan adalah Uji *Durbin Watson*. Berikut ini rincian Uji Autokorelasi:

Tabel 5.43
Uji Autokorelasi
Model Summary^b
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.980 ^a	.960	.956	.926	2.169

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk, Inovasi Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

Dari tabel 5.43. diatas menunjukkan bahwa tidak terjadi autokorelasi karena nilai D-W sebesar 2,169 terletak diantara range -2 sampai +2. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi antara variabel pengganggu periode tertentu dengan periode sebelumnya.

5.1.8. ANALISIS REGRESI

Pada bagian ini digunakan untuk penelitian atas variabel independen yaitu Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Harga dengan variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Untuk melihat pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Harga terhadap keputusan pembelian pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai) maka penulis menggunakan bantuan SPSS dengan menggunakan metode analisis regresi berganda. Adapun gambar umum hasil dari regresi berganda sampel penelitian dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 5.44.
Analisis Regresi Berganda
 Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	9.357	1.275		7.339	.000
	Inovasi Produk	1.004	.096	1.095	10.419	.000
	Kualitas Produk	.335	.101	.169	3.312	.003
	Harga	.383	.139	.262	2.763	.010

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

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

$$Y = 9,357 + 1,004 + 0,335 + 0,383 + e$$

Persamaan regresi linier berganda dapat diartikan sebagai berikut:

1. Konstanta $a = 9,357$

Jika inovasi produk, kualitas produk, dan harga diasumsikan tetap maka keputusan pembelian 9,357 satuan.

2. Koefisien $b_1 = 1,004$

Jika nilai inovasi produk meningkat sebesar satu satuan, diasumsikan sama dengan 0 maka nilai keputusan pembelian akan meningkat sebesar 1,004 satuan.

3. Koefisien $b_2 = 0,335$

Jika nilai kualitas produk meningkat sebesar satu satuan, maka diasumsikan sama dengan 0 maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,335 satuan.

4. Koefisien $b_3 = 0,383$

Jika nilai harga meningkat sebesar satu satuan, maka diasumsikan sama dengan 0 maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,383 satuan

5. *Error* kesalahan.

5.1.9. Uji Hipotesis

5.1.9.1. Uji simultan (Uji F)

Tabel 5.45.
Uji F
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	540.486	3	180.162	209.924	.000 ^a
	Residual	22.314	26	.858		
	Total	562.800	29			

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk, Inovasi Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

$$F\text{-tabel} = Df1 = k - 1 = 4 - 1 = 3$$

$$Df2 = n - k = 30 - 4 = 26$$

Dari tabel diatas diketahui bahwa pengaruh secara simultan variabel independen terhadap variabel dependen dilakukan dengan cara membandingkan F_{tabel} dengan F_{hitung} . Hipotesis diterima jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ dan nilai sig $< \alpha 0,05$. Nilai F_{tabel} pada $\alpha 0,05$ adalah 2,98. Nilai F_{hitung} adalah 209,924 dengan nilai sig adalah 0,000. Dengan demikian $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ yaitu $209,924 > 2,98$ dengan sig $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa modal regresi dapat digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan variabel independen terhadap variabel dependen, yaitu Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.

5.1.9.2. Uji Parsial (Uji t)

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yang bertujuan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap pengaruh variabel dependen secara parsial (sendiri-sendiri) maupun secara simultan (bersama-sama). Pengujian hipotesis dilakukan dengan bantuan SPSS.

Pengujian ini dilakukan dengan melakukan uji dignifikasi. Uji signifikansi (pengaruh nyata) variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) yang akan dilakukan dengan uji statistik dengan catatan hasil sig dibawah α (5%) agar hipotesis dapat diterima. Untuk bisa menjawab hipotesis melalui pengujian secara parsial, perlu diketahui t tabel yang digunakan sebagai pembanding.

