

## SKRIPSI

# PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PUPUK NPK JITU TANI DI TOKO BERKAH TANI KECAMATAN SABAK AUH KABUPATEN SIAK

*Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S-1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau*



OLEH :

**SRI DIPO NUSWANTORO**  
175210543

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

PEKANBARU

2023

ISLAM RIAU

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU



**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 : SRI DIPO NUSWANTORO  
NPM : 175210543  
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis  
Jurusan : Manajemen  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN WORD OF MOUTH TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PUPUK NPK JITU TANI DI TOKO BERKAH  
TANI KECAMATAN SABAK AUH KABUPATEN SIAK

Disahkan Oleh:

Pembimbing

Hj. Susie Suryani, SE., MM

Diketahui :

Dekan

Ketua Program Studi

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

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

**UNIVERSITAS**  
**ISLAM RIAU**



**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM (YLPI) RIAU**  
**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

F.A.3.10

Jalan Kaharuddin Nasution No. 113 P. Marpoyan Pekanbaru Riau Indonesia – Kode Pos: 28284  
Telp. +62 761 674674 Fax. +62 761 674834 Website: [www.uir.ac.id](http://www.uir.ac.id) Email: [info@uir.ac.id](mailto:info@uir.ac.id)

**KARTU BIMBINGAN TUGAS AKHIR**  
**SEMESTER GENAP TA 2022/2023**

NPM : 175210543  
Nama Mahasiswa : SRI DIPO NUSWANTORO  
Dosen Pembimbing : 1. SUSIE SURYANI SE., MM 2.  
Program Studi : MANAJEMEN  
Judul Tugas Akhir : PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PUPUK NPK JITU TANI DI TOKO BERKAH TANI KECAMATAN SABAK AUH KABUPATEN SIAK  
Judul Tugas Akhir (Bahasa Inggris) : the influence of product quality and word of mouth on purchasing decisions for npk sniper fertilizer at the blessing shop in the sub-district of Sabak Auh, Siak Regency  
Lembar Ke : .....

| NO | Hari/Tanggal Bimbingan | Materi Bimbingan                             | Hasil / Saran Bimbingan            | Paraf Dosen Pembimbing |
|----|------------------------|----------------------------------------------|------------------------------------|------------------------|
| 1  | 05 Januari 2022        | Variabel Penelitian dan Definisi Operasional | Perbaiki Item Dimensi              |                        |
| 2  | 17 Januari 2022        | Rekapitulasi Tanggapan Responden             | Perbaiki Format Tabel Rekapitulasi |                        |
| 3  | 09 Februari 2022       | Pembahasan Penelitian                        | Tambahkan Hasil Rekapitulasi       |                        |
|    |                        |                                              |                                    |                        |
|    |                        |                                              |                                    |                        |
|    |                        |                                              |                                    |                        |
|    |                        |                                              |                                    |                        |
|    |                        |                                              |                                    |                        |

Pekanbaru,.....  
Wakil Dekan I/Ketua Departemen/Ketua Prodi



MTC1MJEWNTQZ

**Catatan :**

1. Lama bimbingan Tugas Akhir/ Skripsi maksimal 2 semester sejak TMT SK Pembimbing diterbitkan
2. Kartu ini harus dibawa setiap kali berkonsultasi dengan pembimbing dan HARUS dicetak kembali setiap memasuki semester baru melalui SIKAD
3. Saran dan koreksi dari pembimbing harus ditulis dan diparaf oleh pembimbing
4. Setelah skripsi disetujui (ACC) oleh pembimbing, kartu ini harus ditandatangani oleh Wakil Dekan I/ Kepala departemen/Ketua prodi
5. Kartu kendali bimbingan asli yang telah ditandatangani diserahkan kepada Ketua Program Studi dan kopiannya dilampirkan pada skripsi.
6. Jika jumlah pertemuan pada kartu bimbingan tidak cukup dalam satu halaman, kartu bimbingan ini dapat di download kembali melalui SIKAD



**SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
Nomor : 254 / Kpts/FE-UIR/2023  
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 komprehensve 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 Pimpinan 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. Pembangun
    - 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:

N a m a : Sri Dipo Nuswantoro  
N P M : 175210543  
Program Studi : Manajemen S1  
Judul skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pupuk Npk Jitu Tani di Toko Berkah Tani Kecamatan Sabak Auh Kabupaten Siak.
  2. Penguji ujian skripsi/oral komprehensve mahasiswa tersebut terdiri dari:

| NO | Nama                       | Pangkat/Golongan | Bidang Diuji | Sjabatan   |
|----|----------------------------|------------------|--------------|------------|
| 1  | Hj. Susie Suryani, SE., MM | Lektor, C/c      | Materi       | Ketua      |
| 2  | Yul Efrita, SE., MM        | Lektor, C/c      | Sistematika  | Sekretaris |
| 3  | Awliya Afwa, SE., MM       | Lektor, III/c    | Methodologi  | Anggota    |
| 4  |                            |                  | Penvajian    | Anggota    |
| 5  |                            |                  | Bahasa       | Anggota    |
| 6  |                            |                  | -            | 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 : 29 Maret 2023

Dekan

Dan Hj. 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



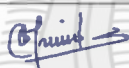
**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**Alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No 113 Marpoyan Pekanbaru Telp 647647**

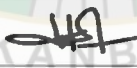
**BERITA ACARA SEMINAR HASIL PENELITIAN SKRIPSI**

Nama : Sri Dipo Nuswantoro  
NPM : 175210543  
Jurusan : Manajemen / S1  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pupuk Npk Jitu Tani di Toko Berkah Tani Kecamatan Sabak Auh Kabupaten Siak.  
Hari/Tanggal : Rabu 29 Maret 2023  
Tempat : Ruang Sidang Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UIR

**Dosen Pembimbing**

| No | Nama                       | Tanda Tangan                                                                       | Keterangan |
|----|----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 1  | Hj. Susie Suryani, SE., MM |  |            |

**Dosen Pembahas / Penguji**

| No | Nama                 | Tanda Tangan                                                                         | Keterangan |
|----|----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 1  | Yul Efnita, SE., MM  |   |            |
| 2  | Awliya Afwa, SE., MM |  |            |

**Hasil Seminar : \*)**

- |                           |                    |
|---------------------------|--------------------|
| 1. Lulus                  | ( Total Nilai )    |
| 2. Lulus dengan perbaikan | ( Total Nilai 77 ) |
| 3. Tidak Lulus            | ( Total Nilai )    |

Mengetahui  
An.Dekan



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



Pekanbaru, 29 Maret 2023  
Ketua Prodi



**Abd. Razak Jer, SE., M.Si**

\*) Coret yang tidak perlu



# UNIVERSITAS ISLAM RIAU

## FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

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

### BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL

Nama : Sri Dipo Nuswantoro  
NPM : 175210543  
Judul Proposal : Pengaruh Kualitas Produk dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pupuk Npk Jitu Tani di Toko Berkah Tani Kecamatan Sabak Auh Kabupaten Siak.  
Pembimbing : 1. Hj. Susie Suryani, SE., MM  
Hari/Tanggal Seminar : Rabu 05 Januari 2022

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. | Hj. Susie Suryani, SE., MM | Ketua                | 1.           |
| 2. | Devi Kurniawati, SP., MM   | Anggota              | 2.           |
| 3. | Awliya Afwa, SE., MM       | Anggota              | 3.           |

\*Coret yang tidak perlu

Mengetahui  
A.n. Dekan Bidang Akademis

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



Pekanbaru, 05 Januari 2022  
Sekretaris,

Abd. Razak Jer, SE., M.Si



# UNIVERSITAS ISLAM RIAU

## FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

### الجامعة الإسلامية الرياوية

Alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Margoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284  
Telp. +62 761 674674 Fax. +62 761 674681 Email : info@uir.ac.id Website : www.uir.ac.id

#### PENUNJUKAN PEMBIMBING SKRIPSI

Nama : Sri Dipo Nuswantoro  
NPM : 175210543  
Program Studi : Manajemen  
Topik : Marketing Sosial  
Pembimbing : Hj. Susie Suryani, SE., MM.

Pekanbaru, 28 September 2021

Menyetujui,



Abd. Razak Jer, SE., M.Si.  
NPK. 86 0802 062

# UNIVERSITAS ISLAM RIAU

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK:

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

**SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**Nomor: 1257/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, 2021-10-26 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.  | Hj. Susie Suryani, SE., MM. | Lektor             | Pembimbing |

2. Mahasiswa yang dibimbing adalah :  
N a m a : Sri Dipo Nuswantoro  
N P M : 175210543  
Jurusan/Jenjang Pendd. : Manajemen  
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PRODUK PUPUK NPK JITU TANI KEC. SABAK AUH KAB. SIAK)
  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: 28 Oktober 2021

Dekan



Dr. Hj. Eva Sundari, SE., MM, C.R.B.C.

Tembusan : Disampaikan pada :

1. Kepada Yth. Ketua Program Studi EP, Manajemen dan Akuntansi



# UNIVERSITAS ISLAM RIAU

## FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

الجامعة الإسلامية الرياوية

Alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284  
Telp. +62 761 674674 Fax +62 761 674681 Email : info@uir.ac.id Website : www.eco.uir.ac.id

Pekanbaru, 28 Oktober 2021

Nomor : 783/KPTS/UIR/Fekon/2021

Lampiran : -

Hal : **Mohon Izin Penelitian**

Kepada Yth. : Toko Pertanian Berkah Tani  
Di -  
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wbr..

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa mahasiswa :

Nama : Sri Dipo Nuswantoro

NPM : 175210543

Fakultas : Ekonomi Universitas Islam Riau

Jurusan/Program Studi : Manajemen

Mahasiswa berikut di atas bermaksud akan mengambil data dan informasi pada Instansi/Perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin, dalam rangka menyelesaikan tugas akhir perkuliahan. Adapun judul penelitian mahasiswa tersebut :

**"PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PRODUK PUPUK NPK JITU TANI KEC. SABAK AUH KAB. SIAK)"**

Data/informasi yang Bapak/Ibu berikan akan digunakan semata-mata untuk kepentingan penelitian dan tidak akan dipublikasikan.

Demikianlah kami sampaikan, atas kerjasamanya kami haturkan terima kasih.

Wassalam,  
Wakil Dekan I



Dina Hidayat, SE., M.Si., Ak., CA.  
NIP. 407600410005040000



# UNIVERSITAS ISLAM RIAU

## FAKULTAS EKONOMI

الجامعة الإسلامية الريوية

Alamat : Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284  
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 : SRI DIPO NUSWANTORO**

**NPM : 175210543**

**JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN WORD OF MOUTH  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PUPUK NPK JITU  
TANI DI TOKO BERKAH TANI KECAMATAN SABAK AUH  
KABUPATEN SIAK**

**PEMBIMBING : SUSIE SURYANI, SE., MM**

Dinyatakan sudah memenuhi syarat batas maksimal plagiarisme yaitu 27% (dua puluh tujuh persen) pada setiap subbab naskah skripsi yang disusun.

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

Pekanbaru, 16 Maret 2022

Ketua Program Studi Manajemen

  
Abd Razak Jer, SE., M.Si

UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU



## SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis ini, skripsi ini adalah asli belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di universitas islam riau maupun diperguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, dan penilaian saya sendiri atau bantuan pihak manapun, kecuali arahan tim pembimbing
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat, karya yang dapat ditulis atau dipublikasikan orang lain. Kecuali secara tertulis dalam naskah dengan disebut nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini. Maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi dengan norma yang berlaku diperguruan ini.

Pekanbaru, 5 Maret 2023

Saya yang membuat pernyataan

  
22CAAKX358798307

Sri Dipo Nuswantoro

# UNIVERSITAS ISLAM RIAU

## KATA PENGANTAR

Bissmillahirrahmannirrahim,

Dengan mengucapkan Puji dan Syukur Kehadirat Allah SWT, karena dengan rahmat, petunjuk dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PUPUK NPK JITU TANI DI TOKO BERKAH TANI KECAMATAN SABAK AUH KABUPATEN SIAK”**, guna memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Program Studi Ekonomi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau.

Penulis percaya bahwa segala sesuatu yang terjadi merupakan izin dan ketetapan Allah SWT, namun penyusunan skripsi ini tidak lepas dari orang-orang disekitar penulis yang begitu banyak memberikan bantuan serta dukungan. Maka pada kesempatan ini izinkan penulis untuk mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Syafrinaldi SH., MCL selaku Rektor Universitas Islam Riau.
2. Ibu Dr. Eva Sundari, SE, MM, CRCB selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau.
3. Bapak Abdul Razak Jer, SE., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau.
4. Ibu Hj. Susie Suryani, SE., MM selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga serta pikiran bersedia membimbing penulis dalam menyempurnakan skripsi ini.
5. Kepada Toko Berkah Tani yang bersedia dalam membantu penelitian yang diteliti oleh penulis.
6. Kepada Kedua Orang Tua atas segala curaan kasih sayang, perhatian, dukungan dan pengarahan serta do'a yang selalu dipanjatkan kepada-Nya.



7. Terima kasih juga penulis ucapkan kepada *Turbo* dan *The8BitDrummer* yang karya-karyanya menemani penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Terima kasih juga penulis ucapkan kepada *Electronic Arts (EA)* yang karya-karyanya menemani penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. *Last but not least, I wanna thank me, for believing in me, for doing all this hard work, for having no days off, for never quitting, for just being me at all times.*
10. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Hal ini tidak terlepas dari keterbatasan dan kesempurnaan serta pengalaman penulis. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun guna menyempurnakan pengetahuan penulis.

Pekanbaru, Maret 2023  
Penulis,

**SRI DIPO NUSWANTORO**

**UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU**



## ABSTRAK

### PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PUPUK NPK JITU TANI DI TOKO BERKAH TANI KECAMATAN SABAK AUH KABUPATEN SIAK

Oleh :

**SRI DIPO NUSWANTORO**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *kualitas produk* dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian khususnya pupuk npk jitu tani di toko berkah tani kecamatan sabak auh kabupaten siak. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dan kuantitatif berbasis studi lapangan. Wawancara semiterstruktur dilakukan terhadap 81 orang informan yang mewakili beberapa karakteristik demografik, seperti wilayah, jenis kelamin, tempat tinggal, dan kelompok umur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *word of mouth* memiliki pengaruh signifikan dibandingkan variabel kualitas produk.

**Kata Kunci:** *Kualitas Produk, Word Of Mouth, Keputusan Pembelian*

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU



## ABSTRACT

### THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND WORD OF MOUTH ON THE PURCHASE DECISION OF NPK JITU TANI FETILIZER AT BERKAH TANI SHOP SABAK AUH SUBDISTRICT SIAK REGENCY

By :

**SRI DIPO NUSWANTORO**

*This study aims to determine the effect of product quality and word of mouth on purchasing decisions, especially npk jitu tani fertilizer at the berkah tani shop, sabak auh district, siak regency. This research is a descriptive and quantitative research based on field studies. Semi-structured interviews were conducted with 81 informants representing several demographic characteristics, such as region, gender, place of residence, and age group. The result of this study indicate that word of mouth variables have a significant influence compared to product quality variables.*

**Keywords :** Product Quality, Word Of Mouth, Purchase decision

**UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU**



## DAFTAR ISI

|                                                       |             |
|-------------------------------------------------------|-------------|
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                            | <b>i</b>    |
| <b>ABSTRAK .....</b>                                  | <b>iii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                | <b>v</b>    |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                             | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                             | <b>viii</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                         | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang Masalah .....                      | 1           |
| 1.2 Rumusan Masalah.....                              | 6           |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                           | 6           |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....                          | 7           |
| 1.5 Sistematika Penulisan .....                       | 7           |
| <b>BAB II. TELAHAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS .....</b>    | <b>9</b>    |
| 2.1 Telaah Pustaka .....                              | 9           |
| 2.1.1 Keputusan Pembelian.....                        | 9           |
| 2.1.2 Kualitas Produk.....                            | 12          |
| 2.1.3 Word Of Mouth.....                              | 14          |
| 2.1.4 Penelitian Terdahulu .....                      | 21          |
| 2.1.5 Kerangka penelitian .....                       | 23          |
| 2.2 Hipotesis .....                                   | 23          |
| <b>BAB III. METODE PENELITIAN .....</b>               | <b>24</b>   |
| 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional..... | 24          |
| 3.2 Objek Penelitian.....                             | 26          |
| 3.3 Populasi dan Sampel .....                         | 26          |
| 3.4 Jenis Data .....                                  | 28          |
| 3.5 Metode Analisis Data.....                         | 28          |
| 3.6 Pengujian Hipotesis .....                         | 32          |
| <b>BAB IV. HASIL PENELITIAN.....</b>                  | <b>34</b>   |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....              | 34          |
| 4.2 Karakteristik Responden.....                      | 37          |
| 4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas .....              | 39          |
| 4.4 Hasil Penelitian .....                            | 42          |
| 4.5 Uji Asumsi Klasik.....                            | 62          |
| 4.6 Uji Hipotesis .....                               | 67          |
| 4.7 Pembahasan.....                                   | 72          |



|                                        |    |
|----------------------------------------|----|
| <b>BAB V. SIMPULAN DAN SARAN</b> ..... | 77 |
|----------------------------------------|----|

|                    |    |
|--------------------|----|
| 5.1 Simpulan ..... | 77 |
|--------------------|----|

|                 |    |
|-----------------|----|
| 5.2 Saran ..... | 77 |
|-----------------|----|

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**



# UNIVERSITAS ISLAM RIAU

**DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK:**

**PERPUSTAKAAN SOEMAN HS**

**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**



## DAFTAR TABEL

|                                                                         |    |
|-------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1.1 Data Penjualan Produk Npk Jitu Tani .....                     | 5  |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....                                    | 22 |
| Tabel 3.1 Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional .....            | 25 |
| Tabel 5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....       | 38 |
| Tabel 5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....           | 38 |
| Tabel 5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....                | 39 |
| Tabel 5.4 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk .....                     | 40 |
| Tabel 5.5 Hasil Uji Validitas Word Of Mouth .....                       | 40 |
| Tabel 5.6 Hasil Uji Keputusan Pembelian .....                           | 41 |
| Tabel 5.7 Hasil Uji Reliabilitas .....                                  | 42 |
| Tabel 5.18 Rekap Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk .....     | 47 |
| Tabel 5.29 Rekap Tanggapan Responden Terhadap Word Of Mouth .....       | 54 |
| Tabel 5.39 Rekap Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian ..... | 61 |

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK:

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

**UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU**

## DAFTAR GAMBAR

|                                                         |    |
|---------------------------------------------------------|----|
| Gambar 5.1 Normal Probability Plot.....                 | 63 |
| Gambar 5.2 <i>Kolmogorov-Smirnov</i> .....              | 64 |
| Gambar 5.3 Hasil Uji Multikolinearitas .....            | 65 |
| Gambar 5.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....          | 65 |
| Gambar 5.5 Hasil Uji Autokorelasi .....                 | 66 |
| Gambar 5.6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda ..... | 67 |
| Gambar 5.7 Hasil Uji T .....                            | 68 |
| Gambar 5.8 Hasil Uji F .....                            | 69 |
| Gambar 5.9 Hasil Uji Koefisien Korelasi Tabel .....     | 70 |
| Gambar 5.10 Hasil Uji Determinasi ( $R^2$ ) .....       | 71 |

**UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU**





## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan ekonomi dan bisnis di era globalisasi sangat cepat yang mengharuskan perusahaan harus selalu siap dengan perubahan pasar dan harus menyesuaikan diri dengan perubahan yang terjadi. Seiring dengan meningkatnya persaingan bisnis perusahaan juga harus memperhatikan aspek produksi, serta pemasarannya. Perusahaan harus berfikir kreatif dalam perkembangan jaman yang semakin cepat supaya dapat bersaing dalam ketatnya persaingan pasar yang terjadi, perusahaan harus mampu memainkan strategi pemasaran yang handal dan mampu menarik minat konsumen sehingga dapat memenangkan persaingan pasar yang sangat ketat.

Peningkatan produksi pangan untuk mendukung ketahanan pangan nasional merupakan program utama pembangunan pertanian Indonesia. Peningkatan produktivitas masyarakat pertanian terutama dicapai melalui penggunaan varietas unggul yang sangat peka terhadap unsur hara pupuk. Keberhasilan pencapaian tujuan produksi pertanian tidak lepas dari menjaga ketersediaan sarana pertanian, khususnya pupuk, sesuai dengan prinsip yang tepat (dari segi waktu, kuantitas, jenis, lokasi, kualitas dan harga).

Dalam hal ini, perusahaan harus selalu berinovasi supaya dapat bertahan serta selalu menjaga kualitas mutu di setiap produk yang di produksinya, dimana mutu itulah yang menentukan posisi suatu produk dipasaran. Menurut (Risa Mustika Sari, 2021) Kualitas suatu produk menjadi acuan utama untuk



pemasar, kemampuan suatu produk atau jasa secara langsung dipengaruhi oleh kualitas produk.

Faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah kualitas produk menjadi persepsi dan penilaian konsumen terhadap suatu produk. Konsumen merasa puas jika produk yang mereka beli berkualitas tinggi. Menafsirkan bahwa kualitas produk merupakan suatu keterampilan yang dapat dinilai oleh suatu produk dalam melaksanakan tugasnya, akurasi, kemudahan service, atribut lain dari produk yang dipasarkan. Dari sudut pandang pemasaran, kualitas dapat diukur dari pandangan konsumen terhadap kualitas suatu produk.

Beragam strategi bisnis menjadi perhatian para pengusaha, dari pemasaran yang tidak membutuhkan biaya sampai dengan strategi pemasaran yang membutuhkan biaya yang cukup besar. Strategi pemasaran yang cukup populer digunakan oleh para pemasar atau pelaku usaha ialah strategi pemasaran word of mouth atau yang dikenal dengan pemasaran dari mulut ke mulut. Ada yang mengatakan bahwa 68% pembeli yang membeli produk mendapatkan informasi berasal dari pembeli lain dari strategi pemasaran word of mouth (BisnisUKM, 2010). Strategi pemasaran ini sangat cocok digunakan oleh perusahaan di bidang industri maupun jasa.

Strategi pemasaran word of mouth yang berkembang di kalangan masyarakat menjadi perhatian para pelaku pemasaran untuk mempromosikan produknya dengan lebih meyakinkan konsumen sehingga akhirnya konsumen melakukan keputusan pembelian. Pelaku usaha perlu memahami perilaku konsumen untuk terciptanya kepuasan konsumen, maka dari itu pelaku usaha sangat penting untuk mengerti perilaku konsumen. Perilaku konsumen dalam



melakukan pembelian suatu produk perlu dipahami untuk menjadi arahan bagi para pelaku usaha untuk menerapkan strategi yang sesuai untuk diterapkan. Analisa perilaku konsumen melakukan suatu pembelian produk ialah tahapan awal perencanaan strategi pemasaran untuk mengetahui motif yang menjadi dasar konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk tertentu.

Konsumen yang terpenuhi kebutuhannya akan suka rela menjadi pembicara suatu produk, ketika konsumen sudah merekomendasikan suatu produk mereka lebih dipercaya dibandingkan iklan jenis lainnya. Ketika konsumen membeli produk maka secara tidak sadar mereka akan menilai produk yang dibelinya, jika produk tersebut memenuhi kebutuhan konsumen kemungkinan besar konsumen tersebut akan melakukan komunikasi pemasaran word of mouth secara tidak sadar.

Konsumen yang berdomisili di sekitar kecamatan Sabak Auh kabupaten Siak mendapatkan informasi produk pupuk Npk Jitu Tani melalui agen – agen pemasaran ataupun melalui kerabat dekat seperti keluarga, teman atau konsumen lain yang sudah pernah memakai produk tersebut. Dalam prosesnya konsumen biasanya memastikan produk yang di rekomendasikan oleh konsumen atau kerabatnya ada atau tidaknya ketersediaan produk yang dimaksud, dikarenakan calon konsumen atau petani sebelum membeli suatu produk pupuk hal yang paling mereka pastikan ialah ketersediaan produk dalam jangka panjang. Sedangkan untuk kualitas produk konsumen selalu memperhatikan hal ini dikarenakan jika suatu produk yang digunakan oleh konsumen kualitasnya berubah maka konsumen akan kehilangan kepercayaan dan minat untuk melakukan pembelian ulang. Maka dari itu, penulis tertarik untuk meneliti mengenai pengaruh Kualitas Produk dan Word

of Mouth terhadap keputusan pembelian di daerah Kecamatan Sabak Auh kabupaten Siak.

Dalam hal ini penulis mengambil studi di Toko Pertanian Berkah Tani yang berlokasi di Kecamatan Sabak Auh Kabupaten Siak dimana toko ini yang menjadi toko cabang yang menjual pupuk Npk Jitu Tani di daerah tersebut. Toko ini menjual berbagai bahan pertanian antara lain Pupuk, Racun, Bibit dan alat-alat penunjang pertanian. Saat ini saya akan membahas tentang pupuk Npk Jitu Tani yang dijual oleh toko pertanian Berkah Tani karena setelah survey singkat yang dilakukan adanya penurunan performa produk pupuk Npk Jitu Tani dalam mempengaruhi persepsi masyarakat untuk melakukan pembelian produk pupuk ini.

Pupuk Npk Jitu Tani merupakan pupuk Npk majemuk yang memiliki kandungan unsur hara makro dan mikro yang lengkap dimana jenis pupuk ini memiliki keunggulan dengan pupuk yang telah ada yaitu kemasan yang memiliki berat 2 Kg sudah memiliki kandungan yang lengkap diantaranya, unsur makro (N,P,K) dan unsur mikro (Mgo,B,CU,ZN,S,Plus Aktivator) dan lebih mudah diserap oleh tanaman dan secara praktis dapat digunakan. Dalam upaya pengembangan usaha yang dilakukan tidak terlepas dari perilaku petani sebagai konsumen dalam menggunakan pupuk jenis ini, sehingga berbagai upaya dilakukan oleh perusahaan dalam upaya memberikan informasi secara benar terkait dengan memberikan penawaran kepada konsumen. Meskipun produk pupuk ini tergolong produk baru, tetapi pupuk Npk Jitu tani mampu membangun persepsi yang baik terhadap kualitas pupuk yang digunakan. Sehingga produk dapat terjual habis dipasaran. Namun demikian berdasarkan data hasil penjualan menunjukkan adanya penurunan, kondisi ini



mengindikasikan belum maksimalnya kemampuan produk dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Data penjualan tersebut secara lengkap dapat disajikan pada tabel I.

Tabel I  
Data penjualan produk Npk Jitu Tani  
Pada Kec. Sabak Auh Kab. Siak  
Tahun 2017-2020

| Tahun | Penjualan (Dus) | Peningkatan/Penurunan |
|-------|-----------------|-----------------------|
| 2017  | 480             | -                     |
| 2018  | 535             | 11,4%                 |
| 2019  | 520             | (-2,8)                |
| 2020  | 493             | (-5,1)                |
| 2021  | 471             | (-4,4)                |

Sumber: Toko Pertanian BERKAH TANI

Dari data penjualan tersebut menunjukkan adanya penurunan, kondisi ini menunjukkan adanya penurunan atas pencapaian kinerja produk dalam hal mempengaruhi persepsi konsumennya. Melalui analisis perilaku konsumen maka dapat diketahui secara jelas faktor-faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian pupuk jenis ini.

Berdasarkan dari semua latar belakang masalah yang telah dipaparkan, mendasari penyusunan proposal ini dengan judul:

“ PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PUPUK NPK JITU TANI PADA TOKO PERTANIAN BERKAH TANI DI KECAMATAN SABAK AUH KABUPATEN SIAK ”



## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk pupuk NPK Jitu Tani di Kec. Sabak Auh Kab. Siak
2. Apakah word of mouth (wom) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk pupuk NPK Jitu Tani pada Toko Pertanian Berkah Tani di Kec. Sabak Auh Kab. Siak?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk dan pengaruh word of mouth terhadap keputusan pembelian produk pupuk Npk Jitu Tani di Kec. Sabak Auh Kab. Siak?