Tabel 5.46.
Uji t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.357	1.275		7.339	.000
	Inovasi Produk	1.004	.096	1.095	10.419	.000
	Kualitas Produk	.335	.101	.169	3.312	.003
	Harga	.383	.139	.262	2.763	.010

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

$$t \text{ tabel} = 0,05:2 = 0,0025$$

$$n-k-1 = 30-4-1=25$$

$$= 2,05954$$

Berdasarkan tabel diatas maka dapat dilakukan pengujian hipotesis sebagai berikut:

5.1.10. HASIL PENGUJIAN HIPOTESIS

1. Pengujian hipotesis H_1

Pengujian hipotesis H1, dilakukan dengan membandingkan nilai thitung dengan t-tabel Hipotesis diterima jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ dan nilai $\text{sig} < \alpha 0,05$. Nilai t-tabel pada $\alpha 0,05$ adalah 2,05954. Untuk variabel (X1) nilai t-hitung adalah 10,419 dan nilai sig adalah 0,000. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ yaitu $10,419 > 2,05954$ dan nilai $\text{sig} 0,000 < 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa penelitian ini dapat membuktikan bahwa Inovasi Produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga hipotesis pertama pada penelitian ini diterima.

2. Pengujian hipotesis H₂

Pengujian hipotesis H2, dilakukan dengan membandingkan nilai t-hitung dengan t-tabel Hipotesis diterima jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ dan nilai $\text{sig} < \alpha 0,05$. Nilai t-tabel pada $\alpha 0,05$ adalah 2,05954. Untuk variabel (X2) nilai t-hitung adalah 3,312 dan nilai sig adalah 0,003. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ yaitu $3,312 > 2,05954$ dan nilai $\text{sig} 0,003 < 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa penelitian ini dapat membuktikan bahwa Kualitas Produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga hipotesis kedua pada penelitian ini diterima.

3. Pengujian hipotesis H₃

Pengujian hipotesis H3, dilakukan dengan membandingkan nilai thitung dengan t-tabel Hipotesis diterima jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ dan nilai $\text{sig} < \alpha 0,05$. Nilai t-tabel pada $\alpha 0,05$ adalah 2,05954. Untuk variabel (X3) nilai t-hitung adalah

2,763 dan nilai sig adalah 0,010. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa t -hitung $>$ t -tabel yaitu $2,763 > 2,05954$ dan nilai sig $0,010 < 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa penelitian ini dapat membuktikan bahwa Harga (X3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga hipotesis ketiga pada penelitian ini diterima.

5.1.11 Analisis Determinasi (R^2)

Analisis determinasi dalam regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Berikut ini hasil analisis determinasi setelah dilakukan analisis data menggunakan SPSS.

Tabel 5.47.

Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.980 ^a	.960	.956	.926	2.169

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk, Inovasi Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Olahan SPSS, 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa R Square memiliki nilai 0,960. Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 96,0 % keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel-variabel penentu yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Inovasi

Produk, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan sisanya 4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini.

5.2 PEMBAHASAN

5.2.1. Pengaruh Inovasi Produk terhadap keputusan pembelian

Inovasi dirancang dan disusun secara sistematis dan terstruktur dengan tujuan yang jelas. Lemahnya struktur pendukung, kurangnya proses konsultatif, kurangnya pendekatan secara holistik serta tidak adanya evaluasi dan perbaikan akan merusak proses penerapan inovasi di lembaga pendidikan.(Otara,2012)

kreatifitas menghasilkan ide baru juga dapat melalui proses inkuibasi atau pengamatan secara langsung dari sekolah/madrasah lain (Mutohar, 2013) dan bisa juga merupakan hasil dari diskusi.(Verona,2006) Inovasi dapat diartikan sebagai suatu perubahan yang sifatnya khusus (specific) yang mengandung kebaruaran (novel), disengaja melalui suatu program yang direncanakan terlebih dahulu (planned and deliberate) serta dirancang untuk mencapai tujuan yang diinginkan melalui suatu sistem tertentu (goals of the system). (Milles,1973).