## 1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

### 1.3.1 Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pupuk Npk Jitu Tani di Kecamatan Sabak Auh Kabupaten Siak.
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh strategi pemasaran word of mouth terhadap keputusan pembelian pupuk Npk jitu Tani di Kecamatan Sabak Auh Kabupaten Siak.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan strategi pemasaran word of mouth pada pupuk Npk jitu Tani di Kecamatan Sabak Auh Kabupaten Siak.

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

ISLAM RIAU



### 1.3.2 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi penulis penelitian ini merupakan kesempatan untuk menguji ulang teori word of mouth (wom) dan kualitas produk yang menjadi faktor mempengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini juga untuk menambah wawasan serta pola pikir dan menjadi wadah untuk mengaplikasikan ilmu yang telah di pelajari sebagai syarat mendapatkan gelar sarjana (S1) program studi manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau.
2. Bagi pihak perusahaan yang memproduksi pupuk Npk Jitu Tani yaitu sebagai bahan masukan yang diteliti dalam rangka melakukan evaluasi pemasaran yang dilakukan untuk mengetahui keputusan pembelian yang dilakukan konsumen, sehingga dapat digunakan sebagai bahan acuan pemilik dalam menentukan strategi dimasa yang akan datang.
3. Bagi pihak lain, penelitian dapat digunakan sebagai informasi dalam bidang pemasaran dan bisa digunakan sebagai bahan referensi bagi pihak peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian sejenis.

### 1.4 Sistematika Penulisan

#### SISTEMATIKA PENULISAN

Daftar isi yang direncanakan akan terbagi menjadi enam bab, dimana masing– masing bab terdiri dari sub bab dan sub – sub bab. Adapun garis besar sistematika penulisannya sebagai berikut:

#### BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang uraian mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

## **BAB II : TELAAH PUSTAKA**

Pada bab ini akan menguraikan landasan teori berisikan teori – teori yang mendukung penelitian, seperti pengertian word of mouth, pengertian kualitas produk dan pengertian keputusan pembelian dilengkapi juga dengan penelitian terdahulu, kerangka penelitian dan hipotesis penelitian.

## **BAB III : METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini akan diuraikan tentang metode penelitian yang terdiri dari lokasi penelitian, operasional variabel, jenis dan sumber data yang diantaranya, data primer, data sekunder, populasi, sampel, metode penentuan sampel, metode pengumpulan data, adapun metode analisis data diantaranya terdapat analisis deskriptif, uji instrument dan uji asumsi klasik diantaranya uji multikolineritas, uji heteroskedastisitas, uji normalitas serta pengujian hipotesis.

## **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini akan diuraikan hasil dari penelitian yang dilakukan, analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan.

## **BAB V : PENUTUP**

Bab ini memuat kesimpulan dari penelitian dan saran – saran yang berhubungan dengan masalah penelitian ini.





## BAB II

### TELAAH PUSTAKA

#### 2.1 Telaah Pustaka

##### 2.1.1 Keputusan Pembelian

Posisi konsumen dalam suatu perusahaan sangat penting, konsumen menuntut agar kebutuhan mereka terpenuhi yang juga merupakan keinginan para konsumen. Kebutuhan dan keinginan yang semakin meningkat seiring dengan perkembangan teknologi informasi sehingga memudahkan para konsumen untuk mengetahui, memahami dan memiliki banyak pilihan dalam memilih produk. Cara konsumen berfikir dan mengambil keputusan saat membeli suatu produk inilah yang menjadi tantangan dan misteri bagi perusahaan.

Keputusan pembelian adalah sikap seseorang terhadap pembelian atau penggunaan suatu produk berupa barang atau jasa yang diyakini dapat memuaskan dan kesediaannya untuk menerima segala resiko yang mungkin timbul. (Kodu, 2013) “ keputusan pembelian diambil oleh pembeli sebenarnya merupakan kumpulan dari sejumlah keputusan yang terorganisir.”

(Khair, 2016) ada empat faktor yang mempengaruhi mengapa seseorang menggunakan produk tertentu untuk memuaskan kebutuhan dan keinginannya, adalah:

1. Faktor kebudayaan, yaitu penyebab paling mendasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Perilaku manusia dapat dipelajari secara ekstensif, tumbuh dalam masyarakat seseorang anak mempelajari nilai

– nilai dasar persepsi, keinginan dan perilaku keluarga dan lembaga lainnya.

2. Faktor sosial, karena manusia adalah makhluk sosial pada dasarnya mendapatkan banyak pengaruh dari orang – orang di sekitarnya ketika mereka membeli barang yang kebutuhannya lebih tinggi di masyarakat kita daripada peran mereka sebagai anak – anak.
3. Faktor pribadi, faktor dalam diri setiap individu dapat mempengaruhi kebutuhan hidup mereka yang berbeda, usia dan aspek siklus hidup, gaya hidup, pekerjaan serta konsep pribadi adalah empat faktor penting yang harus diperhatikan oleh pemasar untuk mengetahui perilaku konsumen.
4. Faktor psikologis, aspek psikologi memainkan peran penting dalam perilaku keputusan pembelian konsumen, dari sekian banyak bidang psikologi keyakinan dan sikap (belief and behavior), motivasi, persepsi dan pembelajaran merupakan empat hal yang paling menarik perhatian pemasaran.

Tahapan dalam keputusan pembelian, dalam proses pengambilan keputusan menurut (Kotler & Philip, 2005) menyebutkan bahwa ada lima proses keputusan pembelian seorang konsumen yaitu, pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.

1. Pengenalan masalah, tahapan dalam pembelian diawali dengan pengenalan masalah atau kebutuhan ketika kebutuhan diketahui maka konsumen dapat memahami kebutuhan mana yang diprioritaskan dan mana yang ditunda dalam pemenuhan kebutuhannya.





2. Pencarian informasi, tahap kedua dari proses ini berkaitan erat dengan pengumpulan informasi untuk memenuhi kebutuhan yang diinginkan, pencarian informasi secara aktif harus dilakukan dalam bentuk kunjungan ke beberapa toko untuk membandingkan harga dan kualitas produk.
3. Evaluasi alternatif, tahapan evaluasi alternatif terjadi ketika konsumen menetapkan tujuan pembelian suatu produk kemudian melakukan seleksi terhadap alternatif pilihan pembelian berdasarkan tujuan pembeliannya. Tujuan pembelian setiap konsumen berbeda – beda tergantung jenis produk dan kebutuhannya, setelah tujuan pembelian ditetapkan maka konsumen perlu mengidentifikasi alternatif pembelian produk yang telah di seleksi dan yang dapat memenuhi kebutuhannya.
4. Keputusan pembelian, merupakan suatu proses dalam pembelian yang sebenarnya. Setelah fase awal selesai, konsumen harus membuat keputusan : identifikasi masalah, perilaku pencarian informasi, pembelian selanjutnya, evaluasi keputusan pembelian alternatif apakah akan membeli atau tidak. Saat konsumen memutuskan untuk membeli mereka harus membuat serangkaian keputusan yang berkaitan dengan produk, merek, penjual, waktu pembelian, metode pembelian dan setiap perusahaan dapat mencoba menyederhanakan pengambilan keputusan konsumen.

Perilaku pasca pembelian, setelah membeli suatu produk konsumen akan mengalami tingkat kepuasan atau ketidakpuasan. Ada kemungkinan

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

UNIVERSITAS ISLAM RIAU



konsumen tidak puas karena harapan dan kenyataan mereka yang dirasakan tidak sesuai. Konsumen juga akan berpartisipasi dalam berbagai kegiatan seperti cenderung mengatakan hal – hal baik atau mereka yang merasa tidak puas akan berusaha mengurangi ketidakpuasan tersebut. Disini perusahaan atau pelaku bisnis harus mencari tahu sumber ketidakpuasan dan berusaha membalikan minat pembelian ulang konsumen.

### 2.1.2 Kualitas Produk

(Maharani, 2021) Kualitas produk (quality) adalah ciri dan karakteristik suatu produk atau jasa yang tergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk atau jasa untuk menjalankan fungsinya, seperti keseluruhan daya tahan, keandalan, ketetapan, kemudahan penggunaan dan perbaikan produk, serta karakteristik produk lainnya.

(Kotler, 2012) Kualitas produk adalah “ *the ability of a product to perform its functions, it includes the product’s overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes.*” yang artinya kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya meliputi keseluruhan daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan penggunaan dan perbaikan produk, serta karakteristik produk lainnya.

Produk itu sendiri meliputi barang yang dijual atau ditawarkan oleh peritel dimana produk tersebut berpengaruh terhadap citra toko yang baik ketika dapat menyediakan barang atau jasa yang dibutuhkan konsumen. Faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian ialah inovasi produk. Dalam mengembangkan suatu produk diperlukan inovasi untuk membedakan



produk tersebut dengan kompetitornya dan menjadikan produk tersebut menjadi lebih unggul dari produk lainnya. Inovasi merupakan satu hal terpenting yang harus selalu diterapkan oleh sebuah perusahaan jika tidak ingin kehilangan pelanggannya, dengan inovasi produk anda dapat mmeberi konsumen lebih banyak pilihan dan menawarkan opsi yang sesuai dengan selera mereka.

Kotler dan Amstrong (2006) dalam (Yanuar, Qomariah, & Santoso, 2017) kualitas adalah karakteristik suatu produk dalam memenuhi kebutuhan konsumen yang telah ditentukan sebelumnya, sedangkan produk adalah sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dibeli, digunakan atau dikonsumsi guna memuaskan kebutuhan konsumen.

Standarisasi kualitas diperlukan untuk mencapai mutu produk yang diinginkan, metode ini bertujuan untuk memastikan bahwa produk tersebut menghasilkan standar yang telah ditetapkan agar konsumen tidak kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan. Jika pemasar tidak memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan pemasar akan menanggung turunnya tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan, sehingga penjualan produk cenderung turun.

(Tjiptono & Fandy, 2008) ada delapan dimensi kualitas produk yaitu:

1. Kinerja (*performance*), sifat dasar suatu produk, misalnya produk smartphone yang berkualitas dan terjangkau, kecepatan pengiriman jasa kurir pengiriman.
2. Fitur (*features*), karakteristik pelengkap khusus yang dapat ditambahkan ke pengalaman pengguna produk, contohnya layanan garansi gratis servis disetiap pembelian produk baru.



3. Reliabilitas, yaitu kemungkinan kerusakan suatu produk dalam jangka waktu tertentu.
  4. Konformasi (*conformance*), tingkat kesesuaian produk dengan standar yang telah ditentukan, contohnya ketetapan waktu jadwal keberangkatan pesawat terbang.
  5. Daya tahan (*durability*) jumlah pemakaian suatu produk hingga akhirnya produk tersebut harus diganti.
  6. *Serviceability* yaitu kemudahan dan kecepatan waktu suatu produk untuk diperbaiki, dan keramahan staf pelayanan suatu perusahaan.
  7. Estetika, yaitu penampilan suatu produk yang dapat dinilai
- Persepsi terhadap kualitas, yaitu kualitas suatu produk yang dinilai konsumen berdasarkan reputasi penjual atau perusahaan.

#### 2.1.3 Word Of Mouth

Word of mouth menurut (Maharani, 2021) *word of mouth* adalah pembicaraan yang secara alami terjadi antara individu satu dengan lawannya. *Word of mouth* adalah pembicaraan konsumen asli.

“Kebanyakan proses komunikasi antar manusia adalah melalui dari mulut ke mulut. Setiap orang setiap hari berbicara dengan yang lainnya, saling tukar pikiran, saling tukar informasi, saling berkomentar dan proses komunikasi lainnya. Mungkin sebenarnya pengetahuan konsumen atas berbagai macam merek produk lebih banyak disebabkan adanya komunikasi dari mulut ke mulut. Hal tersebut sangat menguntungkan produsen yang jarang melakukan promosi dan lemah dalam mengkomunikasikan produknya



dikarenakan keterbatasan biaya, sehingga sulit menjangkau konsumen lebih luas”. (Sutisna, 2002).

Berdasarkan kesimpulan diatas, *word of mouth* diartikan sebagai komunikasi yang dilakukan oleh konsumen yang pernah melakukan pembelian dan membagikan pengalaman mereka dengan produk atau layanan yang telah mereka beli kepada orang lain. Sehingga konsumen secara tidak langsung telah melakukan promosi yang dapat meningkatkan minat beli konsumen lain yang mendengarkan percakapan tersebut.

Menurut (Sumardy, 2010) *word of mouth* adalah tindakan penyediaan informasi oleh konsumen kepada konsumen lain. Adapun *word of mouth* terbagi menjadi atas dua jenis, yaitu:

1. *Organic word of mouth* adalah *word of mouth* yang terjadi secara alami.
2. *Amplified word of mouth* adalah *word of mouth* yang terjadi karena di desain oleh perusahaan.

Menurut (Sernovitz, 2010), terdapat lima elemen yang dibutuhkan agar *word of mouth* dapat menyebar yakni:

1. *Talkers*

Yaitu yang pertama dalam elemen ini adalah kita harus tahu siapa pembicara dalam hal ini pembicara adalah konsumen yang pernah mengkonsumsi/menggunakan suatu produk atau jasa yang pernah kita berikan.

2. *Topics*



Yaitu adanya suatu *word of mouth* karena tercipta suatu pesan atau perihal yang membuat mereka berbicara mengenai produk atau jasa, seperti halnya produk atau layanan yang kita berikan.

### 3. *Tools*

Yaitu setelah kita mengetahui pesan atau perihal yang membuat mereka berbicara mengenai produk atau jasa tersebut dibutuhkan suatu alat agar penyampaian pesan dapat berjalan lancar, seperti brosur dan website.

### 4. *Talking part*

Yaitu partisipasi perusahaan seperti halnya dalam menanggapi respon pertanyaan – pertanyaan mengenai produk atau jasa tersebut dari para calon konsumen dengan menjelaskan secara lebih jelas.

### 5. *Tracking*

Pengawasan akan hasil *word of mouth* marketing perusahaan setelah suatu alat tersebut berguna dalam proses *word of mouth* dan perusahaanpun cepat tanggap dalam merespon calon konsumen.

*Word of mouth* berperan dalam tiga hal (1) arus informasi (2) arus pengaruh dan (3) karakteristik tertentu yang dapat memainkan peran lebih besar dalam tahap awal, sementara yang lain memiliki pengaruh yang lebih besar kemudian. Pengambilan keputusan konsumen sampai pada tahap pembelian (tahap akhir) dalam *word of mouth* yakni:

1. *Awariness* adalah kemampuan konsumen dan calon konsumen dalam mengenali suatu merek, produk, jasa

2. *Interest* adalah langkah setelah seorang pemasar mampu untuk membuat sebuah media informasi tersebut agar dapat mengandung daya tarik bagi konsumen.
3. *Cost and benefit* adalah proses membandingkan keputusan dalam mengenali jumlah biaya yang perlu dikeluarkan untuk suatu kebijakan dan perkiraan manfaat yang akan diterima.
4. *Power* adalah kemampuan perusahaan untuk mempengaruhi harga produk di pasar. Kekuatan pasar memungkinkan perusahaan untuk menetapkan harga yang lebih tinggi daripada harga ekuilibrium di pasar kompetitif.
5. *Kesamaan demografis* yaitu antara sumber dan target untuk menjadi penting untuk menjelaskan terjadinya pengaruh *word of mouth* dan biasanya diukur sepanjang beberapa dimensi seperti umur, jenis pekerjaan, atau tingkat pendidikan yang memfasilitasi arus informasi lebih sering berinteraksi dan berkomunikasi dengan lebih mudah.
6. *Final decision* pada tahap akhir ini konsumen mengambil tindakan yang dapat di amati, pembelian barang atau jasa yang berkelanjutan.

Strategi pemasaran komunikasi *word of mouth* terjadi ketika para pelanggan mulai memberi tahu orang lain tentang ide – ide mereka tentang layanan, merek, atau kualitas dari produk yang mereka gunakan. Menurut (Mowen, 2002) mengemukakan bahwa, komunikasi dari mulut ke mulut (*Word of Mouth*) mengacu pada pertukaran komentar, pemikiran, atau ide-ide diantara dua konsumen atau lebih, yang tidak satupun merupakan sumber pemasaran. Dalam pembentukan *Word of Mouth* terdapat dua sumber yang menyebabkan, yaitu *reference group* dan *Opinion Leader*. (Olson, 2000)



DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU



terdapat dua sumber utama yang menghasilkan Word of Mouth diantaranya yaitu Reference Group dan Opinion Leader.

#### 1. Reference Group

(Olson, 2000) menegaskan bahwa sebuah grub terdiri dari dua atau lebih orang yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan yang sama, serta mempunyai latar belakang yang sama dan tidak berbadan hukum. Bentuk-bentuk grup yang paling penting antara lain keluarga, teman dekat serta, rekan kerja dan grub-grub tersebut menjadi grub referensi. (Mowen, 2002) kelompok acuan (Reference Group) mempengaruhi seseorang melalui:

- a. Pengaruh Normatif (Normative influence), terjadi apabila perilaku individu dipengaruhi oleh norma-norma yang berlaku pada lingkungan sekitarnya.
- b. Pengaruh Informasi (Informative Influence), sebuah kelompok akan mempengaruhi keputusan pembelian dengan memberikan informasi yang sangat dipercaya.
- c. Pengaruh Nilai Ekspresif (Value Expressive Influence), suatu kelompok acuan akan mempengaruhi konsumen jika memiliki sikap dan nilai tertentu yang berhubungan dengan proses konsumsi konsumen.

Dapat disimpulkan berdasarkan penjabaran diatas bahwa hal – hal yang berkaitan dengan lingkungan masyarakat berpengaruh kepada perilaku individu disekitarnya. Dimulai dari aturan – aturan yang berlaku, informasi

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK:

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

UNIVERSITAS ISLAM RIAU



yang diterima sampai nilai ekspresif dalam lingkungan masyarakat berdampak pada perilaku pembelian seseorang.

## 2. Opinion Leader

Pada Word of Mouth didapatkan bahwa beberapa orang atau lebih sering memberi informasi dibandingkan dengan yang lainnya. Individu-individu seperti inilah yang disebut Opinion leader. Menurut (Shimp, 2003) Opinion Leader adalah seseorang yang sering mempengaruhi sikap-sikap atau perilaku yang visible dan individu lainnya. (Mowen, 2002) Opinion Leader, mempunyai beberapa karakteristik:

- a. Tertarik dengan produk dan memiliki kemampuan yang luas tentang kategori produk.
- b. Memiliki keterlibatan dalam kategori produk dan lebih inovatif dalam pembelian.
- c. Aktif mencari informasi tentang suatu produk yang berasal dari sumber pribadi.
- d. Mempunyai koneksi yang baik atau aktif bersosialisasi serta suka berkelompok.
- e. Vocal menyuarakan pendapatnya dan memiliki kepercayaan diri.

(Shimp, 2003) berpendapat seorang pemimpin opini mempunyai fungsi memberi informasi kepada orang lain tentang produk-produk baru, mereka memberikan saran serta mengurangi persepsi resiko yang diterima oleh pengikutnya dalam pembelian produk baru, dan mereka menawarkan umpan balik yang positif untuk mendukung keputusan yang telah diambil pengikutnya.



Menurut (Hasan, 2010) ada beberapa alasan yang membuat Word of Mouth dapat menjadi sumber informasi yang kuat dalam mempengaruhi keputusan pembelian adalah sebagai berikut:

- a. Word of Mouth adalah sumber informasi yang independen dan jujur.
- b. Word of Mouth sangat kuat karena memberikan manfaat kepada yang bertanya dengan pengalaman langsung tentang produk melalui pengalaman teman dan kerabat.
- c. Word of Mouth disesuaikan dengan orang-orang yang tertarik di dalamnya, seseorang tidak akan bergabung dengan percakapan kecuali mereka tertarik pada topik diskusi.
- d. Word of Mouth menghasilkan media iklan informal.
- e. Word of Mouth dapat mulai dari satu sumber tergantung bagaimana kekuatan influencer dan jaringan social itu menyebar dengan cepat dan secara luas kepada orang lain.
- f. Word of Mouth tidak dibatas oleh ruang atau kendala lainnya seperti ikatan sosial, waktu, keluarga, atau bahkan hambatan fisik lainnya.

Komunikasi pemasaran word of mouth merupakan bagian penting dalam pemasaran dikarenakan dalam komunikasi word of mouth mampu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Disisi lain word of mouth menyebar dengan sangat pesat bila seseorang memiliki jaringan yang luas. Word of mouth juga penting karena esensi pemasaran adalah mempromosikan dengan meyakinkan untuk dikemudian diakhiri dengan keputusan pembelian (Sari, 2012).

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK:

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU



## 2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mukhamad Ilham Marga Firdaus (2016) tentang “Faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian pupuk cair CV. Dwi Agro Manunggal Nganjuk”. Hasil dari penelitian ini adalah Bahwa Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Pupuk Cair CV. Dwi Agro Manunggal Nganjuk Merupakan Faktor Yang Dominan Dipertimbangkan Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Pupuk Cair CV. Dwi Agro Manunggal Nganjuk.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Darwis Suluh Islam (2020) tentang “Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pupuk Cair Amina Di Mojokerto”. Hasil Penelitian Secara Parsial Menunjukkan Bahwa Variabel Harga Dan Kualitas Produk Memiliki Pengaruh Positif Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pupuk Cair Amina Di Kota Mojokerto.

Penelitian yang dilakukan Vera Monica (2017) dalam penelitiannya yg berjudul “Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk Starter Fermentasi Dan Dekomposer Pupuk Organik”. Penelitian ini adalah dari keempat variabel bauran pemasaran yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk starter fermentasi dan dekomposer pupuk adalah harga dan tempat.

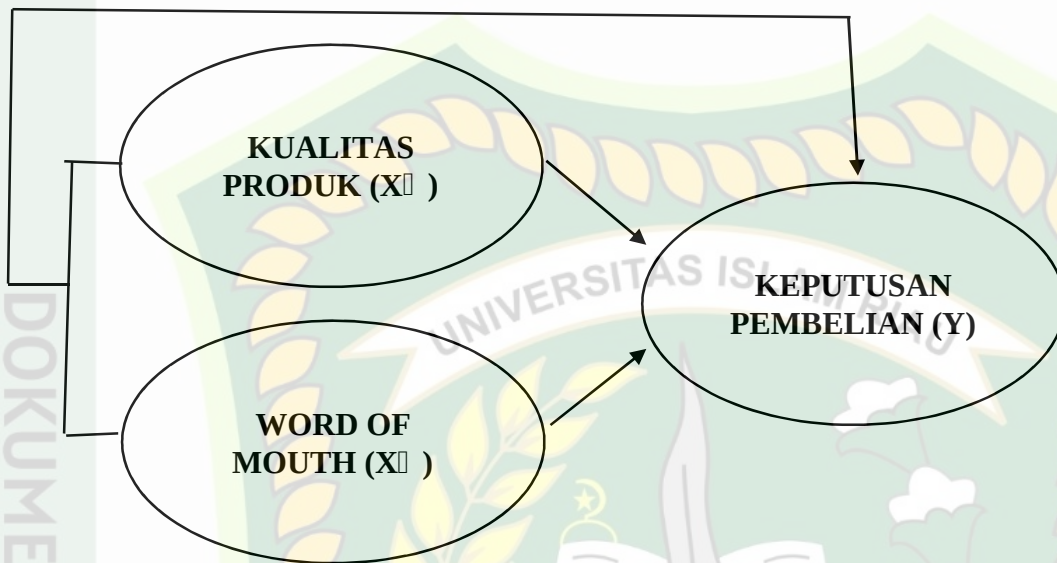
# ISLAM RIAU

**Tabel II**  
**Tabel Penelitian Terdahulu**

| No | Nama Peneliti                             | Judul Penelitian                                                                                                                    | Variabel Penelitian                                               | Hasil                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|----|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Mukhamad Ilham<br>Marga Firdaus<br>(2016) | “Faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian pupuk cair CV. Dwi Agro Manunggal Nganjuk”.                  | Product, Price, Promotion, Place, Psikologis, Keputusan Pembelian | Hasil penelitian ini bahwa faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian pupuk cair cv. dwi agro manunggal nganjuk merupakan faktor yang dominan dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian pupuk cair cv. dwi agro manunggal nganjuk |
| 2. | Darwis Suluh<br>Islam (2020)              | “Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pupuk Cair Amina Di Mojokerto”                            | Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian     | Hasil penelitian secara parsial menunjukan bahwa variabel harga dan kualitas produk memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada pupuk cair amina di kota mojokerto                                                                         |
| 3. | Vera Monica<br>(2017)                     | “Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk Starter Fermentasi Dan Dekomposer Pupuk Organik” | Marketing Mix, Keputusan Pembelian                                | Penelitian ini adalah dari keempat variabel bauran pemasaran yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk starter fermentasi dan dekomposer pupuk adalah harga dan tempat                                                                                |

Sumber : Goggle Scholar

### 2.3 Kerangka Penelitian



Sumber : Hasil Pemikiran Peneliti

### 2.4 Hipotesis Penelitian

Dari rumusan masalah, tujuan penelitian dan kerangka penelitian tersebut, maka penulis membuat hipotesis sebagai berikut :

1. Diduga kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Npk Jitu Tani di Kecamatan Sabak Auh, Kabupaten Siak.
2. Diduga *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Npk Jitu Tani di Kecamatan Sabak Auh, Kabupaten Siak.
3. Diduga Kualitas Produk dan *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk Npk Jitu Tani di Kecamatan Sabak Auh, Kabupaten Siak.



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

##### 3.1.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian dapat dilihat dari dua perspektif: peran dan sikap.

Dilihat dari segi perannya, variabel dibedakan ke dalam dua jenis yaitu:

1. Variabel Dependent (variabel terikat)

Variabel dependent adalah sebuah variabel yang digunakan sebagai faktor yang dipengaruhi oleh satu atau sejumlah variabel lain.