Terdapat pengaruh Untuk variabel (X1) nilai t-hitung adalah 10,419 dan nilai sig adalah 0,000. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa t-hitung > t-tabel yaitu $10,419 > 2,05954$ dan nilai sig $0,000 < 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa penelitian ini dapat membuktikan bahwa Inovasi Produk (X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga hipotesis pertama pada penelitian ini diterima.

Penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Setya Jayanti, Henny Indrawati, Gani Haryana (2021) dengan judul Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kerajinan Rotan di Kota Pekanbaru Inovasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian kerajinan rotan di kota pekanbaru sebesar 41,8 %.

Inovasi produk adalah menciptakan produk baru yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga muncul minat beli terhadap produk tersebut, yang diharapkan dapat direalisasikan melalui keputusan pembelian. Inovasi produk harus bisa menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dalam perubahan lingkungan yang cepat dan menuju pasar global. Keberhasilan inovasi produk membutuhkan kesesuaian antara proses dan lingkungan yang mendukung. Disamping itu keberhasilan inovasi yang dilaksanakan haruslah bersifat terus menerus dan bukan terlaksana secara insidental.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa inovasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian menyatakan bahwa inovasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai) dapat diterima.

5.2.2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian

Menurut American Society for Quality Control, kualitas produk adalah keseluruhan kelengkapan dan karakteristik dari produk atau layanan yang memengaruhi kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan baik yang dinyatakan maupun tersirat.(Kolter, 2004). Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong sebagaimana yang dikutip dalam jurnal Yunita Sawitri dkk, kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketetapan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya.(Yunita Sawitri, 2013).

Terdapat pengaruh Untuk variabel (X2) nilai t-hitung adalah 3,312 dan nilai sig adalah 0,003. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa t-hitung > t-tabel yaitu $3,312 > 2,05954$ dan nilai sig $0,003 < 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa penelitian ini dapat membuktikan bahwa Kualitas Produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga hipotesis kedua pada penelitian ini diterima.

Penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Khoirul Anam, Miftah Arifin , Anna Widiastuti, Zainul Arifin (2020) dengan judul Pengembangan Produk Orientasi Ekspor dan Inovasi Produk pada UMKM Rotan Indah Jepara terhadap Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebesar 46,5%, pengaruh ini positif dan signifikan.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai) dapat diterima.

5.2.3. Pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian

Harga adalah ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya. (Girosudarmo, 2014). Harga adalah hal yang sangat penting dalam pembelian, baik, barang, dan, jasa. Harga, merupakan, sejumlah, uang, ditambah, beberapa, barang, beserta, pelayanannya. Harga, tak, jarang, kali, dipergunakan, sebagai, indikator, nilai. Bila, mana, harga, tersebut, dihubungkan, menggunakan, manfaat, yang, dirasakan, atas, suatu, barang, atau, jasa, harga, merupakan, salah, satu, penentuan, keberhasilan, suatu, perusahaan, karena, harga, menentukan, seberapa, besar, keuntungan, yang, akan, di, peroleh, perusahaan, dari, penjualan, produknya, baik, berupa, jasa, maupun, barang. Menetapkan, harga, terlalu, tinggi, akan, menyebabkan, penjualan, akan, menurun, namun, jika, harga, terlalu, rendah, akan, mengurangi, keuntungan, yang, dapat, diperoleh, organisasi, perusahaan.

Terdapat pengaruh Untuk variabel (X3) nilai t-hitung adalah 2,763 dan nilai sig adalah 0,010. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa t-hitung > t-tabel yaitu $2,763 > 2,05954$ dan nilai sig $0,010 < 0,05$ hal ini menunjukkan bahwa penelitian ini dapat membuktikan bahwa Harga (X3) berpengaruh signifikan

terhadap keputusan pembelian, sehingga hipotesis ketiga pada penelitian ini diterima.

Penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh **Vivy Kristinae (2018)** dengan judul Pengaruh Produk , Harga dan Promosi Terhadap Minat Konsumen Untuk Melakukan Pembelian Kerajinan Tangan Rotan menunjukkan Variable produk, harga, dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap Variabel minat beli konsumen. Dari angka R square (R^2) menunjukkan 53,4% variable minat beli konsumen dapat di jelaskan oleh ketiga variable independen secara persamaan regresi, sedangkan sisanya di pengaruhi factor lain diluar penelitian ini. Dari uji t di dihasilkan produk (3,562),harga (6,126),promosi (6,346) dengan Signifikan sebesar $>0,05$, secara parsial berpengaruh terhadap minat beli konsumen untuk memutuskan membeli produk.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai) dapat diterima.

5.2.4. Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Harga secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Kotler (2007) mengemukakan bahwa keputusan adalah sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian cara lain , membuat keputusan membeli serta

sikap sesudah membeli yang dilakukan konsumen semua pilihan yang mungkin untuk memecahkan masalah itu dan menilai pilihan-pilihan secara sistematis serta obyektif serta target-sasarannya yang menentukan keuntungan dan kerugiannya masing-masing. Sedangkan dari Schiffman, Kanuk (2006) keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, ialah bahwa seseorang dapat membuat keputusan, haruslah tersedia beberapa alternatif pilihan. informasi tentang produk mendasari proses membeli sehingga akhirnya timbul suatu kebutuhan, di sini konsumen akan mempertimbangkan dan memahami kebutuhan tersebut, bila penilaian pada produk sudah jelas maka konsumen akan mencari produk yang dimaksud, yang lalu akan berlanjut pada evaluasi produk serta akhirnya konsumen akan mengambil keputusan untuk membeli atau memutuskan buat tidak membeli yang disebabkan produk tidak sesuai dan mempertimbangkan atau menunda pembelian di masa yang akan datang. Pengambilan keputusan yang dilakukan konsumen berupa pembelian terhadap produk atau jasa pada dasarnya hanyalah salah satu tahap pada proses keputusan pembelian

Berdasarkan hasil pengujian terdapat pengaruh Inovasi produk, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian dengan nilai R Square 0,960. Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 96,0 % keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel-variabel penentu yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. Sedangkan sisanya 4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam

penelitian ini. Hasil pengujian yang dilakukan diketahui bahwa secara simultan variabel independen terhadap variabel dependen dilakukan dengan cara membandingkan F_{tabel} dengan F_{hitung} . Hipotesis diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai $sig < \alpha 0,05$. Nilai F_{tabel} pada $\alpha 0,05$ adalah 2,98. Nilai F_{hitung} adalah 209,924 dengan nilai sig adalah 0,000. Dengan demikian $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $209,924 > 2,98$ dengan $sig 0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa modal regresi dapat digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan variabel independen terhadap variabel dependen, yaitu Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.

Penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh **Vivy Kristinae (2018)** dengan judul Pengaruh Produk , Harga dan Promosi Terhadap Minat Konsumen Untuk Melakukan Pembelian Kerajinan Tangan Rotan menunjukkan Variable produk, harga, dan promosi secara simultan berpengaruh terhadap Variabel minat beli konsumen. Dari angka R square (R^2) menunjukkan 53,4% variable minat beli konsumen dapat di jelaskan oleh ketiga variable independen secara persamaan regresi, sedangkan sisanya di pengaruhi factor lain diluar penelitian ini. Dari uji t di dihasilkan produk (3,562),harga (6,126),promosi (6,346) dengan Signifikan sebesar $>0,05$, secara parsial berpengaruh terhadap minat beli konsumen untuk memutuskan membeli produk.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa inovasi produk, kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Berdasarkan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada

Usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai) dapat diterima.



BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data diatas, dapat ditarik menjadi beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada usaha kerajinan rotan (studi kasus usaha rotan Ibu Emi di kecamatan rumbai).
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada usaha kerajinan rotan (studi kasus usaha rotan Ibu Emi di kecamatan rumbai).
3. Harga produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada usaha kerajinan rotan (studi kasus usaha rotan Ibu Emi di kecamatan rumbai).
4. Inovasi produk, Kualitas produk dan Harga produk secara simultan mempengaruhi keputusan pembelian pada usaha kerajinan rotan (studi kasus usaha rotan Ibu Emi di kecamatan rumbai).

6.2 SARAN

1. Kepada pemilik usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai) agar terus meningkatkan inovasi-inovasi baru sesuai dengan permintaan pasar dengan cara melakukan perubahan model terbaru sehingga dapat menarik konsumen dalam membeli kerajinan rotan.
2. Bagi peneliti selanjutnya penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya. Sehingga peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan dan memperlihatkan variabel-variabel lain diluar penelitian ini yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian untuk membeli usaha Kerajinan Rotan (Studi Kasus Usaha Rotan Ibu Emi di Kecamatan Rumbai) seperti variabel promosi dan pelayanan.
3. Hubungan inovasi produk, kualitas produk dan harga secara simultan mempunyai nilai yang besar terhadap terhadap keputusan pembelian pada Kerajinan Rotan untuk itu hendaknya perusahaan meningkatkan dan mengevaluasi lagi ketiga variabel ini agar semakin banyak pembeli dan meningkatkan keuntungan usaha.

DAFTAR PUSTKA

Anam, A. K., Arifin, M., Widiastuti, A., & Arifin, Z. (2020). *Abstrak*. 3(2).

Dewi, N. S., & Prabowo, R. E. (2018). Performa Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Dan Gaya Hidup Dalam Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian Minuman Isotonik (Studi Konsumen Minuman Isotonikdi Kota Semarang). *Prosiding SENDI_U 2018*, 2(2016), 711.

Jayanti, S., Indrawati, H., & Haryana, G. (n.d.). *the Influence of Product Innovation on the Purchase Decision of Rattan Craft Products*. 8, 1–10.

Kristinae, V. (2018). Pengaruh Produk , Harga dan Promosi Terhadap Minat Konsumen Untuk Melakukan Pembelian Kerajinan Tangan Rotan. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1), 25–30.

<https://doi.org/10.26533/eksis.v13i1.154>

Lupiko, R. F., & W, H. D. (2018). PENGARUH INOVASI PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA SUPRA X 125 Riza Fakhri Lupiko , Departemen Administrasi Bisnis , Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Handoyo Djoko W ., Departemen Administrasi Bisnis , Fakultas Ilmu Sosial dan. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(4), 1–10.

Mazuanda. (2018a). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha di PT. Hasjrat Abadi Cabang Manado. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

Mazuanda, D. (2018b). Pengaruh Citra Merek, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Distro Vearst Jeans Bandung (Survey pada pengunjung Distro Vearst Jeans Bandung). <Http://Repository.Unpas.Ac.Id/32844/>, 57–77.

Sari, S. D., Saroh, S., & Zunaida, D. (2020). Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Produk Dan Jaringan Usaha Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus Pada IkM Rotan Di *Jiagabi*, 9(1), 85–93. <http://riset.unisma.ac.id/index.php/jiagabi/article/view/6127>

Utaminingsih, A. (2016). Pengaruh orientasi pasar, inovasi, dan kreativitas strategi pemasaran terhadap kinerja pemasaran pada UKM kerajinan rotan di Desa Teluk Wetan, Welahan, Jepara. *Media Ekonomi*

Dan Manajemen, 31(2), 77–87. <https://media.neliti.com/media/publications/149462-ID-pengaruh-orientasi-pasar-inovasi-dan-kre.pdf>

Wibisono, E. S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UD. Rizky Barokah di Balongbendo. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).

Yayu Tresnawati Septiani. (2019). Pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap kinerja usaha pengrajin sepatu kulit di Sukaregang Kabupaten Garut (Survei pada Pengrajin Sepatu Kulit di Sukaregang). *Skripsi*, 15–46.