2. Variabel Independent (variabel bebas)

Variabel independent yaitu variabel yang mempengaruhi variabel dependent. Variabel independent dalam penelitian ini yaitu:

- a. Word of Mouth
- b. Kualitas Produk

##### 3.1.2 Definisi Operasional

Menurut (Karim, 2021) pengertian definisi operasional dalam variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat dan nilai dari objek kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun definisi operasional dalam penelitian ini yaitu :



**Tabel III**  
**Variabel Penelitian dan Definisi Operasional**

| Variabel                                                                                                                                                                              | Dimensi               | Indikator                                                                                                                                                                  | Skala   |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| <b>Kualitas Produk (<math>X_1</math>)</b><br>Kualitas produk adalah ciri dan karakteristik suatu produk atau jasa yang tergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan konsumen | 1. Kinerja            | 1. Produk memiliki komposisi yang lengkap sesuai dengan kebutuhan tanaman<br>2. Produk cepat diserap oleh tanaman sebagai penyedia unsur hara yang lengkap                 | Ordinal |
|                                                                                                                                                                                       | 2. Conformance        | 1. Standar mutu yang dikeluarkan menteri pertanian<br>2. Bahan baku yang terjamin kualitasnya<br>3. Pupuk memiliki unsur hara yang lengkap                                 |         |
|                                                                                                                                                                                       | 3. Daya tahan         | 1. Produk memiliki masa edar tiga tahun sejak tanggal produksi<br>2. Produk memiliki ketahanan penyimpanan di suhu ruangan rendah                                          |         |
|                                                                                                                                                                                       | 5. Persepsi           | 1. Produk unggul dalam penyerapan unsur hara ke dalam tanah<br>2. Produk memiliki kualitas dan harga yang bersaing<br>3. Saya perlu merotasi tanaman setiap 3 bulan sekali |         |
| <b>Word Of Mouth (<math>X_2</math>)</b><br>Word Of Mouth adalah pembicaraan yang secara alami terjadi antara individu satu dengan lawannya                                            | 1. Reference Group    | 1. Keluarga<br>2. Rekan kerja                                                                                                                                              | Ordinal |
|                                                                                                                                                                                       | 2. Opinion Leader     | 1. Kelompok tani                                                                                                                                                           |         |
|                                                                                                                                                                                       | 3. Talkers            | 1. Teman<br>2. Teman Group WA                                                                                                                                              |         |
|                                                                                                                                                                                       | 4. Topics             | 1. Diskon<br>2. Produk baru                                                                                                                                                |         |
|                                                                                                                                                                                       | 5. Tools              | 1. Website                                                                                                                                                                 |         |
|                                                                                                                                                                                       | 6. Taking             | 1. Agen lapangan                                                                                                                                                           |         |
|                                                                                                                                                                                       | 7. Tracking           | 1. Website layanan konsumen                                                                                                                                                |         |
| <b>Keputusan Pembelian (<math>Y</math>)</b><br>Keputusan Pembelian adalah sikap seseorang terhadap pembelian atau penggunaan suatu produk                                             | 1. Pengenalan Masalah | 1. Kebutuhan konsumen akan pupuk yang berkualitas<br>2. Permasalahan petani akan pupuk yang memiliki kandungan unsur hara yang lengkap                                     | Ordinal |

|                                                                                                                        |                             |                                                                                                          |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| berupa barang atau jasa yang diyakini dapat memuaskan dan kesediannya untuk menerima segala resiko yang mungkin timbul | 2. Pencarian Informasi      | 1. Pencarian informasi melalui toko-toko pertanian<br>2. Pencarian informasi melalui teman atau kerabat  |
|                                                                                                                        | 3. Evaluasi Alternatif      | 1. Evaluasi kualitas produk<br>2. Evaluasi harga                                                         |
|                                                                                                                        | 4. Keputusan Pembelian      | 1. Produk<br>2. Penjual                                                                                  |
|                                                                                                                        | 5. Perilaku Pasca Pembelian | 1. Konsumen puas terhadap produk yang telah dibeli<br>2. Konsumen merekomendasikan produk yang dibelinya |

### 3.2 Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Sabak Auh Kabupaten Siak, khususnya di Desa Bandar Sungai, Desa sungai Tengah, Desa belading, Desa Rempak dan Desa Laksamana.

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### 3.3.1 Populasi

Menurut (Deeppublish, 2021) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat pengguna pupuk Npk Jitu Tani pada Toko Berkah Tani di Kecamatan Sabak Auh Kabupaten Siak.

#### 3.3.2 Sampel

Menurut (Eliana, 2017) menyatakan bahwa “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik

kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek yang diteliti itu“. Sampel adalah subset dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi.

Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu sampel dengan kriteria tertentu. Responden dalam penelitian ini adalah petani yang menggunakan produk Npk Jitu Tani yang tersebar di Desa Bandar sungai, Desa Sungai Tengah, Desa Belading, Desa Rempak dan Desa Laksamana. Penentuan jumlah sampel menggunakan Rumus Slovin dengan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel / jumlah responden

N = Ukuran populasi

e = presentase kelongaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir.

Dari data yang didapatkan bahwa ada 101 petani yang rutin menggunakan pupuk Npk Jitu Tani di wilayah kecamatan Sabak Auh. Berdasarkan perhitungan dari Rumus Slovin dengan margin error 5% didapatkan jumlah responden yang dapat mewakili keseluruhan sebanyak 81 petani. Penelitian ini menggunakan instrumen penelitian yaitu kuesioner dengan menggunakan skala Likert.





### 3.4 Jenis Data

#### 3.4.1 Data Primer

Yaitu data yang dikumpulkan secara langsung dari hasil wawancara atau *interview* dengan responden serta data-data lainnya diperoleh dari objek penelitian. Datanya bisa berupa pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada para pelanggan yang menyangkut indikator yang ada di variabel penelitian.

#### 3.4.2 Data Sekunder

Yaitu data yang telah diolah dan tersaji dan terdokumentasi, dimana datanya berupa data-data penjualan produk Pupuk Npk Jitu Tani dan data lain yang relevan dengan penelitian ini.

### 3.5 Metode Analisis Data

#### 3.6.1 Analisis Deskriptif

Menurut (Ghazali, 2009) Analisis deskriptif penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran tentang data yang dilihat dari mean (mean), standar deviasi, maksimum dan minimum. Bagian ini menjelaskan kumpulan semua data (variabel) yang digunakan untuk menggambarkan perilaku suatu variabel selama periode yang diamati.

#### 3.6.2 Uji Instrument

##### 1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Artinya apakah konsep yang dihasilkan sudah benar atau belum, jika benar maka dapat digunakan variabel tersebut sedangkan jika belum benar maka perlu dilakukan pengujian ulang. Tujuan utama dari kedua tes tersebut adalah untuk menguji indikator-indikator yang

dirumuskan dalam pertanyaan sehingga penelitian tersebut kredibel dan reliable. Dengan formula uji Validitas sebagai berikut:

$$r = \frac{n\sum - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\}\{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah data untuk mengukur kuesioner, indikator variabel atau komposisi. Kuesioner dianggap reliabel jika jawaban seseorang terhadap suatu pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fitur untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai ( $\alpha$ ) 0,60 (Ghazali, 2009) dengan formula uji reliabilitas sebagai berikut:

$$r_i = \frac{2r}{1 + r}$$

### 3.6.3 Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Multikolineritas

Uji Multikolineritas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen dari model regresi yang baik. Untuk variabel bebas, tidak boleh ada korelasi antar variabel penjelas, ketika dikorelasikan variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas = 0. Cara mendeteksi terhadap adanya multikolineritas dalam model regresi dapat dilihat dari *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF) sebagai berikut (Ghazali, 2009)





- a. Besarnya *variabel inflation factor* (VIF), pedoman suatu model regresi yang bebas Multikolineritas yaitu nilai  $VIF \leq 10$ .
- b. Besarnya *Tolerance* pedoman suatu model regresi yang bebas Multikolineritas yaitu nilai  $Tolerance \geq 0,01$ .

## 2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas (independen). Model yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Cara untuk mendeteksi dengan cara melihat grafik scatter plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residual (SRESID).

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah adalah angka nol pada sumbu Y, maka tidak ada heteroskedastisitas.

## 3. Uji Normalitas

Menurut (Ghazali, 2009) cara normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk diagonal ketika distribusi normal data adalah normal maka garis menggambarkan data. Sesungguhnya akan mengikuti garis

diagonalnya atau dengan kata lain media grafik histogram dan grafik normal plot.

- a. Jika data menyebar secara diagonal dan mengikuti diagonal atau histogram maka menunjukkan pola distribusi normal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar secara diagonal dan tidak mengikuti diagonal atau histogram maka menunjukkan pola distribusi normal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

#### 4. Analisis Regresi Berganda

Analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh lebih dari satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat (Ghazali, 2009). Di dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah kualitas produk dan *word of mouth*, sedangkan variabel terikat adalah keputusan pembelian. Model hubungan keputusan pembelian dengan variabel-variabel bebasnya disusun dalam persamaan sebagai berikut:

$$\text{Rumus} = Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

$X_1$  = Kualitas Produk

$X_2$  = *Word of Mouth*

$b_1, b_2$  = Koefisien Regresi

e = Standar Error



### 3.6 Pengujian Hipotesis

#### 3.7.1 Uji Signifikansi Parameter Individual (uji T)

Uji t dasarnya menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghazali, 2009). Dengan formula pengujian hipotesis sebagai berikut:

$$z = \frac{\bar{x}_n - \mu_0}{\sigma / \sqrt{n}}$$

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui variabel bebas (Kualitas Produk dan *Word of Mouth*) terhadap variabel terikat (Keputusan Pembelian) berpengaruh secara parsial atau terpisah.

$H_0 : b \neq 0$ , artinya variabel-variabel bebas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

$H_a : b \neq 0$ , artinya bahwa variabel-variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat

#### 3.7.2 Uji Signifikansi Parameter Simultan (Uji Statistik F)

Uji F pada menunjukkan apakah Kualitas Produk ( $X_1$ ), *Word of Mouth* ( $X_2$ ) yang dimasukan memiliki pengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y) kriteria yang digunakan adalah:

$H_0 : b_1 = b_2 = 0$ , artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas, Kualitas Produk ( $X_1$ ), *Word of Mouth* ( $X_2$ ) secara simultan terhadap variabel terikat.



$H_0 : b_1 \neq b_2 \neq 0$ , artinya ada pengaruh positif dan signifikan dari variabel bebas, Kualitas produk ( $X_1$ ), *Word of Mouth* ( $X_2$ ) secara simultan terhadap variabel terikat.

Kriteria pengujiannya sebagai berikut:

1. Taraf Signifikan ( $\alpha = 0,05$ ).
2. Distribusi t derajat kebebasan ( $n - k$ ).
3. Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
4. Apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

### 3.7.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi adalah  $0 < R^2 < 1$  dimana nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel sangat terbatas. Sedangkan nilai yang hamper mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hamper semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi keputusan pembelian.

**UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU**



DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK:  
PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### 4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Toko pertanian berkah tani merupakan perusahaan perorangan yang didirikan oleh Bapak Siswoyo pada tahun 2017. Toko pertanian berkah tani terletak di Jalan Utama Sungai Tengah, Desa Sungai Tengah, Kecamatan Sabak Auh, Kabupaten Siak.

Kecamatan Sabak Auh merupakan desa yang memiliki berbagai macam sumber daya alam yakni: Tanaman karet, Tanaman Padi, Kebun Sawit dan kebun sayuran. Tetapi sebagian besar penduduk di Kecamatan Sabak Auh cenderung memilih berkebun sawit dikarenakan menurut mereka untuk perawatan kebun sawit sendiri tidak memerlukan perhatian khusus dan hasilnya juga menjanjikan dibandingkan tanaman karet, kebun sayuran dan tanaman padi.

Upaya permintaan pengembangan tanaman sawit semakin tahun semakin meningkat menyebabkan kebutuhan mengenai perawatan dalam pemeliharaan sawit seperti pupuk sawit dan pencegahan hama juga sangat menjanjikan dimana pupuk sawit dapat mensejahterakan para petani sawit di sekitar Kecamatan Sabak Auh.

Menurut Bapak Siswoyo selaku masyarakat di Desa Sungai Tengah sekaligus pemilik toko pertanian berkah tani melihat peluang bisnis yang sangat menguntungkan dikarenakan di daerah Kecamatan Sabak Auh sebagian besar masyarakatnya ialah petani sehingga Bapak Siswoyo



beranggapan bahwa bisnis di sektor pertanian sangat membuka peluang besar bagi kesejahteraan para petani, khususnya para petani sawit.

Toko Pertanian Berkah Tani menyediakan berbagai macam pupuk sawit seperti:

1. Npk Jitu Tani
2. KCL
3. Dolomit
4. TSP
5. NPK Mutiara
6. SP 36
7. RP
8. TSP Mahkota
9. Urea
10. Racun Rumput
11. Racun Hama
12. Alat – Alat Pertanian
13. Dan lain-lain.

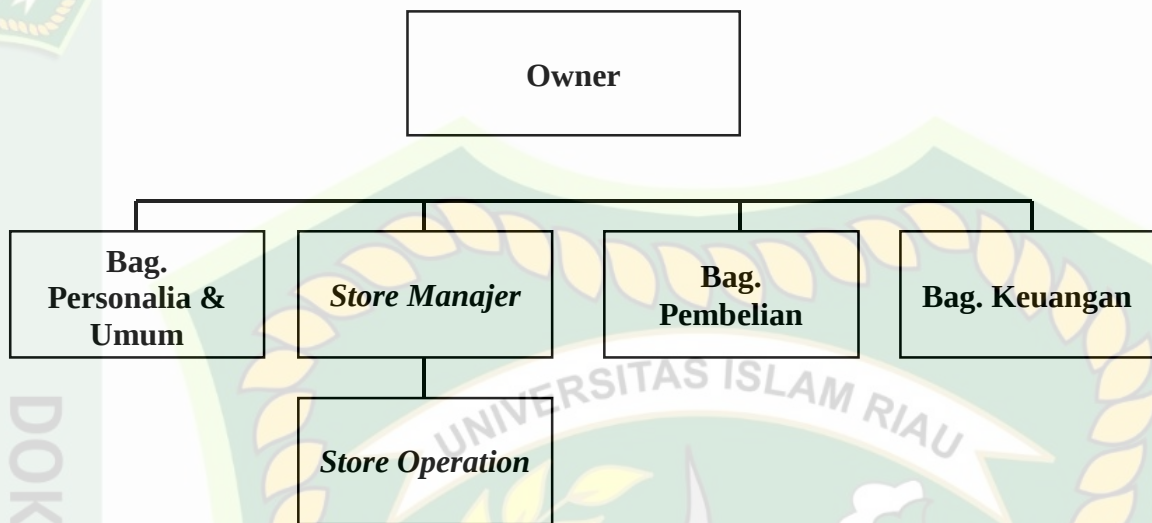
Pemupukan kelapa sawit tidak bisa dilakukan sembarang dan secara terus-menerus, waktu yang tepat untuk melakukan pemupukan kelapa sawit ketika curah hujannya kecil dan tidak boleh dalam musim hujan. Rotasi pemupukan biasanya 3 bulan sekali tergantung kondisi lahan yang ingin dipupuk. Khusus untuk lahan sawit pada tanah pasir dan lahan gambut disarankan dilakukan pemupukan yang lebih banyak. Struktur organisasi toko pertanian berkah tani dapat dilihat sebagai berikut:

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK:

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU



Berikut Uraian masing-masing jabatan:

a. Owner

Owner adalah orang yang menjalankan atau berinvestasi dalam bisnis.

Pemegang saham perusahaan juga dapat disebut sebagai Owner.

Pemilik bisnis memiliki peran strategis dan tidak berpartisipasi dalam pengelolaan layanan sehari-hari.

b. Bagian personalia dan Umum

Bagian personalia dan Umum adalah proses berkelanjutan untuk manajemen sumber daya manusia untuk mengatasi berbagai masalah di departemen.

c. Store Manajer

Store manajer adalah orang yang bertanggung jawab atas kondisi seluruh toko dan karyawannya. Dalam hierarki, manajer umum memimpin manajer penjualan, diikuti oleh manajer penjualan, yang bertanggung jawab atas penjualan semua staff penjualan.

d. Bagian Pembelian

Bagian pembelian merupakan pekerjaan utama perusahaan, khususnya dalam bidang penjualan. Kemampuan ini dipertahankan oleh departemen pembelian yang bertanggung jawab untuk menyediakan perumahan dan utilitas yang diperlukan perusahaan

e. Bagian Keuangan

Bagian keuangan adalah pihak yang bertanggung jawab untuk mengalokasikan dana untuk tujuan tertentu dan pengelolaan perusahaan yang ada.

f. Store operation

Store operation adalah orang yang bertanggung jawab atas segala sesuatu di perusahaan, mulai dari perencanaan proses hingga hasil proses

#### 4.2. Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini adalah para pelanggan pupuk Npk Jitu Tani yang melakukan pembelian di Toko Pertanian Berkah Tani yang berjumlah 81 konsumen. pengambilan data primer dilakukan dengan melakukan wawancara dan pemberian kuesioner kepada konsumen yang datang membeli pupuk Npk Jitu Tani di Toko Pertanian Berkah Tani. Data ini diolah secara kuantitatif untuk melihat pengaruh kualitas produk dan word of mouth terhadap keputusan pembelian pada toko pertanian berkah tani di kecamatan sabak auh kabupaten siak. Pengambilan wawancara dan pemberian kuesioner kepada konsumen dilakukan pada 14 Februari – 19 Februari 2022. Karakteristik responden pupuk NPK Jitu Tani yang diambil adalah jenis kelamin, pekerjaan dan usia.



Tabel V.1  
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| No           | Jenis Kelamin | Frekuensi (n) | Presentase (%) |
|--------------|---------------|---------------|----------------|
| 1            | Laki-laki     | 70            | 86,4 %         |
| 2            | Perempuan     | 11            | 13,6 %         |
| <b>Total</b> |               | 81            | 100 %          |

Berdasarkan tabel 5.1 diatas, dapat diketahui dengan total 81 responden dikelompokkan menjadi laki-laki dan perempuan. Dari total 81 responden, 70 responden berjenis kelamin laki-laki dengan presentase 86,4% sedangkan untuk responden berjenis kelamin perempuan terdapat 11 responden dengan presentase 13,6%.

Tabel V.2  
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

| No           | Pekerjaan/Status  | Frekuensi (n) | Presentase (%) |
|--------------|-------------------|---------------|----------------|
| 1            | Mahasiswa         | 8             | 9,8%           |
| 2            | Guru              | 4             | 4,9%           |
| 3            | Pegawai Swasta    | 16            | 19,8%          |
| 4            | Bisnis/wiraswasta | 24            | 29,7%          |
| 5            | PNS               | 12            | 14,9%          |
| 6            | Petani            | 17            | 20,9%          |
| <b>Total</b> |                   | 81            | 100 %          |

Tabel 5.2 menjelaskan bahwa jumlah terbesar yang paling banyak membeli pupuk npk jitu tani adalah responden yang berkerja sebagai wiraswasta, yakni sebesar 29,7%. Selanjutnya dilanjutkan oleh responden yang bekerja sebagai Petani yakni sebesar 20,9%. Responden pegawai swasta memperoleh 19,8%. Berikutnya dilanjutkan dengan responden dengan

pekerjaan PNS yakni 14,9%. Responden mahasiswa memiliki data sebesar 9,8% dan responden yang memiliki pekerjaan guru sebesar 4,9%.

Tabel V.3  
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

| Usia        | Frekuensi (n) | Presentase (%) |
|-------------|---------------|----------------|
| 17-25 Tahun | 13            | 16 %           |
| 26-35 Tahun | 26            | 32 %           |
| 36-45 Tahun | 32            | 40 %           |
| >45 Tahun   | 10            | 12 %           |
| Total       | 81            | 100 %          |

Berdasarkan tabel 5.3 diatas, dapat diketahui frekuensi responden dengan usia 17-25 tahun berjumlah 13 responden dengan presentase 16%, untuk usia responden 26-35 tahun berjumlah 26 responden dengan presentase 32%, usia responden untuk 36-45 tahun berjumlah 32 responden dengan presentase 40%, dan untuk responden dengan usia diatas 45 tahun berjumlah 10 responden dengan presentase 12%.

#### 4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas

##### 4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji sah atau tidaknya suatu kuesioner. Artinya apakah konsep yang dihasilkan sudah benar atau belum, jika benar maka dapat digunakan variabel tersebut sedangkan jika belum benar maka perlu dilakukan pengujian ulang. Pengukuran uji validitas data



penelitian dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel.

Kriteria penilaian validitas datanya yaitu jika nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel maka data tersebut valid sedangkan jika nilai  $r$  hitung lebih kecil dari  $r$  tabel maka data tersebut tidak valid.

Untuk  $n=81$  dan  $n-2=79$  diketahui nilai  $r$  tabel pada taraf 5% sebesar 0,2185.

Tabel V.4  
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1)

| Variabel             | Item    | Nilai $r$ tabel | R hitung | Ket   |
|----------------------|---------|-----------------|----------|-------|
| Kualitas Produk (X1) | Item 1  | 0,2185          | 0,629    | Valid |
|                      | Item 2  | 0,2185          | 0,650    | Valid |
|                      | Item 3  | 0,2185          | 0,644    | Valid |
|                      | Item 4  | 0,2185          | 0,578    | Valid |
|                      | Item 5  | 0,2185          | 0,545    | Valid |
|                      | Item 6  | 0,2185          | 0,527    | Valid |
|                      | Item 7  | 0,2185          | 0,665    | Valid |
|                      | Item 8  | 0,2185          | 0,618    | Valid |
|                      | Item 9  | 0,2185          | 0,396    | Valid |
|                      | Item 10 | 0,2185          | 0,602    | Valid |

Sumber : Data primer, diolah dengan SPSS 25

Dari hasil pengujian data pada tabel 5.4 diatas nilai  $r$  hitung terbesar adalah 0,665 terdapat pada item 7. Sedangkan untuk nilai  $r$  hitung terkecil adalah 0,396 terdapat pada item 9. Hal ini dapat diartikan bahwa semua instrument variabel kualitas produk (X1) dapat dikatakan valid. Instrument dinyatakan valid dikarenakan nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel.

Tabel V.5  
Hasil Uji Validitas Variabel Word Of Mouth (X2)

| Variabel           | Item   | Nilai $r$ tabel | R hitung | Ket   |
|--------------------|--------|-----------------|----------|-------|
| Word of Mouth (X2) | Item 1 | 0,2185          | 0,730    | Valid |
|                    | Item 2 | 0,2185          | 0,656    | Valid |

|         |        |       |       |
|---------|--------|-------|-------|
| Item 3  | 0,2185 | 0,624 | Valid |
| Item 4  | 0,2185 | 0,656 | Valid |
| Item 5  | 0,2185 | 0,598 | Valid |
| Item 6  | 0,2185 | 0,656 | Valid |
| Item 7  | 0,2185 | 0,695 | Valid |
| Item 8  | 0,2185 | 0,736 | Valid |
| Item 9  | 0,2185 | 0,525 | Valid |
| Item 10 | 0,2185 | 0,672 | Valid |

Sumber : Data primer, diolah dengan SPSS 25

Berdasarkan pada tabel 5.5 diatas nilai  $r$  hitung terbesar adalah 0,736 terdapat pada item 8. Sedangkan untuk nilai  $r$  hitung terkecil adalah 0,525 terdapat pada item 9. Hal ini dapat diartikan bahwa semua instrument variabel word of mouth (X2) dapat dikatakan valid. Instrument dinyatakan valid dikarenakan nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel.

Tabel V.6  
Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

| Variabel                | Item    | Nilai $r$ tabel | R hitung | Ket   |
|-------------------------|---------|-----------------|----------|-------|
| Keputusan Pembelian (Y) | Item 1  | 0,2185          | 0,504    | Valid |
|                         | Item 2  | 0,2185          | 0,581    | Valid |
|                         | Item 3  | 0,2185          | 0,667    | Valid |
|                         | Item 4  | 0,2185          | 0,611    | Valid |
|                         | Item 5  | 0,2185          | 0,668    | Valid |
|                         | Item 6  | 0,2185          | 0,660    | Valid |
|                         | Item 7  | 0,2185          | 0,658    | Valid |
|                         | Item 8  | 0,2185          | 0,692    | Valid |
|                         | Item 9  | 0,2185          | 0,698    | Valid |
|                         | Item 10 | 0,2185          | 0,641    | Valid |

Sumber : Data primer, diolah dengan SPSS 25

Pada tabel 5.6 diatas nilai  $r$  hitung terbesar adalah 0,698 terdapat pada item 9.

Sedangkan untuk nilai  $r$  hitung terkecil adalah 0,504 terdapat pada item 1. Hal ini dapat diartikan bahwa semua instrument variabel keputusan pembelian (Y)

dapat dikatakan valid. Instrument dinyatakan valid dikarenakan nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel.

#### 4.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reabilitas pengujian data untuk mengetahui konsistensi alat ukur, kuesioner dianggap reliabel jika jawaban seseorang terhadap suatu pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Teknik yang digunakan untuk mengukur reliabilitas adalah *Cronbach alpha* dengan cara membandingkan nilai *alpha* dengan standarnya. *Cronbach alpha* yang lebih dari 0,60 dapat dikatakan reliabel.

Tabel V.7  
Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel            | Batas Nilai<br><i>Cronbach Alpha</i> | <i>Cronbach Alpha</i> | Keterangan        |
|---------------------|--------------------------------------|-----------------------|-------------------|
| Kualitas Produk     | 0,60                                 | 0,785                 | Reliabil/Diterima |
| Word Of Mouth       | 0,60                                 | 0,849                 | Reliabil/Diterima |
| Keputusan Pembelian | 0,60                                 | 0,837                 | Reliabil/Diterima |

Sumber : Data primer, diolah dengan SPSS 25

Dari hasil pengujian data pada tabel 5.7 dapat disimpulkan bahwa keseluruhan instrument variabel dapat dikatakan reliabil atau diterima.

#### 4.4. Hasil Penelitian

##### 4.4.1 Analisis Deskriptif

Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 81 responden konsumen pupuk Npk Jitu Tani yang membeli di Toko Pertanian Berkah Tani di Kecamatan Sabak Auh Kabupaten Siak. Pengisian kuesioner menggunakan skala likert dengan lima jawaban alternatif yaitu, sangat setuju bernilai 5, setuju yang bernilai 4, kurang setuju yang bernilai 3, tidak setuju bernilai 2 dan sangat

tidak setuju bernilai 1. Berdasarkan jumlah kuesioner yang telah disebar, berikut adalah hasil analisis deskriptif dari jawaban responden :

#### 4.4.1.1 Variabel Kualitas Produk

(Maharani, 2021) Kualitas produk (quality) adalah ciri dan karakteristik suatu produk atau jasa yang tergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan jati diri dari suatu produk dan kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya

**Tabel V.8**  
Tanggapan responden terhadap komposisi yang lengkap sesuai dengan kebutuhan tanaman

| No           | Alternatif Jawaban  | Frekuensi | Presentase  |
|--------------|---------------------|-----------|-------------|
| 1            | Sangat Setuju       | 14        | 17,3%       |
| 2            | Setuju              | 22        | 27,2%       |
| 3            | Kurang Setuju       | 17        | 21%         |
| 4            | Tidak Setuju        | 17        | 21%         |
| 5            | Sangat Tidak Setuju | 11        | 13,6%       |
| <b>Total</b> |                     | <b>81</b> | <b>100%</b> |

Berdasarkan tabel 5.8 diatas, dapat diketahui alternatif jawaban tertinggi mengatakan setuju dengan skor 22 dengan presentase 27,2% sedangkan untuk alternatif jawaban terendah mengatakan sangat tidak setuju dengan skor 11 dengan presentase 13,6%. Rata-rata konsumen mengatakan kurang setuju dengan tanggapan responden terhadap komposisi yang lengkap sesuai dengan kebutuhan tanaman. Artinya masih terdapat komponen yang kurang didalam kualitas produk pupuk npk jitu tani didalam mensuplai kebutuhan suatu tanaman.

**Tabel V.9**  
Tanggapan responden terhadap unsur hara yang terkandung di pupuk npk jitu tani mudah terserap sebagai unsur hara yang lengkap

| No | Alternatif Jawaban | Frekuensi | Presentase |
|----|--------------------|-----------|------------|
|----|--------------------|-----------|------------|

|              |                     |           |             |
|--------------|---------------------|-----------|-------------|
| 1            | Sangat Setuju       | 14        | 17,3%       |
| 2            | Setuju              | 20        | 24,7%       |
| 3            | Kurang Setuju       | 22        | 27,5%       |
| 4            | Tidak Setuju        | 15        | 18,5%       |
| 5            | Sangat Tidak Setuju | 10        | 12,3%       |
| <b>Total</b> |                     | <b>81</b> | <b>100%</b> |

Berdasarkan tabel 5.9 diatas, dapat diketahui alternatif jawaban tertinggi mengatakan kurang setuju dengan skor 22 dengan presentase 27,5% sedangkan untuk alternatif jawaban terendah mengatakan sangat setuju dengan skor 14 dengan presentase 17,3%. Rata-rata konsumen mengatakan setuju dengan tanggapan responden terhadap unsur hara yang terkandung di pupuk npk jitu tani mudah terserap sebagai unsur hara yang lengkap. Artinya konsumen puas akan kecepatan akan larutnya unsur hara didalam pupuk ke dalam tanah sebagai penyuplai unsur hara yang lengkap.

Tabel V.10

Tanggapan responden terhadap pupuk npk jitu tani sudah terjamin kualitasnya sesuai dengan standar mutu yang dikeluarkan menteri pertanian

| No           | Alternatif Jawaban  | Frekuensi | Presentase  |
|--------------|---------------------|-----------|-------------|
| 1            | Sangat Setuju       | 13        | 16%         |
| 2            | Setuju              | 28        | 34,6%       |
| 3            | Kurang Setuju       | 19        | 23,5%       |
| 4            | Tidak Setuju        | 16        | 19,8%       |
| 5            | Sangat Tidak Setuju | 5         | 6,2%        |
| <b>Total</b> |                     | <b>81</b> | <b>100%</b> |

Berdasarkan tabel 5.10 diatas, dapat diketahui alternatif jawaban tertinggi mengatakan setuju dengan skor 28 dengan presentase 34,6% sedangkan untuk alternatif jawaban terendah mengatakan sangat tidak setuju dengan skor 5 dengan presentase 6,2%. Rata-rata konsumen mengatakan setuju dengan tanggapan responden terhadap pupuk npk jitu tani sudah



terjamin kualitasnya sesuai dengan standar mutu yang dikeluarkan menteri pertanian. Artinya konsumen puas akan kualitas produk pupuk npk jitu tani.

Tabel V.11

Tanggapan responden terhadap bahan baku yang digunakan oleh pupuk npk jitu tani terjamin kualitasnya

| No           | Alternatif Jawaban  | Frekuensi | Presentase  |
|--------------|---------------------|-----------|-------------|
| 1            | Sangat Setuju       | 15        | 18,5%       |
| 2            | Setuju              | 21        | 25,9%       |
| 3            | Kurang Setuju       | 19        | 23,5%       |
| 4            | Tidak Setuju        | 15        | 18,5%       |
| 5            | Sangat Tidak Setuju | 11        | 13,6%       |
| <b>Total</b> |                     | <b>81</b> | <b>100%</b> |

Berdasarkan tabel 5.11 diatas, dapat diketahui alternatif jawaban tertinggi mengatakan setuju dengan skor 21 dengan presentase 25,9% sedangkan untuk alternatif jawaban terendah mengatakan sangat tidak setuju dengan skor 11 dengan presentase 13,6%. Rata-rata konsumen mengatakan setuju dengan tanggapan responden terhadap bahan baku yang digunakan oleh pupuk npk jitu tani terjamin kualitasnya. Artinya konsumen puas akan kualitas produk pupuk npk jitu tani.

Tabel V.12

Tanggapan responden terhadap pupuk memiliki unsur hara yang lengkap

| No           | Alternatif Jawaban  | Frekuensi | Presentase  |
|--------------|---------------------|-----------|-------------|
| 1            | Sangat Setuju       | 16        | 19,8%       |
| 2            | Setuju              | 20        | 24,7%       |
| 3            | Kurang Setuju       | 20        | 24,7%       |
| 4            | Tidak Setuju        | 16        | 19,8%       |
| 5            | Sangat Tidak Setuju | 9         | 11,1%       |
| <b>Total</b> |                     | <b>81</b> | <b>100%</b> |

Berdasarkan tabel 5.12 diatas, dapat diketahui alternatif jawaban tertinggi mengatakan setuju dan kurang setuju dengan skor 20 dengan presentase 24,7% sedangkan untuk alternatif jawaban terendah mengatakan sangat tidak setuju dengan skor 9 dengan presentase 11,1%. Rata-rata





konsumen mengatakan setuju dengan tanggapan responden terhadap pupuk memiliki unsur hara yang lengkap. Artinya konsumen puas akan unsur hara pupuk yang lengkap.

Tabel V.13

Tanggapan responden terhadap pupuk npk jitu tani memiliki kualitas yang bagus sejak tiga tahun dari masa produksinya

| No    | Alternatif Jawaban  | Frekuensi | Presentase |
|-------|---------------------|-----------|------------|
| 1     | Sangat Setuju       | 17        | 21%        |
| 2     | Setuju              | 26        | 32,1%      |
| 3     | Kurang Setuju       | 15        | 18,5%      |
| 4     | Tidak Setuju        | 15        | 18,5%      |
| 5     | Sangat Tidak Setuju | 8         | 9,9%       |
| Total |                     | 81        | 100%       |

Berdasarkan tabel 5.13 diatas, dapat diketahui alternatif jawaban tertinggi mengatakan setuju dengan skor 26 dengan presentase 32,1% sedangkan untuk alternatif jawaban terendah mengatakan sangat tidak setuju dengan skor 8 dengan presentase 9,9%. Rata-rata konsumen mengatakan setuju dengan tanggapan responden terhadap pupuk npk jitu tani memiliki kualitas yang bagus sejak tiga tahun dari masa produksinya. Artinya konsumen puas akan daya tahan pupuk dan unsur hara yang terkandung tidak terpengaruhi sejak tiga tahun dari masa produksinya.

Tabel V.14

Tanggapan responden terhadap pupuk npk jitu tani memiliki ketahanan di suhu ruangan rendah

| No    | Alternatif Jawaban  | Frekuensi | Presentase |
|-------|---------------------|-----------|------------|
| 1     | Sangat Setuju       | 17        | 21%        |
| 2     | Setuju              | 19        | 23,5%      |
| 3     | Kurang Setuju       | 24        | 29,6%      |
| 4     | Tidak Setuju        | 7         | 8,6%       |
| 5     | Sangat Tidak Setuju | 14        | 17,3%      |
| Total |                     | 81        | 100%       |

Berdasarkan tabel 5.14 diatas, dapat diketahui alternatif jawaban tertinggi mengatakan kurang setuju dengan skor 24 dengan presentase 29,6% sedangkan untuk alternatif jawaban terendah mengatakan tidak setuju dengan skor 7 dengan presentase 8,6%. Rata-rata konsumen mengatakan kurang setuju dengan tanggapan responden terhadap pupuk npk jitu tani memiliki ketahanan di suhu ruangan rendah. Artinya konsumen kurang puas akan daya tahan pupuk yang disimpan di suhu ruangan rendah.

Tabel V.15

Tanggapan responden terhadap pupuk npk jitu tani unggul dalam penyerapan unsur hara ke dalam tanah untuk kondisi pertanian di kecamatan sabak auh

| No           | Alternatif Jawaban  | Frekuensi | Presentase  |
|--------------|---------------------|-----------|-------------|
| 1            | Sangat Setuju       | 14        | 17,3%       |
| 2            | Setuju              | 21        | 25,9%       |
| 3            | Kurang Setuju       | 26        | 32,1%       |
| 4            | Tidak Setuju        | 11        | 13,6%       |
| 5            | Sangat Tidak Setuju | 9         | 11,1%       |
| <b>Total</b> |                     | <b>81</b> | <b>100%</b> |

Berdasarkan tabel 5.15 diatas, dapat diketahui alternatif jawaban tertinggi mengatakan kurang setuju dengan skor 26 dengan presentase 32,1% sedangkan untuk alternatif jawaban terendah mengatakan sangat tidak setuju dengan skor 9 dengan presentase 11,1%. Rata-rata konsumen mengatakan setuju dengan tanggapan responden terhadap pupuk npk jitu tani unggul dalam penyerapan unsur hara ke dalam tanah untuk kondisi pertanian di kecamatan sabak auh. Artinya konsumen puas akan cepat larutnya unsur hara di kondisi pertanian sekitar.

Tabel V.16

Tanggapan responden terhadap pupuk npk jitu tani memiliki kualitas produk dan harga yang bersaing

| No | Alternatif Jawaban | Frekuensi | Presentase |
|----|--------------------|-----------|------------|
| 1  | Sangat Setuju      | 16        | 19,8%      |

|              |                     |           |             |
|--------------|---------------------|-----------|-------------|
| 2            | Setuju              | 18        | 22,2%       |
| 3            | Kurang Setuju       | 18        | 22,2%       |
| 4            | Tidak Setuju        | 18        | 22,2%       |
| 5            | Sangat Tidak Setuju | 11        | 13,6%       |
| <b>Total</b> |                     | <b>81</b> | <b>100%</b> |

Berdasarkan tabel 5.16 diatas, dapat diketahui alternatif jawaban tertinggi mengatakan setuju, kurang setuju dan tidak setuju dengan skor 18 dengan presentase 22,2% sedangkan untuk alternatif jawaban terendah mengatakan sangat tidak setuju dengan skor 11 dengan presentase 13,6%. Rata-rata konsumen mengatakan kurang setuju dengan tanggapan responden terhadap pupuk npk jitu tani memiliki kualitas produk dan harga yang bersaing. Artinya konsumen kurang puas akan harga pupuk npk jitu tani yang belum merata di setiap daerah.

Tabel V.17  
Tanggapan responden terhadap saya perlu merotasi tanaman saya tiap tiga bulan sekali

| No           | Alternatif Jawaban  | Frekuensi | Presentase  |
|--------------|---------------------|-----------|-------------|
| 1            | Sangat Setuju       | 12        | 14,8%       |
| 2            | Setuju              | 15        | 18,5%       |
| 3            | Kurang Setuju       | 25        | 30,9%       |
| 4            | Tidak Setuju        | 11        | 13,6%       |
| 5            | Sangat Tidak Setuju | 18        | 22,2%       |
| <b>Total</b> |                     | <b>81</b> | <b>100%</b> |

Berdasarkan tabel 5.17 diatas, dapat diketahui alternatif jawaban tertinggi mengatakan kurang setuju dengan skor 25 dengan presentase 30,9% sedangkan untuk alternatif jawaban terendah mengatakan tidak setuju dengan skor 11 dengan presentase 13,6%. Rata-rata konsumen mengatakan kurang setuju dengan tanggapan responden terhadap saya perlu merotasi tanaman saya tiap tiga bulan sekali. Artinya konsumen kurang setuju dengan

pernyataan tersebut dikarenakan banyak para petani yang merotasi ulang pupuk mereka dalam empat sampai 6 bulan sekali.

Tabel V.18  
Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Variabel Kualitas Produk

| No          | Pernyataan                                                                                                           | Tanggapan Responden |     |    |    |     | Total | Rata-rata |
|-------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-----|----|----|-----|-------|-----------|
|             |                                                                                                                      | SS                  | S   | KS | TS | STS |       |           |
| Kinerja     |                                                                                                                      |                     |     |    |    |     |       |           |
| 1           | Pupuk Npk Jitu Tani memiliki Komposisi yang lengkap sesuai dengan kebutuhan tanaman                                  | 14                  | 22  | 17 | 17 | 11  | 81    | 72,2%     |
|             |                                                                                                                      | 70                  | 88  | 51 | 34 | 11  | 254   |           |
| 2           | Unsur hara yang terkandung di pupuk Npk Jitu Tani mudah cepat terserap sebagai unsur hara yang lengkap               | 14                  | 20  | 22 | 15 | 10  | 81    | 73%       |
|             |                                                                                                                      | 70                  | 80  | 66 | 30 | 10  | 256   |           |
| Conformance |                                                                                                                      |                     |     |    |    |     |       |           |
| 3           | Pupuk Npk Jitu Tani sudah terjamin kualitasnya sesuai dengan standar mutu yang dikeluarkan menteri pertanian         | 13                  | 28  | 19 | 16 | 5   | 81    | 77%       |
|             |                                                                                                                      | 65                  | 112 | 57 | 32 | 5   | 271   |           |
| 4           | Bahan baku yang digunakan oleh pupuk Npk Jitu Tani terjamin kualitasnya                                              | 15                  | 21  | 19 | 15 | 11  | 81    | 72,2%     |
|             |                                                                                                                      | 75                  | 84  | 57 | 30 | 11  | 257   |           |
| 5           | Pupuk memiliki unsur hara yang lengkap                                                                               | 16                  | 20  | 20 | 16 | 9   | 81    | 73,8%     |
|             |                                                                                                                      | 80                  | 80  | 60 | 32 | 9   | 259   |           |
| Daya Tahan  |                                                                                                                      |                     |     |    |    |     |       |           |
| 6           | Pupuk Npk Jitu Tani memiliki kualitas yang bagus sejak 3 tahun dari masa produksinya                                 | 17                  | 26  | 15 | 15 | 8   | 81    | 74,6%     |
|             |                                                                                                                      | 85                  | 104 | 45 | 30 | 8   | 245   |           |
| 7           | Pupuk Npk Jitu Tani memilki ketahanan di suhu ruangan rendah                                                         | 17                  | 19  | 24 | 7  | 14  | 81    | 69,8%     |
|             |                                                                                                                      | 85                  | 76  | 72 | 14 | 14  | 261   |           |
| Persepsi    |                                                                                                                      |                     |     |    |    |     |       |           |
| 8           | Pupuk Npk Jitu Tani unggul dalam penyerapan unsur hara ke dalam tanah untuk kondisi pertanian di Kecamatan Sabak Auh | 14                  | 21  | 26 | 11 | 9   | 81    | 73,8%     |
|             |                                                                                                                      | 70                  | 84  | 78 | 22 | 9   | 263   |           |
| 9           | Pupuk Npk Jitu Tani memiliki kualitas produk dan harga yang bersaing                                                 | 16                  | 18  | 18 | 18 | 11  | 81    | 72,2%     |
|             |                                                                                                                      | 80                  | 72  | 54 | 36 | 11  | 253   |           |
| 10          | Saya perlu merotasi tanaman saya setiap 3 bulan sekali                                                               | 12                  | 15  | 25 | 11 | 18  | 81    | 66,6%     |
|             |                                                                                                                      | 60                  | 60  | 75 | 22 | 18  | 235   |           |
| Total skor  |                                                                                                                      |                     |     |    |    |     | 2554  |           |



Berdasarkan tabel 5.18 dapat diketahui bahwa item pernyataan dengan nilai tertinggi terdapat pada item 3 dimensi conformance dengan nilai 271 dan nilai presentase 77% sedangkan item dengan nilai terendah ditunjukan dalam item 10 dimensi persepsi dengan nilai 235 dan nilai presentase 66,6%. Total bobot jawaban responden mengenai variabel kualitas produk adalah 2554.

Bobot jawaban responden dijelaskan sebagai berikut:

- Jumlah sub indikator : 10
- Jumlah responden : 81
- Nilai rata-rata tertinggi : 77%
- Nilai rata-rata terendah : 66,6%
- Bobot maksimum : 4.050
- Bobot minimum : 810
- Jumlah kelas interval : 5
- Panjang kelas interval : 648
- Interval :  $\frac{4050-810}{5}$

| Sangat Rendah | Rendah | Sedang | Tinggi | Sangat Tinggi |
|---------------|--------|--------|--------|---------------|
| 810           | 1458   | 2106   | 2754   | 3402          |
|               |        |        |        | 4050          |

Berdasarkan pada interval kategori diatas maka dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel kualitas produk termasuk pada kategori sedang. Artinya bahwa setiap responden menilai bahwa produk pupuk npk jitu tani memiliki kualitas produk yang cukup/sedang dibandingkan kompetitornya.

#### 4.4.1.2 Variabel Word Of Mouth

Word of mouth menurut (Maharani, 2021) *word of mouth* adalah pembicaraan yang secara alami terjadi antara individu satu dengan lawannya. *Word of mouth* adalah pembicaraan konsumen asli. *word of mouth* diartikan sebagai komunikasi yang dilakukan oleh konsumen yang pernah melakukan pembelian dan membagikan pengalaman mereka dengan produk atau layanan yang telah mereka beli kepada orang lain. Sehingga konsumen secara tidak langsung telah melakukan promosi yang dapat meningkatkan minat beli konsumen lain yang mendengarkan percakapan tersebut.

Tabel V.19

Tanggapan responden terhadap percaya dengan informasi yang diberikan Keluarga saya mengenai Pupuk Npk Jitu Tani

| No           | Alternatif Jawaban  | Frekuensi | Presentase  |
|--------------|---------------------|-----------|-------------|
| 1            | Sangat Setuju       | 17        | 21,0%       |
| 2            | Setuju              | 22        | 27,2%       |
| 3            | Kurang Setuju       | 18        | 22,2%       |
| 4            | Tidak Setuju        | 13        | 16,0%       |
| 5            | Sangat Tidak Setuju | 11        | 13,6%       |
| <b>Total</b> |                     | <b>81</b> | <b>100%</b> |

Berdasarkan tabel 5.19 diatas, dapat diketahui alternatif jawaban tertinggi mengatakan setuju dengan skor 22 dengan presentase 27,2% sedangkan untuk alternatif jawaban terendah mengatakan sangat tidak setuju dengan skor 11 dengan presentase 13,6%. Rata-rata konsumen mengatakan kurang setuju dengan tanggapan responden terhadap percaya dengan informasi yang diberikan Keluarga saya mengenai Pupuk Npk Jitu Tani. Artinya masih terdapat ketidakpercayaan calon pembeli dari informasi yang didapatkan dari keluarganya.

Tabel V.20

Tanggapan responden terhadap Rekan kerja saya merekomendasikan pupuk Npk Jitu Tani kepada saya

| No           | Alternatif Jawaban  | Frekuensi | Presentase  |
|--------------|---------------------|-----------|-------------|
| 1            | Sangat Setuju       | 19        | 23,5%       |
| 2            | Setuju              | 23        | 28,4%       |
| 3            | Kurang Setuju       | 15        | 18,5%       |
| 4            | Tidak Setuju        | 16        | 19,8%       |
| 5            | Sangat Tidak Setuju | 8         | 9,9%        |
| <b>Total</b> |                     | <b>81</b> | <b>100%</b> |

Berdasarkan tabel 5.20 diatas, dapat diketahui alternatif jawaban tertinggi mengatakan setuju dengan skor 23 dengan presentase 28,4% sedangkan untuk alternatif jawaban terendah mengatakan sangat tidak setuju dengan skor 8 dengan presentase 9,9%. Rata-rata konsumen mengatakan setuju dengan tanggapan responden terhadap Rekan kerja saya merekomendasikan pupuk Npk Jitu Tani kepada saya. Artinya konsumen cukup percaya akan informasi yang diberikan oleh rekan kerjanya.

Tabel V.21

Tanggapan responden terhadap Kelompok tani melakukan penyuluhan mengenai pupuk Npk Jitu Tani

| No           | Alternatif Jawaban  | Frekuensi | Presentase  |
|--------------|---------------------|-----------|-------------|
| 1            | Sangat Setuju       | 15        | 18,5%       |
| 2            | Setuju              | 16        | 19,8%       |
| 3            | Kurang Setuju       | 29        | 35,8%       |
| 4            | Tidak Setuju        | 16        | 19,8%       |
| 5            | Sangat Tidak Setuju | 5         | 6,2%        |
| <b>Total</b> |                     | <b>81</b> | <b>100%</b> |

Berdasarkan tabel 5.21 diatas, dapat diketahui alternatif jawaban tertinggi mengatakan kurang setuju dengan skor 29 dengan presentase 35,8% sedangkan untuk alternatif jawaban terendah mengatakan sangat tidak setuju dengan skor 5 dengan presentase 6,2%. Rata-rata konsumen mengatakan



kurang setuju dengan tanggapan responden terhadap Kelompok tani melakukan penyuluhan mengenai pupuk Npk Jitu Tani. Artinya konsumen kurang percaya dari apa yang telah disampaikan oleh kelompok tani di daerahnya.

Tabel V.22

Tanggapan responden terhadap mencoba membeli pupuk Npk Jitu Tani karna teman saya sudah memakai pupuk Npk Jitu Tani

| No    | Alternatif Jawaban  | Frekuensi | Presentase |
|-------|---------------------|-----------|------------|
| 1     | Sangat Setuju       | 11        | 13,6%      |
| 2     | Setuju              | 22        | 27,2%      |
| 3     | Kurang Setuju       | 20        | 24,7%      |
| 4     | Tidak Setuju        | 19        | 23,5%      |
| 5     | Sangat Tidak Setuju | 9         | 11,1%      |
| Total |                     | 81        | 100%       |

Berdasarkan tabel 5.22 diatas, dapat diketahui alternatif jawaban tertinggi mengatakan setuju dengan skor 22 dengan presentase 27,2% sedangkan untuk alternatif jawaban terendah mengatakan sangat tidak setuju dengan skor 9 dengan presentase 11,1%. Rata-rata konsumen mengatakan setuju dengan tanggapan responden terhadap mencoba membeli pupuk Npk Jitu Tani karna teman saya sudah memakai pupuk Npk Jitu Tani. Artinya konsumen percaya akan informasi yang diberikan oleh temannya yang sudah mencoba produk tersebut.

Tabel V.23

Tanggapan responden terhadap mengetahui informasi mengenai pupuk Npk Jitu Tani dari Group WA

| No    | Alternatif Jawaban  | Frekuensi | Presentase |
|-------|---------------------|-----------|------------|
| 1     | Sangat Setuju       | 22        | 27,2%      |
| 2     | Setuju              | 16        | 19,8%      |
| 3     | Kurang Setuju       | 17        | 21%        |
| 4     | Tidak Setuju        | 11        | 13,6%      |
| 5     | Sangat Tidak Setuju | 15        | 18,5%      |
| Total |                     | 81        | 100%       |

Berdasarkan tabel 5.23 diatas, dapat diketahui alternatif jawaban tertinggi mengatakan sangat setuju dengan skor 22 dengan presentase 27,2% sedangkan untuk alternatif jawaban terendah mengatakan tidak setuju dengan skor 11 dengan presentase 13,6%. Rata-rata konsumen mengatakan kurang setuju dengan tanggapan responden terhadap mengetahui informasi mengenai pupuk Npk Jitu Tani dari Group WA. Artinya konsumen kurang percaya akan informasi yang didapatkannya dari group WA.

Tabel V.24  
Tanggapan responden terhadap membeli pupuk Npk Jitu Tani karena mendapat diskon

| No           | Alternatif Jawaban  | Frekuensi | Presentase  |
|--------------|---------------------|-----------|-------------|
| 1            | Sangat Setuju       | 14        | 17,3%       |
| 2            | Setuju              | 23        | 28,4%       |
| 3            | Kurang Setuju       | 22        | 27,2%       |
| 4            | Tidak Setuju        | 12        | 14,8%       |
| 5            | Sangat Tidak Setuju | 10        | 12,3%       |
| <b>Total</b> |                     | <b>81</b> | <b>100%</b> |

Berdasarkan tabel 5.24 diatas, dapat diketahui alternatif jawaban tertinggi mengatakan setuju dengan skor 23 dengan presentase 28,4% sedangkan untuk alternatif jawaban terendah mengatakan sangat tidak setuju dengan skor 10 dengan presentase 12,3%. Rata-rata konsumen mengatakan setuju dengan tanggapan responden terhadap membeli pupuk Npk Jitu Tani karena mendapat diskon. Artinya kebanyakan konsumen akan melakukan pembelian jika terdapat diskon di produk yang akan dibelinya.

Tabel V.25  
Tanggapan responden terhadap tetap membeli pupuk Npk Jitu Tani walaupun ada produk baru

| No | Alternatif Jawaban | Frekuensi | Presentase |
|----|--------------------|-----------|------------|
| 1  | Sangat Setuju      | 20        | 24,7%      |
| 2  | Setuju             | 27        | 33,3%      |
| 3  | Kurang Setuju      | 19        | 23,5%      |
| 4  | Tidak Setuju       | 10        | 12,3%      |



|              |                     |           |             |
|--------------|---------------------|-----------|-------------|
| 5            | Sangat Tidak Setuju | 5         | 6,2%        |
| <b>Total</b> |                     | <b>81</b> | <b>100%</b> |

Berdasarkan tabel 5.25 diatas, dapat diketahui alternatif jawaban tertinggi mengatakan setuju dengan skor 27 dengan presentase 33,3% sedangkan untuk alternatif jawaban terendah mengatakan sangat tidak setuju dengan skor 5 dengan presentase 6,2%. Rata-rata konsumen mengatakan setuju dengan tanggapan responden terhadap tetap membeli pupuk Npk Jitu Tani walaupun ada produk baru. Artinya konsumen tingkat kepercayaan terhadap suatu produk sangat tinggi dan tidak mau mencoba produk-produk baru yang ada dipasaran.

Tabel V.26  
Tanggapan responden terhadap mengetahui Pupuk Npk Jitu Tani dari Websitenya

| No           | Alternatif Jawaban  | Frekuensi | Presentase  |
|--------------|---------------------|-----------|-------------|
| 1            | Sangat Setuju       | 25        | 30,9%       |
| 2            | Setuju              | 23        | 28,4%       |
| 3            | Kurang Setuju       | 18        | 22,2%       |
| 4            | Tidak Setuju        | 11        | 13,6%       |
| 5            | Sangat Tidak Setuju | 4         | 4,9%        |
| <b>Total</b> |                     | <b>81</b> | <b>100%</b> |

Berdasarkan tabel 5.26 diatas, dapat diketahui alternatif jawaban tertinggi mengatakan sangat setuju dengan skor 25 dengan presentase 30,9% sedangkan untuk alternatif jawaban terendah mengatakan sangat tidak setuju dengan skor 4 dengan presentase 4,9%. Rata-rata konsumen mengatakan setuju dengan tanggapan responden terhadap mengetahui Pupuk Npk Jitu Tani dari Websitenya. Artinya kebanyakan konsumen mengetahui informasi produk dari website yang ada.



Tabel V.27

Tanggapan responden terhadap ingin mencoba membeli Pupuk Npk Jitu Tani langsung dari agen lapangannya

| No           | Alternatif Jawaban  | Frekuensi | Presentase  |
|--------------|---------------------|-----------|-------------|
| 1            | Sangat Setuju       | 19        | 23,5%       |
| 2            | Setuju              | 16        | 19,8%       |
| 3            | Kurang Setuju       | 19        | 23,5%       |
| 4            | Tidak Setuju        | 16        | 19,8%       |
| 5            | Sangat Tidak Setuju | 11        | 13,6%       |
| <b>Total</b> |                     | <b>81</b> | <b>100%</b> |

Berdasarkan tabel 5.27 diatas, dapat diketahui alternatif jawaban tertinggi mengatakan sangat setuju dan kurang setuju dengan skor 19 dengan presentase 23,5% sedangkan untuk alternatif jawaban terendah mengatakan sangat tidak setuju dengan skor 11 dengan presentase 13,6%. Rata-rata konsumen mengatakan kurang setuju dengan tanggapan responden terhadap ingin mencoba membeli Pupuk Npk Jitu Tani langsung dari agen lapangannya. Artinya konsumen lebih senang membeli produk langsung ke toko pertanian terdekat dibandingkan melalui agen lapangannya.

Tabel V.28

Tanggapan responden terhadap ingin memberikan keluhan saya langsung di website layanan konsumen Pupuk Npk Jitu Tani

| No           | Alternatif Jawaban  | Frekuensi | Presentase  |
|--------------|---------------------|-----------|-------------|
| 1            | Sangat Setuju       | 20        | 24,7%       |
| 2            | Setuju              | 19        | 23,5%       |
| 3            | Kurang Setuju       | 20        | 24,7%       |
| 4            | Tidak Setuju        | 13        | 16%         |
| 5            | Sangat Tidak Setuju | 9         | 11,1%       |
| <b>Total</b> |                     | <b>81</b> | <b>100%</b> |

Berdasarkan tabel 5.28 diatas, dapat diketahui alternatif jawaban tertinggi mengatakan sangat setuju dan kurang setuju dengan skor 20 dengan presentase 24,7% sedangkan untuk alternatif jawaban terendah mengatakan sangat tidak setuju dengan skor 9 dengan presentase 11,1%. Rata-rata



konsumen mengatakan setuju dengan tanggapan responden terhadap ingin memberikan keluhan saya langsung di website layanan konsumen Pupuk Npk Jitu Tani. Artinya konsumen ingin memberikan keluhan dan saran mereka langsung dari website layanan konsumen.

Tabel V.29  
Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Variabel Word of Mouth

| No              | Pernyataan                                                                                  | Tanggapan Responden |     |    |    |     | Total | Rata-rata |
|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-----|----|----|-----|-------|-----------|
|                 |                                                                                             | SS                  | S   | KS | TS | STS |       |           |
| Reference Group |                                                                                             |                     |     |    |    |     |       |           |
| 1               | Saya percaya dengan informasi yang diberikan Keluarga saya mengenai Pupuk Npk Jitu Tani     | 17                  | 22  | 18 | 13 | 11  | 81    | 72,2%     |
|                 |                                                                                             | 85                  | 88  | 54 | 26 | 11  | 264   |           |
| 2               | Rekan kerja saya merekomendasikan pupuk Npk Jitu Tani kepada saya                           | 19                  | 23  | 15 | 16 | 8   | 81    | 74,6%     |
|                 |                                                                                             | 95                  | 92  | 45 | 32 | 8   | 272   |           |
| Opinion Leader  |                                                                                             |                     |     |    |    |     |       |           |
| 3               | Kelompok tani melakukan penyuluhan mengenai pupuk Npk Jitu Tani                             | 15                  | 16  | 29 | 16 | 5   | 81    | 77%       |
|                 |                                                                                             | 75                  | 64  | 87 | 32 | 5   | 263   |           |
| Talkers         |                                                                                             |                     |     |    |    |     |       |           |
| 4               | Saya mencoba membeli pupuk Npk Jitu Tani karna teman saya sudah memakai pupuk Npk Jitu Tani | 11                  | 22  | 20 | 19 | 9   | 81    | 73,8%     |
|                 |                                                                                             | 55                  | 88  | 60 | 38 | 9   | 250   |           |
| 5               | Saya mengetahui informasi mengenai pupuk Npk Jitu Tani dari Group WA                        | 22                  | 16  | 17 | 11 | 15  | 81    | 69%       |
|                 |                                                                                             | 110                 | 64  | 51 | 22 | 15  | 262   |           |
| Topics          |                                                                                             |                     |     |    |    |     |       |           |
| 6               | Saya membeli pupuk Npk Jitu Tani karena mendapat diskon                                     | 14                  | 23  | 22 | 12 | 10  | 81    | 73%       |
|                 |                                                                                             | 70                  | 92  | 66 | 24 | 10  | 262   |           |
| 7               | Saya tetap membeli pupuk Npk Jitu Tani walaupun ada produk baru                             | 20                  | 27  | 19 | 10 | 5   | 81    | 77%       |
|                 |                                                                                             | 100                 | 108 | 57 | 20 | 5   | 290   |           |
| Tools           |                                                                                             |                     |     |    |    |     |       |           |
| 8               | Saya mengetahui Pupuk Npk Jitu Tani dari Websitenya                                         | 25                  | 23  | 18 | 11 | 4   | 81    | 77,8%     |
|                 |                                                                                             | 125                 | 92  | 54 | 22 | 4   | 297   |           |
| Taking          |                                                                                             |                     |     |    |    |     |       |           |
| 9               |                                                                                             | 19                  | 16  | 19 | 16 | 11  | 81    | 72,2%     |



|            |                                                                                             |     |    |    |    |    |      |       |
|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----|----|----|----|----|------|-------|
|            | Saya ingin mencoba membeli Pupuk Npk Jitu Tani langsung dari agen lapangannya               | 95  | 64 | 57 | 32 | 11 | 259  |       |
| Tracking   |                                                                                             |     |    |    |    |    |      |       |
| 10         | Saya ingin memberikan keluhan saya langsung di website layanan konsumen Pupuk Npk Jitu Tani | 20  | 19 | 20 | 13 | 9  | 81   | 73,8% |
|            |                                                                                             | 100 | 76 | 60 | 26 | 9  | 271  |       |
| Total skor |                                                                                             |     |    |    |    |    | 2750 |       |

Berdasarkan tabel 5.29 dapat diketahui bahwa item pernyataan dengan nilai tertinggi terdapat pada item 7 dimensi topics dengan nilai 290 dan nilai presentase 77% sedangkan item dengan nilai terendah ditunjukan dalam item 4 dimensi talkers dengan nilai 250 dan nilai presentase 73,8%. Total bobot jawaban responden mengenai variabel word of mouth adalah 2750. Bobot jawaban responden dijelaskan sebagai berikut:

- Jumlah sub indikator : 10
- Jumlah responden : 81
- Nilai rata-rata tertinggi : 77,8%
- Nilai rata-rata terendah : 69%
- Bobot maksimum : 4.050
- Bobot minimum : 810
- Jumlah kelas interval : 5
- Panjang kelas interval : 648
- Interval :  $\frac{4050-810}{5}$

| Sangat Rendah | Rendah | Sedang | Tinggi | Sangat Tinggi |
|---------------|--------|--------|--------|---------------|
| 810           | 1458   | 2106   | 2754   | 3402          |
|               |        |        |        | 4050          |

Berdasarkan pada interval kategori diatas maka dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel word of mouth termasuk pada kategori sedang. Artinya bahwa setiap responden menilai bahwa pemasaran secara word of mouth terbilang cukup baik/sedang.

#### 4.4.1.3 Variabel Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah sikap seseorang terhadap pembelian atau penggunaan suatu produk berupa barang atau jasa yang diyakini dapat memuaskan dan kesediaannya untuk menerima segala resiko yang mungkin timbul. (Kodu, 2013) “ keputusan pembelian diambil oleh pembeli sebenarnya merupakan kumpulan dari sejumlah keputusan yang terorganisir.”

Tabel V.30

Tanggapan responden terhadap membeli Pupuk Npk Jitu Tani dikarenakan kualitas Pupuk Npk Jitu Tani yang bagus

| No           | Alternatif Jawaban  | Frekuensi | Presentase  |
|--------------|---------------------|-----------|-------------|
| 1            | Sangat Setuju       | 19        | 23,5%       |
| 2            | Setuju              | 18        | 22,2%       |
| 3            | Kurang Setuju       | 14        | 17,3%       |
| 4            | Tidak Setuju        | 18        | 22,2%       |
| 5            | Sangat Tidak Setuju | 12        | 14,8%       |
| <b>Total</b> |                     | <b>81</b> | <b>100%</b> |

Berdasarkan tabel 5.30 diatas, dapat diketahui alternatif jawaban tertinggi mengatakan sangat setuju dengan skor 19 dengan presentase 23,5% sedangkan untuk alternatif jawaban terendah mengatakan sangat tidak setuju dengan skor 12 dengan presentase 14,8%. Rata-rata konsumen mengatakan kurang setuju dengan tanggapan responden terhadap membeli Pupuk Npk Jitu Tani dikarenakan kualitas Pupuk Npk Jitu Tani yang bagus. Artinya rata-rata keputusan pembelian konsumen tidak dilihat dari kualitas produknya.

Tabel V.31

Tanggapan responden terhadap membeli Pupuk Npk Jitu Tani karena kandungan unsur hara yang terdapat di Pupuk Npk Jitu Tani sangat lengkap

| No           | Alternatif Jawaban  | Frekuensi | Presentase  |
|--------------|---------------------|-----------|-------------|
| 1            | Sangat Setuju       | 15        | 18,5%       |
| 2            | Setuju              | 22        | 27,2%       |
| 3            | Kurang Setuju       | 17        | 21%         |
| 4            | Tidak Setuju        | 16        | 19,8%       |
| 5            | Sangat Tidak Setuju | 11        | 13,6%       |
| <b>Total</b> |                     | <b>81</b> | <b>100%</b> |

Berdasarkan tabel 5.31 diatas, dapat diketahui alternatif jawaban tertinggi mengatakan setuju dengan skor 22 dengan presentase 27,2% sedangkan untuk alternatif jawaban terendah mengatakan sangat tidak setuju dengan skor 11 dengan presentase 13,6%. Rata-rata konsumen mengatakan setuju dengan tanggapan responden terhadap membeli Pupuk Npk Jitu Tani karena kandungan unsur hara yang terdapat di Pupuk Npk Jitu Tani sangat lengkap. Artinya konsumen rata-rata konsumen melakukan pembelian dikarenakan kandungan unsur hara yang lengkap.

Tabel V.32

Tanggapan responden terhadap mencari informasi Pupuk Npk Jitu Tani di toko pertanian sekitar saya

| No           | Alternatif Jawaban  | Frekuensi | Presentase  |
|--------------|---------------------|-----------|-------------|
| 1            | Sangat Setuju       | 22        | 27,2%       |
| 2            | Setuju              | 21        | 25,9%       |
| 3            | Kurang Setuju       | 16        | 19,8%       |
| 4            | Tidak Setuju        | 14        | 17,3%       |
| 5            | Sangat Tidak Setuju | 8         | 9,9%        |
| <b>Total</b> |                     | <b>81</b> | <b>100%</b> |

Berdasarkan tabel 5.32 diatas, dapat diketahui alternatif jawaban tertinggi mengatakan sangat setuju dengan skor 22 dengan presentase 27,2% sedangkan untuk alternatif jawaban terendah mengatakan sangat tidak setuju



dengan skor 8 dengan presentase 9,9%. Rata-rata konsumen mengatakan setuju dengan tanggapan responden terhadap mencari informasi Pupuk Npk Jitu Tani di toko pertanian sekitar saya. Artinya konsumen sebelum membeli produk selalu mencari informasi suatu produk langsung di toko pertanian terdekat.

Tabel V.33

Tanggapan responden terhadap mencari informasi tentang Pupuk Npk Jitu Tani ke teman dan kerabat saya

| No           | Alternatif Jawaban  | Frekuensi | Presentase  |
|--------------|---------------------|-----------|-------------|
| 1            | Sangat Setuju       | 17        | 21%         |
| 2            | Setuju              | 23        | 28,4%       |
| 3            | Kurang Setuju       | 17        | 21%         |
| 4            | Tidak Setuju        | 16        | 19,8%       |
| 5            | Sangat Tidak Setuju | 8         | 9,9%        |
| <b>Total</b> |                     | <b>81</b> | <b>100%</b> |

Berdasarkan tabel 5.33 diatas, dapat diketahui alternatif jawaban tertinggi mengatakan sangat setuju dengan skor 17 dengan presentase 21% sedangkan untuk alternatif jawaban terendah mengatakan sangat tidak setuju dengan skor 8 dengan presentase 9,9%. Rata-rata konsumen mengatakan setuju dengan tanggapan responden terhadap mencari informasi tentang Pupuk Npk Jitu Tani ke teman dan kerabat saya. Artinya konsumen selalu mencari informasi ke teman dan kerabatnya sebelum melakukan keputusan pembelian.

Tabel V.34

Tanggapan responden terhadap Sebelum saya membeli Pupuk Npk Jitu Tani saya selalu memperhatikan kualitasnya

| No           | Alternatif Jawaban  | Frekuensi | Presentase  |
|--------------|---------------------|-----------|-------------|
| 1            | Sangat Setuju       | 18        | 22,2%       |
| 2            | Setuju              | 23        | 28,4%       |
| 3            | Kurang Setuju       | 16        | 19,8%       |
| 4            | Tidak Setuju        | 14        | 17,3%       |
| 5            | Sangat Tidak Setuju | 10        | 12,3%       |
| <b>Total</b> |                     | <b>81</b> | <b>100%</b> |



Berdasarkan tabel 5.34 diatas, dapat diketahui alternatif jawaban tertinggi mengatakan setuju dengan skor 23 dengan presentase 28,4% sedangkan untuk alternatif jawaban terendah mengatakan sangat tidak setuju dengan skor 10 dengan presentase 12,3%. Rata-rata konsumen mengatakan kurang setuju dengan tanggapan responden terhadap Sebelum saya membeli Pupuk Npk Jitu Tani saya selalu memperhatikan kualitasnya. Artinya konsumen kurang memperhatikan kualitas sebuah produk sebelum melakukan keputusan pembelian.

Tabel V.35  
Tanggapan responden terhadap selalu mengevaluasi harga sebelum membeli pupuk Npk Jitu Tani

| No           | Alternatif Jawaban  | Frekuensi | Presentase  |
|--------------|---------------------|-----------|-------------|
| 1            | Sangat Setuju       | 15        | 18,5%       |
| 2            | Setuju              | 17        | 21%         |
| 3            | Kurang Setuju       | 22        | 27,2%       |
| 4            | Tidak Setuju        | 13        | 16%         |
| 5            | Sangat Tidak Setuju | 14        | 17,3%       |
| <b>Total</b> |                     | <b>81</b> | <b>100%</b> |

Berdasarkan tabel 5.35 diatas, dapat diketahui alternatif jawaban tertinggi mengatakan kurang setuju dengan skor 22 dengan presentase 27,2% sedangkan untuk alternatif jawaban terendah mengatakan tidak setuju dengan skor 13 dengan presentase 16%. Rata-rata konsumen mengatakan setuju dengan tanggapan responden terhadap selalu mengevaluasi harga sebelum membeli pupuk Npk Jitu Tani. Artinya sebelum melakukan keputusan pembelian konsumen selalu mengevaluasi harga yang terdapat di suatu daerah.

Tabel V.36

Tanggapan responden terhadap selalu memperhatikan produk Npk Jitu Tani ketika melakukan pembelian

| No           | Alternatif Jawaban  | Frekuensi | Presentase  |
|--------------|---------------------|-----------|-------------|
| 1            | Sangat Setuju       | 18        | 22,2%       |
| 2            | Setuju              | 23        | 28,4%       |
| 3            | Kurang Setuju       | 20        | 24,7%       |
| 4            | Tidak Setuju        | 10        | 12,3%       |
| 5            | Sangat Tidak Setuju | 10        | 12,3%       |
| <b>Total</b> |                     | <b>81</b> | <b>100%</b> |

Berdasarkan tabel 5.36 diatas, dapat diketahui alternatif jawaban tertinggi mengatakan setuju dengan skor 23 dengan presentase 28,4% sedangkan untuk alternatif jawaban terendah mengatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju dengan skor 10 dengan presentase 12,3%. Rata-rata konsumen mengatakan setuju dengan tanggapan responden terhadap memperhatikan produk Npk Jitu Tani ketika melakukan pembelian. Artinya konsumen selalu memperhatikan produk sebelum melakukan keputusan pembelian.

Tabel V.37

Tanggapan responden terhadap selalu membeli di Toko pertanian langganan saya

| No           | Alternatif Jawaban  | Frekuensi | Presentase  |
|--------------|---------------------|-----------|-------------|
| 1            | Sangat Setuju       | 15        | 18,5%       |
| 2            | Setuju              | 25        | 30,9%       |
| 3            | Kurang Setuju       | 16        | 19,8%       |
| 4            | Tidak Setuju        | 14        | 17,3%       |
| 5            | Sangat Tidak Setuju | 11        | 13,6%       |
| <b>Total</b> |                     | <b>81</b> | <b>100%</b> |

Berdasarkan tabel 5.37 diatas, dapat diketahui alternatif jawaban tertinggi mengatakan setuju dengan skor 25 dengan presentase 30,9% sedangkan untuk alternatif jawaban terendah mengatakan sangat tidak setuju dengan skor 11 dengan presentase 13,6%. rata-rata konsumen mengatakan



kurang setuju dengan tanggapan responden terhadap selalu membeli di Toko pertanian langganan saya. Artinya kebanyakan konsumen membeli suatu produk di luar toko pertanian langganan konsumen.

Tabel V.38

Tanggapan responden terhadap puas dengan manfaatnya membeli Pupuk Npk Jitu Tani membuat saya membeli lagi

| No    | Alternatif Jawaban  | Frekuensi | Presentase |
|-------|---------------------|-----------|------------|
| 1     | Sangat Setuju       | 14        | 17,3%      |
| 2     | Setuju              | 24        | 29,6%      |
| 3     | Kurang Setuju       | 18        | 22,2%      |
| 4     | Tidak Setuju        | 12        | 14,8%      |
| 5     | Sangat Tidak Setuju | 13        | 16%        |
| Total |                     | 81        | 100%       |

Berdasarkan tabel 5.38 diatas, dapat diketahui alternatif jawaban tertinggi mengatakan setuju dengan skor 24 dengan presentase 29,6% sedangkan untuk alternatif jawaban terendah mengatakan tidak setuju dengan skor 12 dengan presentase 14,8%. Rata-rata konsumen mengatakan kurang setuju dengan tanggapan responden terhadap puas dengan manfaatnya membeli Pupuk Npk Jitu Tani membuat saya membeli lagi.

Tabel V.39

Tanggapan responden terhadap Setelah saya membeli Pupuk Npk Jitu Tani saya akan merekomendasikan ke petani lain

| No    | Alternatif Jawaban  | Frekuensi | Presentase |
|-------|---------------------|-----------|------------|
| 1     | Sangat Setuju       | 18        | 22,2%      |
| 2     | Setuju              | 27        | 33,3%      |
| 3     | Kurang Setuju       | 15        | 18,5%      |
| 4     | Tidak Setuju        | 13        | 16%        |
| 5     | Sangat Tidak Setuju | 8         | 9,9%       |
| Total |                     | 81        | 100%       |

Berdasarkan tabel 5.39 diatas, dapat diketahui alternatif jawaban tertinggi mengatakan setuju dengan skor 27 dengan presentase 33,3% sedangkan untuk alternatif jawaban terendah mengatakan sangat tidak setuju

dengan skor 8 dengan presentase 9,9%. Rata-rata konsumen mengatakan setuju dengan tanggapan responden terhadap Setelah saya membeli Pupuk Npk Jitu Tani saya akan merekomendasikan ke petani lain. Artinya konsumen akan merekomendasikan produk ke calon konsumen yang lain.

Tabel V.40  
Rekapitulasi Tanggapan Responden terhadap Variabel Keputusan Pembelian

| No                       | Pernyataan                                                                                  | Tanggapan Responden |     |    |    |     | Total | Rata-rata |
|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|-----|----|----|-----|-------|-----------|
|                          |                                                                                             | SS                  | S   | KS | TS | STS |       |           |
| Pengenalan Masalah       |                                                                                             |                     |     |    |    |     |       |           |
| 1                        | Saya percaya dengan informasi yang diberikan Keluarga saya mengenai Pupuk Npk Jitu Tani     | 19                  | 18  | 14 | 18 | 12  | 81    | 71,4%     |
|                          |                                                                                             | 95                  | 72  | 42 | 36 | 12  | 257   |           |
| 2                        | Rekan kerja saya merekomendasikan pupuk Npk Jitu Tani kepada saya                           | 15                  | 22  | 17 | 16 | 11  | 81    | 72,2%     |
|                          |                                                                                             | 75                  | 88  | 51 | 32 | 11  | 257   |           |
| Pencarian Informasi      |                                                                                             |                     |     |    |    |     |       |           |
| 3                        | Kelompok tani melakukan penyuluhan mengenai pupuk Npk Jitu Tani                             | 22                  | 21  | 16 | 14 | 8   | 81    | 74,6%     |
|                          |                                                                                             | 110                 | 84  | 48 | 28 | 8   | 278   |           |
| 4                        | Saya mencoba membeli pupuk Npk Jitu Tani karna teman saya sudah memakai pupuk Npk Jitu Tani | 17                  | 23  | 17 | 16 | 8   | 81    | 74,6%     |
|                          |                                                                                             | 85                  | 92  | 51 | 32 | 8   | 268   |           |
| Evaluasi Alternatif      |                                                                                             |                     |     |    |    |     |       |           |
| 5                        | Saya mengetahui informasi mengenai pupuk Npk Jitu Tani dari Group WA                        | 18                  | 23  | 16 | 14 | 10  | 81    | 73%       |
|                          |                                                                                             | 90                  | 92  | 48 | 28 | 10  | 268   |           |
| 6                        | Saya membeli pupuk Npk Jitu Tani karena mendapat diskon                                     | 15                  | 17  | 22 | 13 | 14  | 81    | 69,8%     |
|                          |                                                                                             | 75                  | 68  | 66 | 26 | 14  | 249   |           |
| Keputusan Pembelian      |                                                                                             |                     |     |    |    |     |       |           |
| 7                        | Saya tetap membeli pupuk Npk Jitu Tani walaupun ada produk baru                             | 18                  | 23  | 20 | 10 | 10  | 81    | 73%       |
|                          |                                                                                             | 90                  | 92  | 69 | 20 | 10  | 281   |           |
| 8                        | Saya mengetahui Pupuk Npk Jitu Tani dari Websitenya                                         | 15                  | 25  | 16 | 14 | 11  | 81    | 72,2%     |
|                          |                                                                                             | 75                  | 100 | 48 | 28 | 11  | 262   |           |
| Perilaku Pasca pembelian |                                                                                             |                     |     |    |    |     |       |           |
| 9                        | Saya ingin mencoba membeli Pupuk Npk Jitu                                                   | 14                  | 24  | 18 | 12 | 13  | 81    | 70,65 %   |
|                          |                                                                                             | 70                  | 96  | 54 | 24 | 13  | 257   |           |

|            |                                                                                             |    |     |    |    |   |      |       |
|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|----|-----|----|----|---|------|-------|
|            | Tani langsung dari agen lapangannya                                                         |    |     |    |    |   |      |       |
| 10         | Saya ingin memberikan keluhan saya langsung di website layanan konsumen Pupuk Npk Jitu Tani | 18 | 27  | 15 | 13 | 8 | 81   | 74,6% |
|            |                                                                                             | 90 | 108 | 45 | 26 | 8 | 277  |       |
| Total skor |                                                                                             |    |     |    |    |   | 2654 |       |

Berdasarkan tabel 5.29 dapat diketahui bahwa item pernyataan dengan nilai tertinggi terdapat pada item 7 dimensi keputusan pembelian dengan nilai 281 dan nilai presentase 73% sedangkan item dengan nilai terendah ditunjukkan dalam item 1,2,9 dimensi pengenalan masalah dan perilaku pasca pembelian dengan nilai 257 dan nilai presentase 70,65%, 71,4%, 72,2%. Total bobot jawaban responden mengenai variabel keputusan pembelian adalah 2654. Bobot jawaban responden dijelaskan sebagai berikut:

- Jumlah sub indikator : 10
- Jumlah responden : 81
- Nilai rata-rata tertinggi : 74,6%
- Nilai rata-rata terendah : 69,8%
- Bobot maksimum : 4.050
- Bobot minimum : 810
- Jumlah kelas interval : 5
- Panjang kelas interval : 648
- Interval :  $\frac{4050-810}{5}$

| Sangat Rendah | Rendah | Sedang | Tinggi | Sangat Tinggi |
|---------------|--------|--------|--------|---------------|
| 810           | 1458   | 2106   | 2754   | 3402          |
|               |        |        |        | 4050          |

Berdasarkan pada interval kategori diatas maka dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel keputusan pembelian termasuk pada kategori sedang. Artinya bahwa setiap responden mempunyai keputusan pembelian dimana benar-benar ingin membeli produk pupuk npk jitu tani.

#### 4.5. Uji Asumsi Klasik

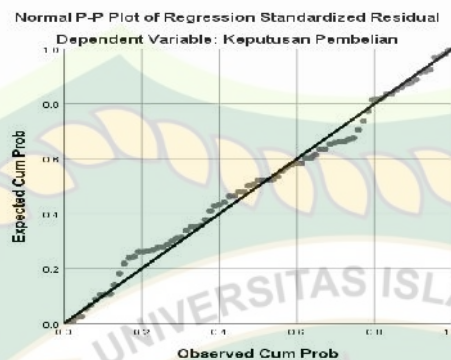
##### 4.5.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan bertujuan untuk mengetahui populasi data dari penelitian yang dilakukan berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas yang dilakukan pada penelitian ini adalah pengujian dengan menggunakan *normal probability plot*. Menurut (Ghazali, 2009) cara normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk diagonal ketika distribusi normal data adalah normal maka garis menggambarkan data. Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika data menyebar secara diagonal dan mengikuti diagonal atau histogram maka menunjukkan pola distribusi normal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar secara diagonal dan tidak mengikuti diagonal atau histogram maka menunjukkan pola distribusi normal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Normal probability plot dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

Gambar V.1  
Normal Probability Plot



Berdasarkan gambar 5.1 diatas, dapat diketahui bahwa data menyebar di sekitar dan mengikuti garis diagonal, maka dapat diartikan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Uji *Kolmogorov-Smirnov* dilakukan dengan ketentuan nilai signifikansi 0,05. Dinyatakan normal bila signifikansi data > 0,05. Dapat diketahui dari gambar 5.2 nilai signifikansi 0,200 yang mana lebih besar dari 0,05 maka dapat dikatakan data dalam penelitian yang dilakukan normal.

Gambar V.2  
*Kolmogorov-Smirnov*

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

|                                  |                |                         |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
|                                  |                | Unstandardized Residual |
| N                                |                | 81                      |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean           | .0000000                |
|                                  | Std. Deviation | 6.09589074              |
| Most Extreme Differences         | Absolute       | .075                    |
|                                  | Positive       | .075                    |
|                                  | Negative       | -.075                   |
| Test Statistic                   |                | .075                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                | .200 <sup>c,d</sup>     |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

#### 4.5.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolineritas dilakukan untuk menghitung korelasi antar variabel bebas atau independent karena jika terjadi antar variabel memiliki korelasi maka terjadi masalah multikolineritas, jika nilai *Variabel Inflation Factor* (VIF) < 10 atau nilai *Tolerance* > 0,01 dan berlaku sebaliknya.

Gambar V.3  
Hasil Uji Multikolineritas

|       |                 | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|-------|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| Model |                 | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      | Tolerance               | VIF   |
| 1     | (Constant)      | 6.809                       | 3.147      |                           | 2.164 | .034 |                         |       |
|       | Kualitas Produk | .445                        | .132       | .397                      | 3.378 | .001 | .485                    | 2.060 |
|       | Word Of Mouth   | .351                        | .119       | .347                      | 2.955 | .004 | .485                    | 2.060 |

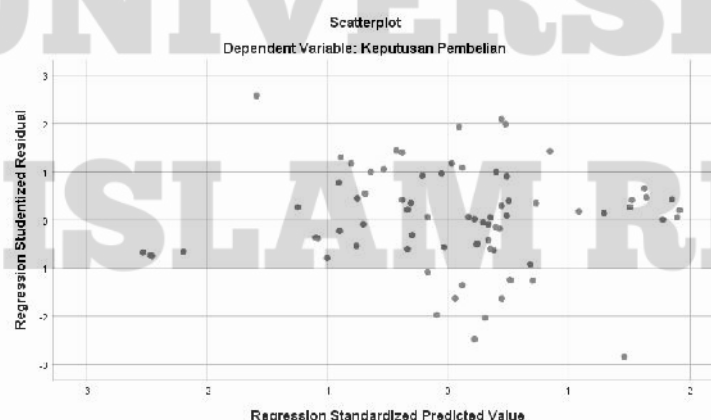
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan dari pengujian data pada gambar 5.3 dapat disimpulkan bahwa nilai VIF 2,060 < 10 serta nilai *Tolerance* 0,485 > 0,1 maka data tersebut tidak terjadi Multikolineritas.

#### 4.5.3 Uji Heterokedastisitas

Uji herteroskedastisitas dilakukan bertujuan untuk menguji apakah model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas (independent). Cara untuk mendeteksi dengan cara melihat grafik scatter plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residual (SRESID).

Gambar V.4  
Hasil Uji Heteroskedastisitas (*Scatterplot*)



Berdasarkan dari pengujian data pada gambar 5.4 dapat disimpulkan bahwa keseluruhan instrument dapat dinyatakan tidak terjadi indikasi Heteroskedastisitas. Dikarenakan tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah adalah angka nol pada sumbu Y.

#### 4.5.4 Uji Autokorelasi

Dalam menguji autokorelasi dilihat dari nilai Durbin Waston (DW) dengan ketentuan jika nilai  $d > dU$  maka tidak terdapat autokorelasi positif, dan jika  $(4 - d) > dU$  maka tidak terdapat autokorelasi negatif. Maka dapat disimpulkan sama sekali tidak terdapat autokorelasi.

Gambar V.5  
Hasil Uji Autokorelasi

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

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1     | .690 <sup>a</sup> | .476     | .463              | 6.174                      | 2.016         |

a. Predictors: (Constant), Word Of Mouth, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan gambar 5.5, maka dapat dilihat bahwa nilai tabel Durbin Watson adalah batas bawah ( $dL$ ) yakni 1,611, batas atas ( $dU$ ) 1,702 dan  $(4 - d)$  yakni 1,984. Dari pengujian pada gambar 5.5 didapatkan nilai Durbin Watson yakni, 2,016. Maka dari gambar 5.5 bahwa nilai Durbin Watson ( $d$ ) lebih besar dari ( $dU$ ) maka tidak terdapat autokorelasi positif dan nilai  $(4 - d)$  1,984 lebih besar dari ( $dU$ ) maka tidak terdapat autokorelasi negatif. Sehingga bisa disimpulkan dari data penelitian yang telah dilakukan tidak terdapat autokorelasi.

## 4.6. Uji Hipotesis

### 4.6.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengetahui pengaruh dua variabel bebas yakni kualitas produk dan word of mouth dengan satu variabel terikat yakni keputusan pembelian. Hasil analisis regresi linier berganda variabel bebas dan terikat dalam penelitian ini

| Model |                 | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|-------|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
|       |                 | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      | Tolerance               | VIF   |
| 1     | (Constant)      | 6.809                       | 3.147      |                           | 2.164 | .034 |                         |       |
|       | Kualitas Produk | .445                        | .132       | .397                      | 3.378 | .001 | .485                    | 2.060 |
|       | Word Of Mouth   | .351                        | .119       | .347                      | 2.955 | .004 | .485                    | 2.060 |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Pada gambar 5.6 diatas merupakan hasil pengolahan data pada analisis regresi linier berganda yang menghasilkan persamaan sebagai berikut:

$$Y = 6,809 + 0,445X_1 + 0,351X_2$$

Penafsiran untuk regresi dari analisis linier berganda sebagai berikut:

1. Nilai Konstanta ( $\alpha$ ) = 6,809 merupakan besarnya pengaruh variabel bebas secara keseluruhan dengan variabel terikatnya.
2. Nilai Koefisien Kualitas Produk ( $X_1$ ) = 0,445 dapat diketahui apabila Kualitas Produk bertambah satu, maka nilai Keputusan Pembelian adalah 0,445 dengan asumsi seluruh variabel konstan.
3. Nilai Koefisien Word Of Mouth ( $X_2$ ) = 0,351 dapat diketahui apabila Word Of Mouth bertambah satu, maka nilai Keputusan Pembelian adalah 0,351 dengan asumsi seluruh variabel konstan.

Berikut adalah hasil pengujian hipotesis menggunakan uji parsial dan uji simultan yang bertujuan untuk melihat diterima atau ditolaknya hipotesis yang telah di asumsikan sebelumnya.

#### 4.6.2 Uji T

Uji T dilakukan untuk mengetahui variabel independent (bebas) dengan variabel dependent (terikat). Dengan ketentuan nilai Signifikansi  $< 0,05$  atau  $t$  hitung  $> t$  tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima dan berlaku sebaliknya. Di dalam penelitian ini untuk  $t$  tabel dengan jumlah responden 81 maka  $t$

| Coefficients <sup>a</sup> |                             |            |                           |       |      |                         |       |
|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| Model                     | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|                           | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      | Tolerance               | VIF   |
| 1                         |                             |            |                           |       |      |                         |       |
|                           | (Constant)                  | 6.809      | 3.147                     | 2.164 | .034 |                         |       |
|                           | Kualitas Produk             | .445       | .132                      | .397  | .001 | .485                    | 2.060 |
|                           | Word Of Mouth               | .351       | .119                      | .347  | .004 | .485                    | 2.060 |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data primer, diolah dengan SPSS 25

##### 1) Uji Hipotesis I

$H_1$  : Kualitas Produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pupuk Npk Jitu Tani di Toko Berkah Tani Kecamatan Sabak Auh Kabupaten Siak.

$H_0$  : Kualitas Produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pupuk Npk Jitu Tani di Toko Berkah Tani Kecamatan Sabak Auh Kabupaten Siak.

Pengaruh variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) secara parsial terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ). Pada tabel diatas, maka dapat diketahui bahwa nilai  $t$  hitung  $3,378 > 1,990$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

Maka keismpulannya Kualitas Produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.

## 2) Uji Hipotesis II

H1 : Word of Mouth berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pupuk Npk Jitu Tani di Toko Berkah Tani Kecamatan Sabak Auh Kabupaten Siak.

H0 : Word of Mouth tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pupuk Npk Jitu Tani di Toko Berkah Tani Kecamatan Sabak Auh Kabupaten Siak.

Pengaruh variabel Word of Mouth (X2) secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y). Pada tabel diatas, maka dapat diketahui bahwa nilai t hitung  $2,955 > 1,990$  maka H0 ditolak dan H1 diterima. Maka kesimpulannya Word of Mouth berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.

## 4.6.3 Uji F

Gambar V.8  
Hasil Uji F

### ANOVA<sup>a</sup>

| Model |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1     | Regression | 2705.530       | 2  | 1352.765    | 35.494 | .000 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 2972.791       | 78 | 38.113      |        |                   |
|       | Total      | 5678.321       | 80 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Word Of Mouth, Kualitas Produk

Uji F (simultan) bertujuan untuk mengetahui apakah variabel Kualitas Produk (X1) dan Word of Mouth (X2) secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pupuk Npk Jitu Tani (Y). Dengan ketentuan nilai

signifikansi  $< 0,05$  atau  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

Hasil perhitungan  $F_{hitung}$  yaitu 3,11

#### 1) Uji Hipotesis III

$H_4$  : Kualitas Produk dan Word of Mouth berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan pembelian pupuk Npk Jitu Tani di Toko Pertanian Berkah Tani Kecamatan Sabak Auh Kabupaten Siak.

$H_0$  : Kualitas Produk dan Word of Mouth tidak berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan pembelian pupuk Npk Jitu Tani di Toko Pertanian Berkah Tani Kecamatan Sabak Auh Kabupaten Siak.

Dari hasil pengujian simultan pada tabel 5.14 di atas menunjukkan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan  $F_{hitung} 35,494 > 3,11$ . Dapat diartikan bahwa  $H_4$  diterima dan  $H_0$  ditolak, maka dapat disimpulkan adalah Kualitas Produk dan Word of Mouth berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pupuk Npk Jitu Tani di Toko Pertanian Berkah Tani Kecamatan Sabak Auh Kabupaten Siak.

#### 4.6.4 Koefisien Korelasi

Gambar V.9  
Hasil Uji Koefisien Korelasi Tabel

##### Model Summary<sup>b</sup>

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .690 <sup>a</sup> | .476     | .463              | 6.174                      |

a. Predictors: (Constant), Word Of Mouth, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Dari pengujian koefisien korelasi pada gambar 5.9 dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi sebesar 0,690 yang mana nilai tersebut mendekati angka 1. Maka dapat disimpulkan hubungan antar variabel dinyatakan kuat.

#### 4.6.5 Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) yang ditunjukkan dalam SPSS digunakan untuk memprediksi seberapa besar variabel independent (bebas) dapat mempengaruhi variabel dependen (terikat). Nilai koefisien determinasi dapat dilihat dari output *Model Summary* dan besarnya nilai koefisien determinasi adalah antara 0-1.

Gambar V.10  
Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

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

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .690 <sup>a</sup> | .476     | .463              | 6.174                      |

a. Predictors: (Constant), Word Of Mouth, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Dari pengujian koefisien determinasi pada tabel 5.10 diatas besar R Square adalah 0,476. Maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel bebas yaitu Kualitas Produk dan Word of Mouth mampu menjelaskan variabel terikatnya yakni keputusan pembelian. Kualitas Produk dan Word of Mouth mampu menjelaskan adanya pengaruh terhadap keputusan pembelian yakni sebesar 47,6% sedangkan sisanya 52,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dilakukan oleh penelitian ini.



#### 4.7. Pembahasan

Banyaknya responden dalam penelitian ini adalah 81 responden, responden dalam penelitian ini adalah petani sawit, petani padi, serta para petani karet. Hasil penelitian ini terkait usia konsumen pupuk Npk Jitu Tani dimana usia 17-25 tahun sebanyak 13 responden, usia 26-35 tahun sebanyak 26 responden, responden di usia 36-45 tahun sebanyak 32 responden dan usia diatas 45 tahun sebanyak 10 responden.

Berdasarkan hasil penelitian variabel kualitas produk terdapat item pengujian yang rendah dengan skor 66,6% yang mengindikasikan kurangnya petani yang setuju dengan item persepsi tersebut sedangkan item pengujian dengan skor tertinggi terdapat pada item conformance dengan hasil pengujian 77% yang mengindikasikan bahwa petani setuju dengan item pengujian tersebut.

Hasil penelitian variabel word of mouth terdapat item pengujian yang rendah dengan skor 69% yang mengindikasikan kurangnya petani yang setuju dengan item talkers tersebut sedangkan untuk item pengujian dengan skor tertinggi terdapat pada item tools dengan hasil pengujian 77,8% yang mengindikasikan bahwa petani setuju dengan item tersebut.

Hasil penelitian variabel keputusan pembelian terdapat item pengujian yang rendah dengan skor 69,8% yang mengindikasikan kurangnya petani yang setuju dengan item evaluasi alternatif tersebut sedangkan untuk item pengujian dengan skor tertinggi terdapat pada item pencarian informasi dan perilaku pasca pembelian dengan hasil pengujian 74,6% yang mengindikasikan bahwa petani setuju dengan item tersebut.

Setelah melihat dan menilai model keseluruhan dan menguji hubungan antar variabel kualitas produk dan word of mouth seperti yang telah dihipotesiskan sebelumnya. Hasil penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

#### **4.7.1 Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk npk jitu tani di kecamatan sabak auh kabupaten siak.**

Berdasarkan hasil uji validitas pada variabel kualitas produk menunjukkan bahwa seluruh item pengujian valid dan dapat dianalisa lebih lanjut. Hasil perhitungan Uji T menunjukkan nilai  $t$  hitung lebih besar dibandingkan  $t$  tabel. Maka dapat disimpulkan variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk npk jitu tani di kecamatan sabak auh kabupaten siak. Dengan kata lain, hipotesis 1 didukung.

Kualitas produk merupakan karakteristik suatu produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi persepsi konsumennya. (Kotler, 2012) menyatakan kualitas produk adalah *“the ability of a product to perform its functions, it include the product’s overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes”*. yang artinya kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya meliputi keseluruhan daya tahan, keandalan, ketetapan, kemudahan penggunaan dan perbaikan produk, serta karakteristik produk lainnya. Pada penelitian ini berarti jika pupuk npk jitu tani memiliki kualitas sesuai yang diinginkan responden, misalnya dapat meningkatkan hasil produksi maupun untuk



pertumbuhan tanaman maka keputusan pembelian untuk produk tersebut meningkat.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Darwis Suluh Islam (2020) dengan judul penelitian “Pengaruh harga, promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pupuk cair amina di Mojokerto” hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa variabel kualitas produk terdapat pengaruh positif pada variabel independen terhadap variabel dependen Keputusan pembelian, dimana memiliki kesamaan terhadap penelitian yang peneliti buat yang membedakannya hanya pada objek penelitian.

#### **4.7.2 Word of mouth berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada produk npk jitu tani di kecamatan sabak auh kabupaten siak.**

Berdasarkan hasil uji validitas pada variabel word of mouth menunjukkan bahwa seluruh item pengujian valid dan dapat dianalisa lebih lanjut. Hasil perhitungan Uji T menunjukkan nilai  $t$  hitung lebih besar dibandingkan  $t$  tabel. Maka dapat disimpulkan variabel word of mouth berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk npk jitu tani di kecamatan sabak auh kabupaten siak. Dengan kata lain, hipotesis 2 didukung.

Word of mouth menurut (Maharani, 2021) *word of mouth* adalah pembicaraan yang secara alami terjadi antara individu satu dengan lawannya.

*Word of mouth* adalah pembicaraan konsumen asli.

Word of mouth dapat diartikan sebagai komunikasi yang dilakukan konsumen yang pernah melakukan pembelian dan membagikan pengalaman



mereka dengan produk atau layanan jasa yang telah mereka beli kepada orang lain. Sehingga konsumen secara tidak langsung telah melakukan promosi yang dapat meningkatkan minat beli konsumen lain. Contoh *word of mouth* dalam penelitian ini adalah penyebaran informasi yang dilakukan para petani yang sudah pernah melakukan pembelian pupuk npk jitu tani merasa puas dan melakukan rekomendasi kepada temannya atau rekan kerja sesama petani.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Mukhamand Ilham Marga Firdaus (2016) dengan judul penelitian “Faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian pupuk cair CV. Dwi Agro Manunggal Nganjuk”. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa variabel Product, price, promotion, place, psikologis terdapat pengaruh positif pada variabel independen terhadap variabel dependen keputusan pembelian, dimana memiliki kesamaan terhadap penelitian yang peneliti buat yang membedakannya hanya objek penelitian.

#### **4.7.4 Kualitas produk dan word of mouth berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian pada produk npk jitu tani di kecamatan sabak auh kabupaten siak.**

Berdasarkan hasil uji F menunjukan bahwa nilai F hitung lebih besar dari F tabel. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk dan word of mouth berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk npk jitu tani di kecamatan sabak auh kabupaten siak.

Dengan kata lain, hipotesis 3 didukung.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan diketahui bahwa konsumen memilih membeli pupuk npk jitu tani dikarenakan tertarik akan kualitas



produk yang bagus dan pemasaran secara *word of mouth*. Dalam proses keputusan pembelian ada dua komponen utama yang secara bersama-sama akan mempengaruhi konsumen sebelum melakukan pembelian produk yakni, *kualitas produk* dan *word of mouth*.

Keputusan pembelian adalah sikap seseorang terhadap pembelian atau penggunaan suatu produk berupa barang atau jasa yang diyakini dapat memuaskan dan kesediaannya untuk menerima segala resiko yang mungkin timbul. (Kodu, 2013) “ keputusan pembelian diambil oleh pembeli sebenarnya merupakan kumpulan dari sejumlah keputusan yang terorganisir.”

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Vera Monica (2017) dengan judul penelitian “Bauran pemasaran Marketing Mix terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk starter fermentasi dan dekomposer pupuk organik” hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa secara simultan variabel mix berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU



DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK:

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU



## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat diambil kesimpulannya sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian pupuk npk jitu tani di toko berkah tani kecamatan sabak auh kabupaten siak.
2. Terdapat pengaruh word of mouth secara parsial terhadap keputusan pembelian pupuk npk jitu tani di toko berkah tani kecamatan sabak auh kabupaten siak.
3. Terdapat pengaruh kualitas produk dan word of mouth secara parsial terhadap keputusan pembelian pupuk npk jitu tani di toko berkah tani kecamatan sabak auh kabupaten siak.

#### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan dan kesimpulan, maka saran yang dapat peneliti sampaikan sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

Sebaiknya perusahaan memperhatikan kualitas produk dikarenakan didalam penelitian yang dilakukan variabel kualitas produk merupakan variabel yang terendah sementara variabel word of mouth dapat dikategorikan bagus.

# ISLAM RIAU



2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya supaya dapat mengembangkan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seperti, psikologi, citra merek dan kualitas pelayanan dan yang lain sebagainya. Sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih luas terkait faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.



# UNIVERSITAS ISLAM RIAU

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK:

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

## DAFTAR PUSTAKA

- Azuar Juliandri, I. d. (2015). *Metode Penelitian Bisnis*. Medan: UMSU Press.
- BisnisUKM, R. (2010, November 24). *bisnisUKM*. Retrieved from [bisnisukm.com](http://bisnisukm.com):  
<https://bisnisukm.com/strategi-pemasaran-word-of-mouth.html>
- Deeppublish. (2021, Januari 26). *penerbitbukudeepublish*. Retrieved from [penerbitbukudeepublish.com](http://penerbitbukudeepublish.com):  
<https://penerbitbukudeepublish.com/pengertian-populasi-dan-sampel/>
- Eliana. (2017). *PENERAPAN SISTEM AKUNTANSI. Pengaruh penerapan sistem akuntansi keuangan pemerintah daerah terhadap kualitas laporan keuangan pemerintah daerah*, 15.
- Engel, J. F. (1994). *Perilaku Konsumen, Edisi 6 : jilid 1*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Ghazali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (8 ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, A. (2010). *Marketing*. Yogyakarta: Media Presindo.
- Karim, R. (2021, Mei 5). *penerbitbukudeepublish*. Retrieved from [penerbitbukudeepublish.com](http://penerbitbukudeepublish.com): <https://penerbitbukudeepublish.com/definisi-operasional/>
- Khair, H. (2016). Atribut toko, Keputusan pembelian. *Dampak atribut toko terhadap keputusan pembelian pada Indomaret DEPT Store Medan*, 18.
- Kodu, S. (2013). Harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, keputusan pembelian. *Harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian mobil toyota avanza*, 9.
- Kotler, & Philip. (2005). *Manajemen pemasaran jilid 1* (11 ed.). Jakarta: Alih bahasa Benyamin Molan.
- Kotler, P. a. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Education Limited.
- Machfoedz, M. (2010). *Komunikasi pemasaran modern cetakan pertama*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Maharani, S. (2021). Harga, Kualitas produk, Word of mouth. *Pengaruh harga, Kualitas produk, dan word of mouth terhadap keputusan pembelian*, 16.
- Mowen, J. d. (2002). *Perilaku Konsumen Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Nickels, W. G. (1980). *Marketing Coummunication and Promotion*. Amerika Serikat: Grid Pub.
- Noor, S. (2014). Analisis SWOT. *Penerapan analisis SWOT dalam menentukan strategi pemasaran daihatsu luxio di malang*, 9.
- Olson, J. P. (2000). *Consumer Behavior Perilaku konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Philip. K, d. G. (2011). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi Bahasa Indonesia jilid ketiga, alih Bahasa DRS. Alexandre Sindoro*. Jakarta: Erlangga.
- Risa Mustika Sari, P. (2021). Kualitas produk. *Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian*, 14.
- Sari, R. D. (2012). Word of Mouth. *Analisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan word of mouth coummunication terhadap keputusan pembelian mebel pada CV. Mega Jaya Mebel Semarang, Jurnal universitas Diponegoro*, 13.
- Sernovitz, A. (2010). *Word of Mouth : How Smart Companies get People Talking (Revised Edition)*. New York: Kaplan Publishing.
- Shimp, T. (2003). *Periklanan Promosi*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.



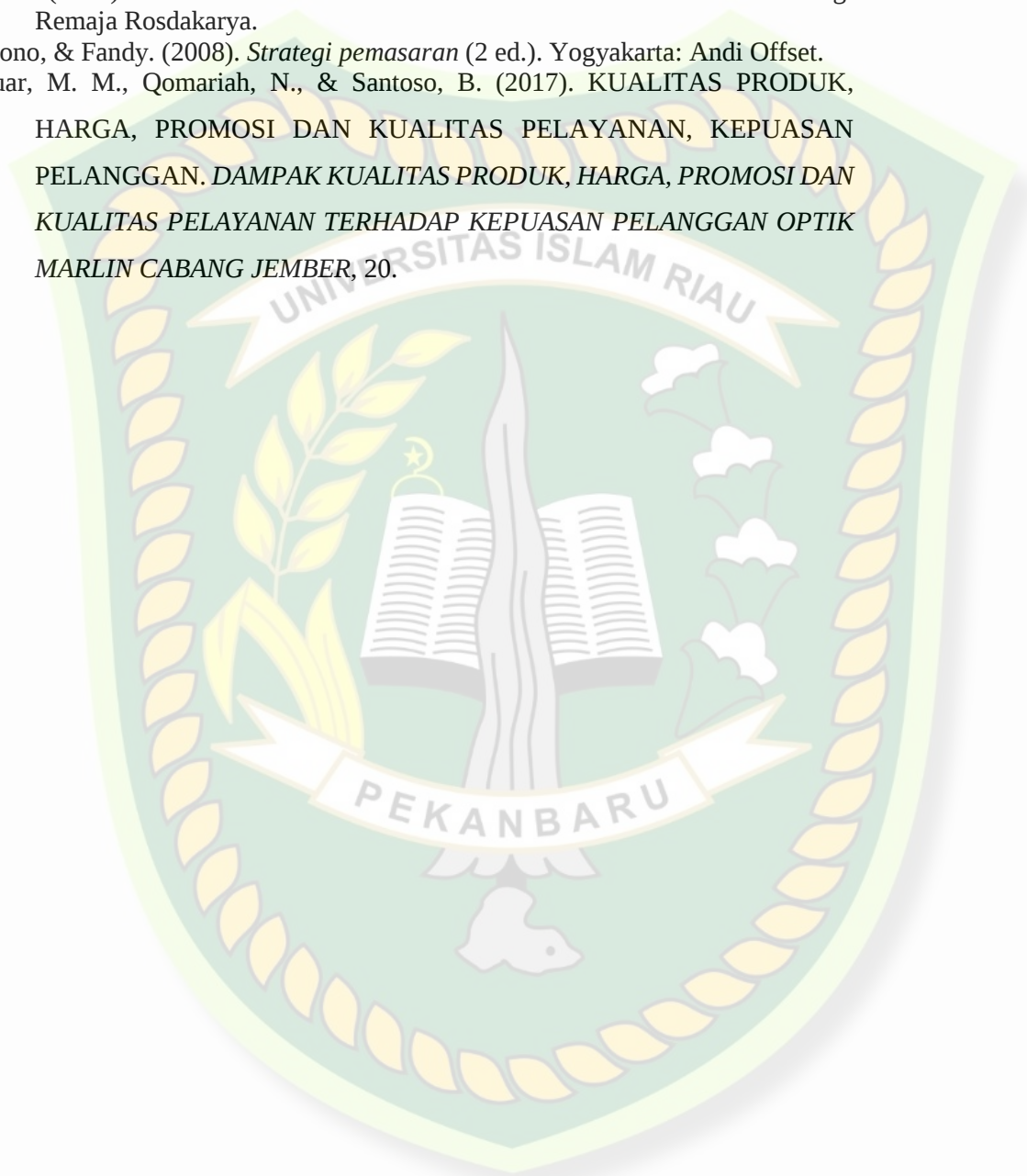


Sumardy, d. (2010). *The power of Word of Mouth Marketing*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Sutisna. (2002). *Komunikasi Pemasaran dan komunikasi Konsumen*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Tjiptono, & Fandy. (2008). *Strategi pemasaran* (2 ed.). Yogyakarta: Andi Offset.

Yanuar, M. M., Qomariah, N., & Santoso, B. (2017). KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN, KEPUASAN PELANGGAN. DAMPAK KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN OPTIK MARLIN CABANG JEMBER, 20.



# UNIVERSITAS ISLAM RIAU

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK:

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU



## KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Kualitas Produk Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pupuk Npk Jitu Tani Di Toko Berkah Tani Kecamatan Sabak Auh Kabupaten Siak

Dengan hormat,

Dalam rangka penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau, peneliti berusaha untuk mengumpulkan data dan informasi mengenai “Pengaruh Kualitas Produk dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pupuk Npk Jitu Tani Di Toko Berkah Tani Kecamatan Sabak Auh Kabupaten Siak”.

Berkenaan dengan hal tersebut saya mohon dengan hormat bantuan bapak/ibu untuk mengisi angket secara lengkap dan jujur sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Jawaban bapak/ibu akan saya rahasiakan dan saya olah hanya untuk kepentingan studi.

Atas perhatian dan kerjasamanya, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya

Sri Dipo Nuswantoro

### A. PETUNJUK PENGISIAN

Isilah beberapa pertanyaan berikut dengan memilih salah satu kolom dengan menggunakan tanda silang (X) pada kolom dibawah ini:

Dengan keterangan :

1. SS : Sangat Setuju
2. S : Setuju
3. KS : Kurang Setuju
4. TS : Tidak Setuju
5. STS : Sangat Tidak Setuju

UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU



## B. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : Laki-Laki / Perempuan
3. Usia : Tahun
4. Pendidikan :
5. Pekerjaan :

## C. TANGGAPAN RESPONDEN

### Kualitas Produk (X1)

| No          | Pernyataan                                                                                                   | Alternatif Jawaban |   |    |    |     |
|-------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|---|----|----|-----|
|             |                                                                                                              | SS                 | S | KS | TS | STS |
| Kinerja     |                                                                                                              |                    |   |    |    |     |
| 1           | Pupuk Npk Jitu Tani memiliki Komposisi yang lengkap sesuai dengan kebutuhan tanaman                          |                    |   |    |    |     |
| 2           | Unsur hara yang terkandung di pupuk Npk Jitu Tani mudah cepat terserap sebagai unsur hara yang lengkap       |                    |   |    |    |     |
| Conformance |                                                                                                              |                    |   |    |    |     |
| 1           | Pupuk Npk Jitu Tani sudah terjamin kualitasnya sesuai dengan standar mutu yang dikeluarkan menteri pertanian |                    |   |    |    |     |
| 2           | Bahan baku yang digunakan oleh pupuk Npk Jitu Tani terjamin kualitasnya                                      |                    |   |    |    |     |
| 3           | Pupuk memiliki unsur hara yang lengkap                                                                       |                    |   |    |    |     |
| Daya Tahan  |                                                                                                              |                    |   |    |    |     |
| 1           | Pupuk Npk Jitu Tani memiliki kualitas yang bagus sejak 3 tahun dari masa produksinya                         |                    |   |    |    |     |
| 2           | Pupuk Npk Jitu Tani memiliki ketahanan di suhu ruangan rendah                                                |                    |   |    |    |     |
| Persepsi    |                                                                                                              |                    |   |    |    |     |

ISLAM RIAU



|   |                                                                                                                      |  |  |  |  |  |
|---|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
| 1 | Pupuk Npk Jitu Tani unggul dalam penyerapan unsur hara ke dalam tanah untuk kondisi pertanian di Kecamatan Sabak Auh |  |  |  |  |  |
| 2 | Pupuk Npk Jitu Tani memiliki kualitas produk dan harga yang bersaing                                                 |  |  |  |  |  |
| 3 | Saya perlu merotasi tanaman saya setiap 3 bulan sekali                                                               |  |  |  |  |  |

### Word of Mouth (Informasi dari mulut ke mulut) (X2)

| No              | Pernyataan                                                                                  | Alternatif Jawaban |   |    |    |     |
|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|---|----|----|-----|
|                 |                                                                                             | SS                 | S | KS | TS | STS |
| Reference Group |                                                                                             |                    |   |    |    |     |
| 1               | Saya percaya dengan informasi yang diberikan Keluarga saya mengenai Pupuk Npk Jitu Tani     |                    |   |    |    |     |
| 2               | Rekan kerja saya merekomendasikan pupuk Npk Jitu Tani kepada saya                           |                    |   |    |    |     |
| Opinion Leader  |                                                                                             |                    |   |    |    |     |
| 1               | Kelompok tani melakukan penyuluhan mengenai pupuk Npk Jitu Tani                             |                    |   |    |    |     |
| Talkers         |                                                                                             |                    |   |    |    |     |
| 1               | Saya mencoba membeli pupuk Npk Jitu Tani karna teman saya sudah memakai pupuk Npk Jitu Tani |                    |   |    |    |     |
| 2               | Saya mengetahui informasi mengenai pupuk Npk Jitu Tani dari Group WA                        |                    |   |    |    |     |
| Topics          |                                                                                             |                    |   |    |    |     |
| 1               | Saya membeli pupuk Npk Jitu Tani karena mendapat diskon                                     |                    |   |    |    |     |
| 2               | Saya tetap membeli pupuk Npk Jitu Tani walaupun ada produk baru                             |                    |   |    |    |     |
| Tools           |                                                                                             |                    |   |    |    |     |
| 1               | Saya mengetahui Pupuk Npk Jitu Tani dari Websitenya                                         |                    |   |    |    |     |
| Taking          |                                                                                             |                    |   |    |    |     |
| 1               | Saya ingin mencoba membeli Pupuk Npk Jitu Tani langsung dari agen lapangannya               |                    |   |    |    |     |
| Tracking        |                                                                                             |                    |   |    |    |     |

ISLAM RIAU



|   |                                                                                             |  |  |  |  |  |
|---|---------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|
| 1 | Saya ingin memberikan keluhan saya langsung di website layanan konsumen Pupuk Npk Jitu Tani |  |  |  |  |  |
|---|---------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|--|--|

#### Keputusan Pembelian (Y)

| No                       | Pernyataan                                                                                                       | Alternatif Jawaban |   |    |    |     |
|--------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|---|----|----|-----|
|                          |                                                                                                                  | SS                 | S | KS | TS | STS |
| Pengenalan masalah       |                                                                                                                  |                    |   |    |    |     |
| 1                        | Saya membeli Pupuk Npk Jitu Tani dikarenakan kualitas Pupuk Npk Jitu Tani yang bagus                             |                    |   |    |    |     |
| 2                        | Saya membeli Pupuk Npk Jitu Tani karena kandungan unsur hara yang terdapat di Pupuk Npk Jitu Tani sangat lengkap |                    |   |    |    |     |
| Pencarian informasi      |                                                                                                                  |                    |   |    |    |     |
| 1                        | Saya mencari informasi Pupuk Npk Jitu Tani di toko pertanian sekitar saya                                        |                    |   |    |    |     |
| 2                        | Saya mencari informasi tentang Pupuk Npk Jitu Tani ke teman dan kerabat saya                                     |                    |   |    |    |     |
| Evaluasi alternatif      |                                                                                                                  |                    |   |    |    |     |
| 1                        | Sebelum saya membeli Pupuk Npk Jitu Tani saya selalu memperhatikan kualitasnya                                   |                    |   |    |    |     |
| 2                        | Saya selalu mengevaluasi harga sebelum membeli pupuk Npk Jitu Tani                                               |                    |   |    |    |     |
| Keputusan pembelian      |                                                                                                                  |                    |   |    |    |     |
| 1                        | Saya selalu memperhatikan produk Npk Jitu Tani ketika melakukan pembelian                                        |                    |   |    |    |     |
| 2                        | Saya selalu membeli di Toko pertanian langganan saya                                                             |                    |   |    |    |     |
| Perilaku pasca pembelian |                                                                                                                  |                    |   |    |    |     |
| 1                        | Saya puas dengan manfaatnya membeli Pupuk Npk Jitu Tani membuat saya membeli lagi                                |                    |   |    |    |     |
| 2                        | Setelah saya membeli Pupuk Npk Jitu Tani saya akan merekomendasikan ke petani lain                               |                    |   |    |    |     |

ISLAM RIAU

**DAFTAR PENGGUNA PUPUK DI KECAMATAN SABAK AUH**

| NO | NAMA           | ALAMAT             |
|----|----------------|--------------------|
| 1  | Aziz Munawar   | BANDAR SUNGAI      |
| 2  | Abdul Aziz     | BANDAR SUNGAI      |
| 3  | Abdul Bahri    | BANDAR SUNGAI      |
| 4  | Aditya         | BANDAR SUNGAI      |
| 5  | Aji Suryanto   | BANDAR SUNGAI      |
| 6  | Bayu           | BANDAR SUNGAI      |
| 7  | Didik Setiawan | BANDAR SUNGAI      |
| 8  | Komarudin      | BANDAR SUNGAI      |
| 9  | Masrukhan      | BANDAR SUNGAI      |
| 10 | Mazmuah        | BANDAR SUNGAI      |
| 11 | Mubarok        | BANDAR SUNGAI      |
| 12 | Mudi Hartatik  | BANDAR SUNGAI      |
| 13 | Muniroh        | BANDAR SUNGAI      |
| 14 | Murtini        | BANDAR SUNGAI      |
| 15 | Mustangin      | BANDAR SUNGAI      |
| 16 | Nurul Huda     | BANDAR SUNGAI      |
| 17 | Painem         | BANDAR SUNGAI      |
| 18 | Sinwani        | BANDAR SUNGAI      |
| 19 | Sopri          | BANDAR SUNGAI      |
| 20 | Sriyanti       | BANDAR SUNGAI      |
| 21 | Tafrikhan      | BANDAR SUNGAI      |
| 22 | Thoharoh       | BANDAR SUNGAI      |
| 23 | Zamroni        | BANDAR SUNGAI      |
| 24 | Kusnan         | BANDAR SUNGAI      |
| 25 | H. Tanwir      | BANDAR SUNGAI      |
| 26 | Muhsoni        | BANDAR SUNGAI      |
| 27 | Daryanto       | BANDAR SUNGAI      |
| 28 | Nur Ali        | BANDAR SUNGAI      |
| 29 | Hermanto       | DESA BELADING      |
| 30 | Muhari         | DESA BELADING      |
| 31 | Abdul Rofiq    | DESA BELADING      |
| 32 | Buseri         | DESA BELADING      |
| 33 | Daryanto       | DESA BELADING      |
| 34 | Faturohman     | DESA SUNGAI TENGAH |
| 35 | Mahmudi        | DESA SUNGAI TENGAH |
| 36 | Muhyidin       | DESA SUNGAI TENGAH |
| 37 | Nur Ali        | DESA SUNGAI TENGAH |
| 38 | Nursalim       | DESA SUNGAI TENGAH |
| 39 | Parsi          | DESA SUNGAI TENGAH |
| 40 | Soni           | DESA SUNGAI TENGAH |
| 41 | Siswanto       | DESA SUNGAI TENGAH |
| 42 | Sumali         | DESA SUNGAI TENGAH |
| 43 | Suparno        | DESA SUNGAI TENGAH |
| 44 | Sutamam        | DESA SUNGAI TENGAH |
| 45 | Tukiri         | DESA SUNGAI TENGAH |



|    |            |                    |
|----|------------|--------------------|
| 46 | Zaenal     | DESA SUNGAI TENGAH |
| 47 | Suwarno    | DESA SUNGAI TENGAH |
| 48 | Muslih     | DESA SUNGAI TENGAH |
| 49 | Mufidi     | DESA SUNGAI TENGAH |
| 50 | Romli      | DESA SUNGAI TENGAH |
| 51 | Royani     | DESA SUNGAI TENGAH |
| 52 | Khoirun    | DESA SUNGAI TENGAH |
| 53 | Samijan    | DESA REMPAK        |
| 54 | Mustofa    | DESA REMPAK        |
| 55 | Basir      | DESA REMPAK        |
| 56 | Maskuri    | DESA REMPAK        |
| 57 | Suroso     | DESA REMPAK        |
| 58 | Sutiah     | DESA REMPAK        |
| 59 | Arwidah    | DESA REMPAK        |
| 60 | Basiroh    | DESA REMPAK        |
| 61 | Faturohman | DESA LAKSAMANA     |
| 62 | Hartatik   | DESA LAKSAMANA     |
| 63 | Muhdiyar   | DESA LAKSAMANA     |
| 64 | Mukini     | DESA LAKSAMANA     |
| 65 | Munjahid   | DESA LAKSAMANA     |
| 66 | Sariyatun  | DESA LAKSAMANA     |
| 67 | Shalikhah  | DESA LAKSAMANA     |
| 68 | Sriyatun   | DESA LAKSAMANA     |
| 69 | Sumini     | DESA LAKSAMANA     |
| 70 | Tholibatun | DESA LAKSAMANA     |
| 71 | Thoyib     | DESA LAKSAMANA     |
| 72 | Mardiyatun | DESA LAKSAMANA     |
| 73 | Ahmadi     | DESA LAKSAMANA     |
| 74 | Jayatun    | DESA LAKSAMANA     |
| 75 | Jumiyatun  | DESA LAKSAMANA     |
| 76 | Nur Aziz   | DESA LAKSAMANA     |
| 77 | Mundiri    | DESA LAKSAMANA     |
| 78 | Musliman   | DESA LAKSAMANA     |
| 79 | Jumiran    | DESA LAKSAMANA     |
| 80 | Sangkot    | DESA LAKSAMANA     |
| 81 | Supriono   | DESA LAKSAMANA     |

UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU

# DAFTAR PENGGUNA PUPUK DI KECAMATAN SABAK AUH

| NO | NAMA           | ALAMAT             |
|----|----------------|--------------------|
| 1  | Aziz Munawar   | BANDAR SUNGAI      |
| 2  | Abdul Aziz     | BANDAR SUNGAI      |
| 3  | Abdul Bahri    | BANDAR SUNGAI      |
| 4  | Aditya         | BANDAR SUNGAI      |
| 5  | Aji Suryanto   | BANDAR SUNGAI      |
| 6  | Bayu           | BANDAR SUNGAI      |
| 7  | Didik Setiawan | BANDAR SUNGAI      |
| 8  | Komarudin      | BANDAR SUNGAI      |
| 9  | Masrukhan      | BANDAR SUNGAI      |
| 10 | Mazmuah        | BANDAR SUNGAI      |
| 11 | Mubarok        | BANDAR SUNGAI      |
| 12 | Mudi Hartatik  | BANDAR SUNGAI      |
| 13 | Muniroh        | BANDAR SUNGAI      |
| 14 | Murtini        | BANDAR SUNGAI      |
| 15 | Mustangin      | BANDAR SUNGAI      |
| 16 | Nurul Huda     | BANDAR SUNGAI      |
| 17 | Painem         | BANDAR SUNGAI      |
| 18 | Sinwani        | BANDAR SUNGAI      |
| 19 | Sopri          | BANDAR SUNGAI      |
| 20 | Sriyanti       | BANDAR SUNGAI      |
| 21 | Tafrikhan      | BANDAR SUNGAI      |
| 22 | Thoharoh       | BANDAR SUNGAI      |
| 23 | Zamroni        | BANDAR SUNGAI      |
| 24 | Kusnan         | BANDAR SUNGAI      |
| 25 | H. Tanwir      | BANDAR SUNGAI      |
| 26 | Muhsoni        | BANDAR SUNGAI      |
| 27 | Daryanto       | BANDAR SUNGAI      |
| 28 | Nur Ali        | BANDAR SUNGAI      |
| 29 | Hermanto       | DESA BELADING      |
| 30 | Muhari         | DESA BELADING      |
| 31 | Abdul Rofiq    | DESA BELADING      |
| 32 | Buseri         | DESA BELADING      |
| 33 | Daryanto       | DESA BELADING      |
| 34 | Faturohman     | DESA BELADING      |
| 35 | Mahmudi        | DESA BELADING      |
| 36 | Muhyidin       | DESA BELADING      |
| 37 | Nur Ali        | DESA BELADING      |
| 38 | Nursalim       | DESA BELADING      |
| 39 | Parsi          | DESA SUNGAI TENGAH |
| 40 | Soni           | DESA SUNGAI TENGAH |
| 41 | Siswanto       | DESA SUNGAI TENGAH |
| 42 | Sumali         | DESA SUNGAI TENGAH |
| 43 | Suparno        | DESA SUNGAI TENGAH |
| 44 | Sutamam        | DESA SUNGAI TENGAH |
| 45 | Tukiri         | DESA SUNGAI TENGAH |

|    |                  |                    |
|----|------------------|--------------------|
| 46 | Zaenal           | DESA SUNGAI TENGAH |
| 47 | Suwarno          | DESA SUNGAI TENGAH |
| 48 | Muslih           | DESA SUNGAI TENGAH |
| 49 | Mufidi           | DESA SUNGAI TENGAH |
| 50 | Romli            | DESA SUNGAI TENGAH |
| 51 | Royani           | DESA SUNGAI TENGAH |
| 52 | Khoirun          | DESA SUNGAI TENGAH |
| 53 | Samijan          | DESA SUNGAI TENGAH |
| 54 | Mustofa          | DESA SUNGAI TENGAH |
| 55 | Basir            | DESA SUNGAI TENGAH |
| 56 | Maskuri          | DESA SUNGAI TENGAH |
| 57 | Suroso           | DESA SUNGAI TENGAH |
| 58 | Sutiah           | DESA REMPAK        |
| 59 | Arwidah          | DESA REMPAK        |
| 60 | Basiroh          | DESA REMPAK        |
| 61 | Faturohman       | DESA REMPAK        |
| 62 | Hartatik         | DESA REMPAK        |
| 63 | Muhdiyar         | DESA REMPAK        |
| 64 | Mukini           | DESA REMPAK        |
| 65 | Munjahid         | DESA REMPAK        |
| 66 | Sariyatun        | DESA REMPAK        |
| 67 | Shalikhah        | DESA REMPAK        |
| 68 | Sriyatun         | DESA REMPAK        |
| 69 | Sumini           | DESA REMPAK        |
| 70 | Tholibatun       | DESA REMPAK        |
| 71 | Thoyib           | DESA REMPAK        |
| 72 | Mardiyatun       | DESA REMPAK        |
| 73 | Ahmadi           | DESA REMPAK        |
| 74 | Jayatun          | DESA REMPAK        |
| 75 | Jumiyatun        | DESA REMPAK        |
| 76 | Nur Aziz         | DESA REMPAK        |
| 77 | Mundiri          | DESA LAKSAMANA     |
| 78 | Musliman         | DESA LAKSAMANA     |
| 79 | Jumiran          | DESA LAKSAMANA     |
| 80 | Sangkot          | DESA LAKSAMANA     |
| 81 | Supriono         | DESA LAKSAMANA     |
| 82 | Agung pranata    | DESA LAKSAMANA     |
| 83 | Anto             | DESA LAKSAMANA     |
| 84 | Asmudin          | DESA LAKSAMANA     |
| 85 | Wiwid ari suko   | DESA LAKSAMANA     |
| 86 | Wilman rifan     | DESA LAKSAMANA     |
| 87 | Budi aksoni      | DESA LAKSAMANA     |
| 88 | Candra           | DESA LAKSAMANA     |
| 89 | Desi elvina wati | DESA LAKSAMANA     |
| 90 | Dodi akbar       | DESA LAKSAMANA     |
| 91 | Doni kartein     | DESA LAKSAMANA     |
| 92 | Hariato          | DESA LAKSAMANA     |

|     |                   |                |
|-----|-------------------|----------------|
| 93  | irwandi           | DESA LAKSAMANA |
| 94  | Jimmy anugrhata   | DESA LAKSAMANA |
| 95  | Johan             | DESA LAKSAMANA |
| 96  | Jonathan surbakti | DESA LAKSAMANA |
| 97  | Juriah            | DESA LAKSAMANA |
| 98  | Damar dumadi      | DESA LAKSAMANA |
| 99  | Purbo wening      | DESA LAKSAMANA |
| 100 | Joko brojonolo    | DESA LAKSAMANA |
| 101 | Budi gunawan      | DESA LAKSAMANA |

# UNIVERSITAS ISLAM RIAU

DOKUMEN INI ADALAH ARSIP MILIK :

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

UNIVERSITAS ISLAM RIAU



### Descriptive Statistics

|                    | N  | Minimum | Maximum | Mean  | Std. Deviation |
|--------------------|----|---------|---------|-------|----------------|
| X1.1               | 81 | 1       | 5       | 3.14  | 1.311          |
| X1.2               | 81 | 1       | 5       | 3.16  | 1.269          |
| X1.3               | 81 | 1       | 5       | 3.35  | 1.153          |
| X1.4               | 81 | 1       | 5       | 3.17  | 1.311          |
| X1.5               | 81 | 1       | 5       | 3.22  | 1.285          |
| X1.6               | 81 | 1       | 5       | 3.36  | 1.278          |
| X1.7               | 81 | 1       | 5       | 3.22  | 1.351          |
| X1.8               | 81 | 1       | 5       | 3.25  | 1.220          |
| X1.9               | 81 | 1       | 5       | 3.12  | 1.336          |
| X1.10              | 81 | 1       | 5       | 2.90  | 1.347          |
| Kualitas Produk    | 81 | 14      | 46      | 31.89 | 7.517          |
| Valid N (listwise) | 81 |         |         |       |                |

### Descriptive Statistics

|                    | N  | Minimum | Maximum | Mean  | Std. Deviation |
|--------------------|----|---------|---------|-------|----------------|
| X2.1               | 81 | 1       | 5       | 3.26  | 1.330          |
| X2.2               | 81 | 1       | 5       | 3.36  | 1.307          |
| X2.3               | 81 | 1       | 5       | 3.25  | 1.157          |
| X2.4               | 81 | 1       | 5       | 3.09  | 1.227          |
| X2.5               | 81 | 1       | 5       | 3.23  | 1.460          |
| X2.6               | 81 | 1       | 5       | 3.23  | 1.258          |
| X2.7               | 81 | 1       | 5       | 3.58  | 1.171          |
| X2.8               | 81 | 1       | 5       | 3.67  | 1.194          |
| X2.9               | 81 | 1       | 5       | 3.20  | 1.364          |
| X2.10              | 81 | 1       | 5       | 3.35  | 1.315          |
| Word Of Mouth      | 81 | 14      | 48      | 33.21 | 8.345          |
| Valid N (listwise) | 81 |         |         |       |                |

UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU



### Descriptive Statistics

|                     | N  | Minimum | Maximum | Mean  | Std. Deviation |
|---------------------|----|---------|---------|-------|----------------|
| Y1                  | 81 | 1       | 5       | 3.17  | 1.403          |
| Y2                  | 81 | 1       | 5       | 3.17  | 1.321          |
| Y3                  | 81 | 1       | 5       | 3.43  | 1.322          |
| Y4                  | 81 | 1       | 5       | 3.31  | 1.281          |
| Y5                  | 81 | 1       | 5       | 3.31  | 1.329          |
| Y6                  | 81 | 1       | 5       | 3.07  | 1.349          |
| Y7                  | 81 | 1       | 5       | 3.36  | 1.297          |
| Y8                  | 81 | 1       | 5       | 3.23  | 1.316          |
| Y9                  | 81 | 1       | 5       | 3.17  | 1.330          |
| Y10                 | 81 | 1       | 5       | 3.42  | 1.273          |
| Keputusan Pembelian | 81 | 14      | 48      | 32.65 | 8.425          |
| Valid N (listwise)  | 81 |         |         |       |                |

**UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU**

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS  
DALAH ARSIP MILIK:  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

Correlations

|                     | X1.1   | X1.2   | X1.3   | X1.4   | X1.5   | X1.6   | X1.7   | X1.8   | X1.9   | X1.10  | Kualitas Produk |
|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-----------------|
| X1.1                |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |                 |
| Pearson Correlation | 1      | .317** | .490** | .313** | .153   | .284*  | .364** | .229*  | .097   | .432** | .629**          |
| Sig. (2-tailed)     |        | .004   | .000   | .004   | .174   | .010   | .001   | .040   | .387   | .000   | .000            |
| N                   | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81              |
| X1.2                |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |                 |
| Pearson Correlation | .317** | 1      | .397** | .321** | .353** | .311** | .526** | .249*  | .180   | .163   | .650**          |
| Sig. (2-tailed)     | .004   |        | .000   | .003   | .001   | .005   | .000   | .025   | .108   | .146   | .000            |
| N                   | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81              |
| X1.3                |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |                 |
| Pearson Correlation | .490** | .397** | 1      | .365** | .150   | .339** | .359** | .321** | .118   | .296** | .644**          |
| Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   |        | .001   | .181   | .002   | .001   | .004   | .284   | .007   | .000            |
| N                   | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81              |
| X1.4                |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |                 |
| Pearson Correlation | .313** | .321** | .365** | 1      | .251*  | .052   | .281*  | .355** | .173   | .264*  | .576**          |
| Sig. (2-tailed)     | .004   | .003   | .001   |        | .024   | .644   | .011   | .001   | .122   | .017   | .000            |
| N                   | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81              |
| X1.5                |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |                 |
| Pearson Correlation | .153   | .353** | .150   | .251*  | 1      | .263*  | .346** | .371** | .071   | .230*  | .545**          |
| Sig. (2-tailed)     | .174   | .001   | .181   | .024   |        | .018   | .002   | .001   | .527   | .039   | .000            |
| N                   | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81              |
| X1.6                |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |                 |
| Pearson Correlation | .284*  | .311** | .339** | .052   | .263*  | 1      | .294** | .311** | .010   | .246*  | .527**          |
| Sig. (2-tailed)     | .010   | .005   | .002   | .644   | .018   |        | .008   | .005   | .927   | .027   | .000            |
| N                   | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81              |
| X1.7                |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |                 |
| Pearson Correlation | .364** | .526** | .359** | .281*  | .346** | .294** | 1      | .285** | .130   | .280*  | .665**          |
| Sig. (2-tailed)     | .001   | .000   | .001   | .011   | .002   | .008   |        | .010   | .247   | .011   | .000            |
| N                   | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81              |
| X1.8                |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |                 |
| Pearson Correlation | .229*  | .249*  | .321** | .356** | .371** | .311** | .285** | 1      | .227*  | .304** | .618**          |
| Sig. (2-tailed)     | .040   | .025   | .004   | .001   | .001   | .005   | .010   |        | .042   | .006   | .000            |
| N                   | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81              |
| X1.9                |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |                 |
| Pearson Correlation | .097   | .180   | .118   | .173   | .071   | .010   | .130   | .227*  | 1      | .271*  | .396**          |
| Sig. (2-tailed)     | .387   | .108   | .294   | .122   | .527   | .927   | .247   | .042   |        | .014   | .000            |
| N                   | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81              |
| X1.10               |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |                 |
| Pearson Correlation | .432** | .163   | .296** | .264*  | .230*  | .246*  | .280*  | .304** | .271*  | 1      | .602**          |
| Sig. (2-tailed)     | .000   | .146   | .007   | .017   | .039   | .027   | .011   | .006   | .014   |        | .000            |
| N                   | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81              |
| Kualitas Produk     |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |                 |
| Pearson Correlation | .629** | .650** | .644** | .578** | .545** | .527** | .665** | .618** | .396** | .602** | 1               |
| Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   |                 |
| N                   | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81              |

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



Correlations

|                     | X2.1   | X2.2   | X2.3   | X2.4   | X2.5   | X2.6   | X2.7   | X2.8   | X2.9   | X2.10  | Word Or Mouth |
|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------------|
| X2.1                |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |               |
| Pearson Correlation |        | .759** | .405** | .423** | .329** | .277** | .456** | .472** | .288** | .355** | .730**        |
| Sig. (2-tailed)     |        | .000   | .000   | .000   | .003   | .012   | .000   | .000   | .009   | .001   | .000          |
| N                   | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81            |
| X2.2                |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |               |
| Pearson Correlation | .759** |        | .272** | .402** | .250** | .291** | .320** | .502** | .149   | .334** | .656**        |
| Sig. (2-tailed)     | .000   |        | .014   | .000   | .024   | .009   | .004   | .000   | .184   | .002   | .000          |
| N                   | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81            |
| X2.3                |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |               |
| Pearson Correlation | .405** | .272** |        | .214   | .402** | .458** | .336** | .413** | .301** | .329** | .624**        |
| Sig. (2-tailed)     | .000   | .014   |        | .055   | .000   | .000   | .002   | .000   | .006   | .003   | .000          |
| N                   | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81            |
| X2.4                |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |               |
| Pearson Correlation | .423** | .402** | .214   |        | .191   | .367** | .452** | .438** | .371** | .469** | .656**        |
| Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .055   |        | .088   | .001   | .000   | .000   | .001   | .000   | .000          |
| N                   | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81            |
| X2.5                |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |               |
| Pearson Correlation | .329** | .250** | .402** | .191   |        | .412** | .343** | .361** | .184   | .354** | .598**        |
| Sig. (2-tailed)     | .003   | .024   | .000   | .088   |        | .000   | .002   | .001   | .101   | .001   | .000          |
| N                   | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81            |
| X2.6                |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |               |
| Pearson Correlation | .277** | .291** | .458** | .367** | .412** |        | .339** | .411** | .279** | .472** | .656**        |
| Sig. (2-tailed)     | .012   | .009   | .000   | .001   | .000   |        | .002   | .000   | .012   | .000   | .000          |
| N                   | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81            |
| X2.7                |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |               |
| Pearson Correlation | .456** | .320** | .336** | .452** | .343** | .339** |        | .587** | .428** | .339** | .695**        |
| Sig. (2-tailed)     | .000   | .004   | .002   | .000   | .002   | .002   |        | .000   | .000   | .002   | .000          |
| N                   | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81            |
| X2.8                |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |               |
| Pearson Correlation | .472** | .502** | .413** | .438** | .361** | .411** | .587** |        | .179   | .512** | .736**        |
| Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000   | .000   | .001   | .000   | .000   |        | .110   | .000   | .000          |
| N                   | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81            |
| X2.9                |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |               |
| Pearson Correlation | .288** | .149   | .301** | .371** | .184   | .279   | .428** | .179   |        | .226** | .525**        |
| Sig. (2-tailed)     | .009   | .184   | .006   | .001   | .101   | .012   | .000   | .110   |        | .042   | .000          |
| N                   | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81            |
| X2.10               |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |               |
| Pearson Correlation | .355** | .334** | .329** | .469** | .354** | .472** | .339** | .512** | .226** |        | .672**        |
| Sig. (2-tailed)     | .001   | .002   | .003   | .000   | .001   | .000   | .002   | .000   | .042   |        | .000          |
| N                   | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81            |
| Word Or Mouth       |        |        |        |        |        |        |        |        |        |        |               |
| Pearson Correlation | .730** | .656** | .624** | .656** | .598** | .656** | .695** | .736** | .525** | .672** |               |
| Sig. (2-tailed)     | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   | .000   |               |
| N                   | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81     | 81            |

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

Correlations

|                     | Y1   | Y2   | Y3   | Y4   | Y5   | Y6   | Y7   | Y8   | Y9   | Y10  | Keputusan Pembelian |
|---------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|---------------------|
| Y1                  |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |                     |
| Pearson Correlation |      | .166 | .249 | .255 | .246 | .303 | .426 | .133 | .205 | .183 | .504                |
| Sig. (2-tailed)     |      | .139 | .025 | .022 | .027 | .006 | .000 | .235 | .067 | .103 | .000                |
| N                   |      | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81                  |
| Y2                  |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |                     |
| Pearson Correlation | .166 |      | 1    | .329 | .286 | .322 | .299 | .393 | .353 | .268 | .581                |
| Sig. (2-tailed)     | .139 |      | .003 | .010 | .009 | .003 | .007 | .000 | .001 | .015 | .000                |
| N                   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81                  |
| Y3                  |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |                     |
| Pearson Correlation | .249 | .329 |      | .215 | .435 | .465 | .397 | .372 | .348 | .440 | .667                |
| Sig. (2-tailed)     | .025 | .003 |      | .053 | .000 | .000 | .000 | .001 | .001 | .000 | .000                |
| N                   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81                  |
| Y4                  |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |                     |
| Pearson Correlation | .255 | .286 | .215 |      | .274 | .384 | .286 | .431 | .504 | .280 | .611                |
| Sig. (2-tailed)     | .022 | .010 | .053 |      | .013 | .000 | .010 | .000 | .000 | .011 | .000                |
| N                   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81                  |
| Y5                  |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |                     |
| Pearson Correlation | .246 | .290 | .435 | .274 |      | .252 | .348 | .265 | .238 | .934 | .668                |
| Sig. (2-tailed)     | .027 | .009 | .000 | .013 |      | .023 | .001 | .017 | .032 | .000 | .000                |
| N                   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81                  |
| Y6                  |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |                     |
| Pearson Correlation | .303 | .322 | .465 | .384 | .252 | 1    | .406 | .406 | .404 | .251 | .660                |
| Sig. (2-tailed)     | .006 | .003 | .000 | .000 | .023 | .000 | .000 | .000 | .000 | .024 | .000                |
| N                   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81                  |
| Y7                  |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |                     |
| Pearson Correlation | .426 | .299 | .397 | .286 | .348 | .406 | 1    | .309 | .362 | .362 | .658                |
| Sig. (2-tailed)     | .000 | .007 | .000 | .010 | .001 | .000 | .000 | .005 | .001 | .001 | .000                |
| N                   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81                  |
| Y8                  |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |                     |
| Pearson Correlation | .133 | .393 | .372 | .431 | .265 | .406 | .309 | 1    | .876 | .231 | .692                |
| Sig. (2-tailed)     | .235 | .000 | .001 | .000 | .017 | .000 | .005 | .000 | .000 | .038 | .000                |
| N                   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81                  |
| Y9                  |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |                     |
| Pearson Correlation | .205 | .353 | .348 | .504 | .236 | .404 | .362 | .876 | 1    | .163 | .698                |
| Sig. (2-tailed)     | .067 | .001 | .001 | .000 | .032 | .000 | .001 | .000 | .000 | .145 | .000                |
| N                   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81                  |
| Y10                 |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |                     |
| Pearson Correlation | .183 | .268 | .440 | .280 | .934 | .251 | .362 | .231 | .163 | 1    | .641                |
| Sig. (2-tailed)     | .103 | .015 | .000 | .011 | .000 | .024 | .001 | .038 | .145 | .000 | .000                |
| N                   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81                  |
| Keputusan Pembelian | .504 | .581 | .667 | .611 | .668 | .660 | .658 | .692 | .698 | .641 | 1                   |
| Sig. (2-tailed)     | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000                |
| N                   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81   | 81                  |

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



## Reliability

### Case Processing Summary

|       |                       | N  | %     |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid                 | 81 | 100.0 |
|       | Excluded <sup>a</sup> | 0  | .0    |
|       | Total                 | 81 | 100.0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .785             | 10         |

### Item-Total Statistics

|       | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|-------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| x1.1  | 28.75                      | 45.813                         | .505                             | .760                             |
| x1.2  | 28.73                      | 45.700                         | .535                             | .757                             |
| x1.3  | 28.54                      | 46.676                         | .539                             | .758                             |
| x1.4  | 28.72                      | 46.831                         | .443                             | .768                             |
| x1.5  | 28.67                      | 47.625                         | .408                             | .772                             |
| x1.6  | 28.53                      | 48.002                         | .388                             | .775                             |
| x1.7  | 28.67                      | 44.825                         | .545                             | .755                             |
| x1.8  | 28.64                      | 46.658                         | .501                             | .761                             |
| x1.9  | 28.77                      | 50.332                         | .231                             | .794                             |
| x1.10 | 28.99                      | 46.112                         | .469                             | .765                             |

UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU



## Reliability

### Case Processing Summary

|       |                       | N  | %     |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid                 | 81 | 100.0 |
|       | Excluded <sup>a</sup> | 0  | .0    |
|       | Total                 | 81 | 100.0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .849             | 10         |

### Item-Total Statistics

|       | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|-------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| x2.1  | 29.95                      | 55.198                         | .641                             | .826                             |
| x2.2  | 29.85                      | 57.053                         | .551                             | .835                             |
| x2.3  | 29.96                      | 58.936                         | .527                             | .837                             |
| x2.4  | 30.12                      | 57.710                         | .560                             | .834                             |
| x2.5  | 29.98                      | 57.199                         | .467                             | .844                             |
| x2.6  | 29.98                      | 57.449                         | .557                             | .834                             |
| x2.7  | 29.63                      | 57.436                         | .610                             | .830                             |
| x2.8  | 29.54                      | 56.401                         | .659                             | .826                             |
| x2.9  | 30.01                      | 59.562                         | .390                             | .850                             |
| x2.10 | 29.86                      | 56.619                         | .571                             | .833                             |

UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU



## Reliability

### Case Processing Summary

|       |                       | N  | %     |
|-------|-----------------------|----|-------|
| Cases | Valid                 | 81 | 100.0 |
|       | Excluded <sup>a</sup> | 0  | .0    |
|       | Total                 | 81 | 100.0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .837             | 10         |

### Item-Total Statistics

|     | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|-----|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| Y1  | 29.48                      | 61.028                         | .364                             | .839                             |
| Y2  | 29.48                      | 59.803                         | .462                             | .829                             |
| Y3  | 29.22                      | 57.875                         | .564                             | .819                             |
| Y4  | 29.35                      | 59.429                         | .502                             | .825                             |
| Y5  | 29.35                      | 57.779                         | .566                             | .819                             |
| Y6  | 29.58                      | 57.797                         | .554                             | .820                             |
| Y7  | 29.30                      | 58.286                         | .556                             | .820                             |
| Y8  | 29.42                      | 57.372                         | .596                             | .816                             |
| Y9  | 29.48                      | 57.103                         | .602                             | .815                             |
| Y10 | 29.23                      | 58.857                         | .537                             | .822                             |

# UNIVERSITAS ISLAM RIAU



## Regression

### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

| Model | Variables Entered                           | Variables Removed | Method |
|-------|---------------------------------------------|-------------------|--------|
| 1     | Word Of Mouth, Kualitas Produk <sup>b</sup> |                   | Enter  |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. All requested variables entered.

### Model Summary<sup>b</sup>

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .690 <sup>a</sup> | .476     | .463              | 6.174                      |

a. Predictors: (Constant), Word Of Mouth, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

### ANOVA<sup>a</sup>

| Model |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1     | Regression | 2705.530       | 2  | 1352.765    | 35.494 | .000 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 2972.791       | 78 | 38.113      |        |                   |
|       | Total      | 5678.321       | 80 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Word Of Mouth, Kualitas Produk

### Coefficients<sup>a</sup>

| Model |                 | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |  | t     | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|-------|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--|-------|------|-------------------------|-------|
|       |                 | B                           | Std. Error | Beta                      |  |       |      | Tolerance               | VIF   |
| 1     | (Constant)      | 6.809                       | 3.147      |                           |  | 2.164 | .034 |                         |       |
|       | Kualitas Produk | .445                        | .132       | .397                      |  | 3.378 | .001 | .485                    | 2.060 |
|       | Word Of Mouth   | .351                        | .119       | .347                      |  | 2.955 | .004 | .485                    | 2.060 |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

# ISLAM RIAU



### Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>

| Model | Dimension | Eigenvalue | Condition Index | Variance Proportions |                 |               |
|-------|-----------|------------|-----------------|----------------------|-----------------|---------------|
|       |           |            |                 | (Constant)           | Kualitas Produk | Word Of Mouth |
| 1     | 1         | 2.952      | 1.000           | .01                  | .00             | .00           |
|       | 2         | .032       | 9.543           | .97                  | .08             | .21           |
|       | 3         | .015       | 13.806          | .03                  | .92             | .79           |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

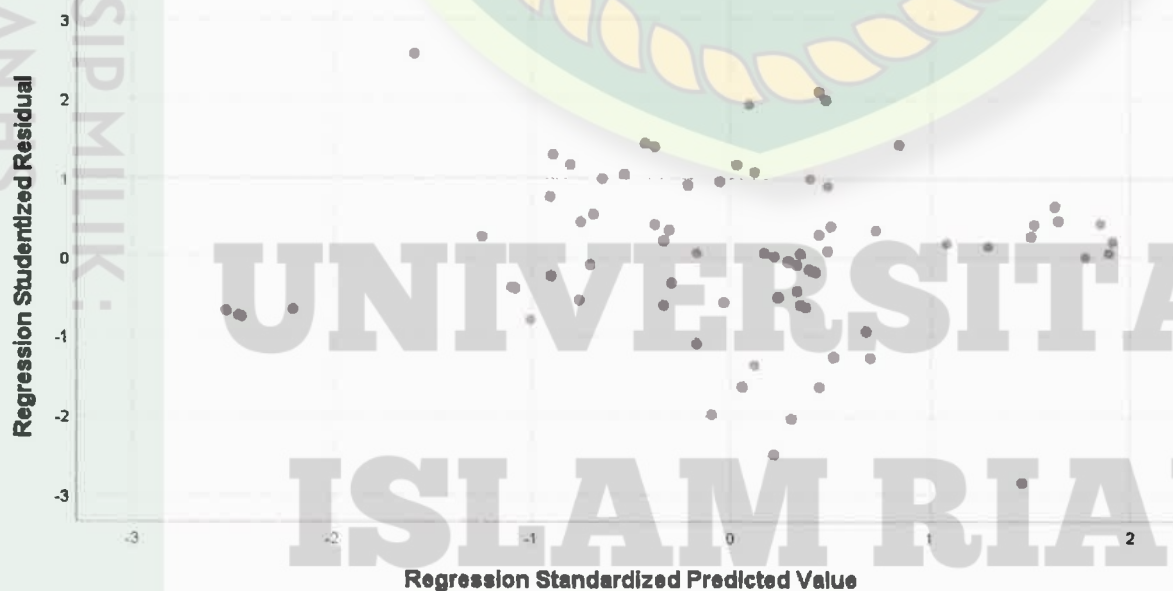
### Residuals Statistics<sup>a</sup>

|                                   | Minimum | Maximum | Mean  | Std. Deviation | N  |
|-----------------------------------|---------|---------|-------|----------------|----|
| Predicted Value                   | 17.95   | 43.77   | 32.65 | 5.815          | 81 |
| Std. Predicted Value              | -2.528  | 1.912   | .000  | 1.000          | 81 |
| Standard Error of Predicted Value | .691    | 2.472   | 1.117 | .406           | 81 |
| Adjusted Predicted Value          | 18.35   | 43.70   | 32.65 | 5.799          | 81 |
| Residual                          | -17.129 | 15.570  | .000  | 6.096          | 81 |
| Std. Residual                     | -2.775  | 2.522   | .000  | .987           | 81 |
| Stud. Residual                    | -2.839  | 2.580   | .000  | 1.010          | 81 |
| Deleted Residual                  | -17.937 | 16.300  | .002  | 6.377          | 81 |
| Stud. Deleted Residual            | -2.979  | 2.681   | -.001 | 1.027          | 81 |
| Mahal. Distance                   | .015    | 11.840  | 1.975 | 2.320          | 81 |
| Cook's Distance                   | .000    | .169    | .016  | .034           | 81 |
| Centered Leverage Value           | .000    | .148    | .025  | .029           | 81 |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

### Scatterplot

Dependent Variable: Keputusan Pembelian



UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU



## NPar Tests

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

|                                   |                | Unstandardized Residual |
|-----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N                                 |                | 81                      |
| Normal Parameters <sup>a, b</sup> | Mean           | .0000000                |
|                                   | Std. Deviation | 6.09589074              |
| Most Extreme Differences          | Absolute       | .075                    |
|                                   | Positive       | .075                    |
|                                   | Negative       | -.075                   |
| Test Statistic                    |                | .075                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)            |                | .200 <sup>c, d</sup>    |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

# UNIVERSITAS ISLAM RIAU



Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

DOKUMEN INI ADALAH TANGKIP MILIK.

| X1.1 | X1.2 | X1.3 | X1.4 | X1.5 | X1.6 | X1.7 | X1.8 | X1.9 | X1.10 |
|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|
| 2    | 5    | 4    | 4    | 2    | 5    | 4    | 3    | 5    | 1     |
| 2    | 1    | 4    | 5    | 5    | 5    | 3    | 5    | 3    | 5     |
| 3    | 4    | 5    | 1    | 5    | 5    | 4    | 2    | 1    | 1     |
| 4    | 4    | 5    | 4    | 5    | 4    | 4    | 4    | 5    | 4     |
| 5    | 5    | 4    | 3    | 3    | 2    | 3    | 3    | 4    | 3     |
| 5    | 4    | 4    | 4    | 4    | 4    | 5    | 4    | 4    | 5     |
| 4    | 5    | 4    | 4    | 5    | 4    | 4    | 5    | 5    | 4     |
| 4    | 5    | 4    | 5    | 4    | 4    | 5    | 4    | 4    | 4     |
| 2    | 3    | 2    | 2    | 3    | 2    | 2    | 3    | 2    | 3     |
| 4    | 3    | 5    | 5    | 3    | 5    | 3    | 3    | 1    | 1     |
| 5    | 4    | 4    | 5    | 4    | 5    | 4    | 5    | 4    | 1     |
| 3    | 2    | 4    | 5    | 2    | 3    | 4    | 1    | 3    | 3     |
| 2    | 5    | 5    | 3    | 4    | 3    | 1    | 4    | 5    | 2     |
| 1    | 2    | 1    | 2    | 2    | 1    | 2    | 1    | 2    | 1     |
| 5    | 5    | 5    | 3    | 2    | 4    | 5    | 1    | 1    | 5     |
| 3    | 1    | 2    | 3    | 3    | 2    | 3    | 3    | 2    | 3     |
| 4    | 4    | 3    | 4    | 3    | 4    | 4    | 4    | 3    | 3     |
| 3    | 3    | 3    | 3    | 3    | 3    | 3    | 3    | 4    | 4     |
| 1    | 5    | 3    | 2    | 3    | 1    | 5    | 2    | 5    | 1     |
| 4    | 3    | 5    | 1    | 2    | 5    | 5    | 1    | 3    | 3     |
| 2    | 3    | 3    | 4    | 4    | 1    | 1    | 4    | 2    | 2     |
| 1    | 2    | 2    | 2    | 1    | 2    | 1    | 2    | 2    | 1     |
| 1    | 3    | 1    | 1    | 4    | 5    | 3    | 3    | 3    | 3     |
| 2    | 2    | 2    | 2    | 2    | 2    | 2    | 2    | 2    | 2     |
| 1    | 3    | 4    | 2    | 5    | 4    | 3    | 5    | 2    | 1     |
| 3    | 4    | 3    | 4    | 5    | 4    | 1    | 4    | 1    | 1     |
| 4    | 3    | 4    | 3    | 3    | 4    | 3    | 3    | 4    | 3     |
| 2    | 2    | 2    | 2    | 2    | 2    | 2    | 2    | 5    | 5     |
| 2    | 2    | 2    | 2    | 2    | 5    | 2    | 5    | 5    | 5     |
| 2    | 1    | 2    | 1    | 1    | 2    | 1    | 2    | 1    | 1     |
| 4    | 1    | 2    | 4    | 5    | 1    | 2    | 3    | 5    | 3     |
| 4    | 3    | 4    | 2    | 4    | 3    | 4    | 3    | 1    | 4     |
| 5    | 5    | 3    | 2    | 2    | 5    | 1    | 2    | 3    | 3     |
| 5    | 4    | 1    | 3    | 5    | 4    | 5    | 3    | 2    | 1     |
| 4    | 5    | 4    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 4    | 5     |
| 1    | 1    | 2    | 4    | 5    | 2    | 3    | 3    | 2    | 3     |
| 1    | 4    | 2    | 1    | 5    | 4    | 3    | 4    | 2    | 2     |
| 2    | 2    | 2    | 5    | 3    | 2    | 3    | 3    | 2    | 2     |
| 2    | 1    | 1    | 2    | 1    | 2    | 1    | 1    | 2    | 1     |
| 3    | 3    | 4    | 5    | 2    | 5    | 1    | 2    | 5    | 4     |
| 3    | 3    | 3    | 3    | 3    | 3    | 3    | 3    | 4    | 2     |
| 1    | 1    | 2    | 2    | 4    | 4    | 1    | 1    | 2    | 3     |

UNIVERSITAS ISLAM RIAU



Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

DOKUMEN INADALATARSIP MIK.

|   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 1 | 3 | 5 | 5 | 1 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 |
| 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 1 | 2 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 |
| 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 1 | 5 | 3 | 4 | 1 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 |
| 2 | 2 | 4 | 2 | 1 | 4 | 3 | 5 | 1 | 1 |
| 4 | 1 | 3 | 5 | 1 | 2 | 1 | 4 | 3 | 4 |
| 5 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 2 |
| 4 | 2 | 3 | 1 | 5 | 4 | 3 | 4 | 1 | 3 |
| 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 |
| 5 | 3 | 5 | 3 | 2 | 4 | 1 | 4 | 2 | 4 |
| 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 |
| 2 | 5 | 1 | 4 | 2 | 5 | 5 | 3 | 2 | 2 |
| 2 | 4 | 4 | 5 | 3 | 1 | 1 | 2 | 4 | 3 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 2 | 2 | 4 | 1 | 1 | 4 | 4 | 5 | 5 | 1 |
| 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 3 | 2 | 5 |
| 5 | 1 | 4 | 3 | 1 | 1 | 1 | 3 | 5 | 1 |
| 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 5 | 3 | 2 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 |
| 1 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 1 | 3 | 1 |
| 1 | 2 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 1 |
| 5 | 1 | 4 | 1 | 2 | 5 | 3 | 3 | 3 | 5 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 1 | 5 | 3 | 3 | 3 |
| 1 | 3 | 5 | 4 | 3 | 2 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 3 | 2 | 3 | 1 | 2 | 3 | 2 | 1 | 3 | 3 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 |

ISLAM RIAU



Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

DOKUMEN INI ADALAH TANGKIP MILIK.

| X2.1 | X2.2 | X2.3 | X2.4 | X2.5 | X2.6 | X2.7 | X2.8 | X2.9 | X2.10 |
|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|
| 5    | 3    | 2    | 4    | 1    | 1    | 3    | 5    | 5    | 3     |
| 4    | 4    | 4    | 2    | 5    | 4    | 5    | 5    | 3    | 1     |
| 3    | 2    | 3    | 5    | 2    | 2    | 4    | 4    | 1    | 2     |
| 3    | 3    | 5    | 2    | 2    | 4    | 5    | 3    | 5    | 5     |
| 5    | 5    | 1    | 2    | 4    | 3    | 3    | 3    | 4    | 5     |
| 4    | 5    | 4    | 5    | 4    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5     |
| 5    | 4    | 5    | 4    | 5    | 4    | 4    | 5    | 4    | 5     |
| 5    | 5    | 4    | 4    | 5    | 4    | 4    | 4    | 5    | 4     |
| 2    | 3    | 3    | 2    | 3    | 2    | 2    | 3    | 2    | 3     |
| 4    | 5    | 4    | 5    | 1    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5     |
| 4    | 5    | 4    | 5    | 4    | 5    | 4    | 5    | 2    | 5     |
| 3    | 3    | 3    | 3    | 3    | 3    | 3    | 3    | 3    | 3     |
| 3    | 1    | 1    | 4    | 3    | 2    | 4    | 4    | 5    | 4     |
| 1    | 2    | 1    | 1    | 2    | 1    | 2    | 1    | 2    | 1     |
| 5    | 5    | 3    | 3    | 5    | 5    | 5    | 5    | 1    | 3     |
| 3    | 2    | 3    | 3    | 2    | 3    | 3    | 2    | 3    | 3     |
| 4    | 3    | 3    | 4    | 4    | 3    | 4    | 3    | 3    | 4     |
| 5    | 4    | 5    | 4    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 5     |
| 4    | 5    | 3    | 2    | 1    | 1    | 5    | 5    | 5    | 2     |
| 5    | 5    | 3    | 3    | 3    | 3    | 3    | 3    | 3    | 3     |
| 2    | 4    | 2    | 5    | 2    | 2    | 3    | 2    | 5    | 2     |
| 1    | 2    | 2    | 2    | 1    | 2    | 2    | 2    | 1    | 2     |
| 2    | 2    | 3    | 3    | 3    | 3    | 3    | 3    | 3    | 3     |
| 2    | 4    | 2    | 2    | 2    | 2    | 2    | 2    | 2    | 2     |
| 3    | 4    | 3    | 4    | 3    | 4    | 1    | 3    | 2    | 3     |
| 1    | 3    | 2    | 2    | 1    | 3    | 1    | 4    | 1    | 5     |
| 3    | 4    | 3    | 4    | 4    | 3    | 4    | 4    | 3    | 4     |
| 4    | 4    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5    | 5     |
| 1    | 1    | 5    | 4    | 4    | 5    | 3    | 3    | 5    | 4     |
| 2    | 1    | 2    | 1    | 1    | 2    | 1    | 1    | 2    | 1     |
| 3    | 2    | 4    | 1    | 5    | 3    | 5    | 3    | 3    | 5     |
| 3    | 3    | 3    | 4    | 3    | 5    | 4    | 4    | 5    | 3     |
| 2    | 2    | 3    | 3    | 3    | 3    | 3    | 3    | 3    | 3     |
| 5    | 5    | 3    | 4    | 2    | 2    | 5    | 5    | 2    | 5     |
| 4    | 5    | 4    | 5    | 5    | 4    | 5    | 5    | 4    | 5     |
| 1    | 1    | 4    | 1    | 1    | 2    | 3    | 3    | 2    | 2     |
| 5    | 4    | 5    | 4    | 5    | 5    | 4    | 5    | 4    | 5     |
| 1    | 5    | 2    | 2    | 2    | 5    | 2    | 5    | 2    | 4     |
| 2    | 1    | 2    | 1    | 1    | 2    | 1    | 1    | 2    | 1     |
| 4    | 4    | 5    | 3    | 3    | 3    | 5    | 5    | 5    | 2     |
| 3    | 3    | 3    | 5    | 4    | 1    | 4    | 4    | 4    | 4     |
| 2    | 2    | 2    | 4    | 1    | 4    | 5    | 5    | 2    | 5     |

UNIVERSITAS ISLAM RIAU



Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

DOKUMEN INI ADALAH TANGSIPI MILIK.

|   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 4 | 4 | 3 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 1 |
| 3 | 3 | 5 | 1 | 3 | 3 | 4 | 4 | 1 | 2 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 |
| 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 3 | 1 | 1 | 4 | 4 | 5 | 2 |
| 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 |
| 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | 4 | 2 | 2 | 1 | 4 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 1 | 1 | 5 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 1 |
| 2 | 2 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 5 | 2 | 4 |
| 5 | 5 | 2 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 1 | 4 |
| 4 | 4 | 2 | 3 | 1 | 3 | 5 | 5 | 3 | 1 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 5 | 5 | 5 | 4 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 1 | 3 |
| 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 |
| 1 | 1 | 1 | 3 | 1 | 1 | 4 | 1 | 2 | 2 |
| 4 | 4 | 5 | 1 | 3 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 |
| 1 | 1 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 2 | 2 | 2 | 3 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 |
| 2 | 2 | 3 | 2 | 5 | 4 | 5 | 5 | 2 | 4 |
| 3 | 3 | 3 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 2 | 2 | 2 | 2 | 5 | 4 | 4 | 2 | 5 | 1 |
| 1 | 2 | 3 | 1 | 5 | 1 | 1 | 5 | 1 | 4 |
| 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 1 |
| 5 | 5 | 2 | 3 | 5 | 1 | 5 | 3 | 3 | 3 |
| 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 1 | 3 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 |
| 5 | 5 | 5 | 2 | 4 | 1 | 3 | 5 | 1 | 4 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 |
| 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 |

UNIVERSITAS  
ISLAM RIAU



Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

DOKUMEN INI ADALAH TANGKIP MILIK

| Y1 | Y2 | Y3 | Y4 | Y5 | Y6 | Y7 | Y8 | Y9 | Y10 |
|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|
| 5  | 2  | 5  | 3  | 3  | 5  | 4  | 2  | 1  | 4   |
| 2  | 2  | 4  | 2  | 4  | 3  | 3  | 4  | 1  | 4   |
| 5  | 2  | 5  | 3  | 1  | 4  | 5  | 3  | 3  | 2   |
| 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4   |
| 1  | 3  | 4  | 2  | 4  | 1  | 3  | 4  | 4  | 5   |
| 5  | 4  | 5  | 4  | 5  | 5  | 4  | 5  | 5  | 4   |
| 5  | 4  | 4  | 4  | 5  | 5  | 4  | 5  | 5  | 4   |
| 4  | 5  | 4  | 4  | 4  | 5  | 4  | 4  | 4  | 5   |
| 2  | 3  | 2  | 3  | 2  | 2  | 3  | 2  | 2  | 3   |
| 3  | 1  | 2  | 5  | 5  | 3  | 3  | 2  | 2  | 5   |
| 4  | 5  | 5  | 4  | 4  | 5  | 4  | 3  | 3  | 4   |
| 5  | 5  | 1  | 2  | 5  | 2  | 5  | 1  | 1  | 5   |
| 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4   |
| 1  | 1  | 2  | 1  | 2  | 1  | 1  | 2  | 1  | 2   |
| 2  | 4  | 5  | 5  | 2  | 5  | 4  | 5  | 3  | 4   |
| 3  | 3  | 2  | 2  | 3  | 2  | 3  | 3  | 2  | 3   |
| 4  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 4  | 3  | 4  | 3   |
| 1  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5   |
| 5  | 4  | 2  | 5  | 3  | 4  | 3  | 2  | 2  | 3   |
| 1  | 2  | 2  | 1  | 4  | 3  | 2  | 2  | 2  | 4   |
| 2  | 2  | 3  | 2  | 3  | 3  | 2  | 4  | 3  | 4   |
| 2  | 1  | 2  | 2  | 1  | 2  | 1  | 2  | 2  | 1   |
| 1  | 4  | 5  | 5  | 1  | 5  | 2  | 4  | 4  | 1   |
| 3  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4  | 4   |
| 3  | 1  | 3  | 4  | 1  | 4  | 3  | 3  | 4  | 1   |
| 2  | 3  | 5  | 1  | 3  | 3  | 1  | 2  | 2  | 3   |
| 3  | 4  | 3  | 3  | 4  | 3  | 3  | 4  | 3  | 4   |
| 2  | 5  | 1  | 4  | 2  | 4  | 4  | 1  | 1  | 2   |
| 5  | 2  | 4  | 5  | 4  | 4  | 5  | 2  | 4  | 5   |
| 1  | 2  | 1  | 2  | 1  | 1  | 2  | 1  | 1  | 2   |
| 2  | 1  | 2  | 3  | 1  | 1  | 5  | 2  | 2  | 1   |
| 3  | 1  | 5  | 3  | 5  | 3  | 4  | 1  | 1  | 5   |
| 1  | 5  | 5  | 2  | 5  | 5  | 5  | 3  | 3  | 5   |
| 2  | 1  | 3  | 2  | 3  | 3  | 4  | 5  | 5  | 3   |
| 5  | 4  | 5  | 5  | 4  | 5  | 5  | 4  | 5  | 4   |
| 1  | 3  | 2  | 5  | 2  | 3  | 1  | 4  | 4  | 2   |
| 2  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5  | 5   |
| 1  | 4  | 4  | 5  | 5  | 1  | 2  | 4  | 4  | 5   |
| 1  | 2  | 1  | 2  | 1  | 1  | 2  | 1  | 1  | 2   |
| 2  | 2  | 2  | 5  | 2  | 2  | 1  | 5  | 5  | 2   |
| 2  | 4  | 5  | 4  | 5  | 1  | 1  | 1  | 1  | 5   |
| 4  | 5  | 3  | 3  | 1  | 2  | 5  | 4  | 4  | 1   |

UNIVERSITAS ISLAM RIAU



Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

PERPUSTAKAAN SOEMAN HS

DOKUMEN INI ADALAH TANGSIPI MILIK.

|   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3 | 5 | 5 | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 |
| 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 |
| 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 4 |
| 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 5 | 3 | 5 | 3 | 3 | 1 | 5 | 4 | 4 | 3 |
| 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 1 | 1 | 3 | 3 | 4 |
| 2 | 3 | 5 | 2 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 3 | 2 | 1 | 4 | 1 | 2 | 2 | 4 | 4 | 1 |
| 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 4 | 3 | 4 | 2 | 4 | 3 | 3 | 2 | 2 | 4 |
| 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 3 |
| 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 |
| 5 | 5 | 5 | 1 | 2 | 4 | 3 | 4 | 4 | 2 |
| 4 | 2 | 4 | 1 | 2 | 5 | 4 | 4 | 4 | 2 |
| 5 | 4 | 5 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 |
| 2 | 2 | 3 | 1 | 4 | 2 | 5 | 1 | 1 | 4 |
| 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 |
| 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 5 | 1 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 | 5 |
| 2 | 4 | 5 | 4 | 5 | 2 | 3 | 4 | 4 | 5 |
| 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 1 | 4 | 3 | 3 | 4 |
| 5 | 1 | 1 | 3 | 3 | 3 | 1 | 1 | 1 | 3 |
| 1 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 | 2 | 1 |
| 3 | 5 | 1 | 2 | 1 | 1 | 3 | 4 | 4 | 1 |
| 4 | 4 | 1 | 2 | 4 | 2 | 1 | 3 | 3 | 4 |
| 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 |
| 5 | 2 | 5 | 2 | 4 | 2 | 5 | 1 | 1 | 4 |
| 2 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 2 | 4 | 3 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 |
| 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 |
| 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 |

ISLAM RIAU