# BAB IV

**HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

## Gambaran Umum Objek

Toko roti Widoro adalah toko roti yang berdiri sejak tahun 1922. Resep dari roti widoro sendiri di buat oleh Mbah Wongsodinomo yang pernah menjadi koki di Keraton Solo. Mbah Wongsodinomo lahir pada tahun 1884 di desa Keblukan, Wonogiri. Beliau merupakan salah satu juru masak Keraton Kasunan Surakarta. Pada tahun 1918 beliau membeli sebidang tanah didaerah Widoro, dan pada tahun 1922 Mbah Wongsodinomo mulai membuat roti kecil – kecilan bermodalkan pengalaman membuat kue – kue sewaktu menjadi koki di Keraton Surakarta. Roti Widoro merupakan toko roti pertama yang ada di Sukoharjo. Pada saat itu memang sudah ada beberapa toko roti di daerah Pecinan Surakarta, namun sayangnya toko – toko roti ini hanya berada dalam kota saja.

Semenjak berdirinya sampai sekarang toko roti Widoro masih tetap eksis dikarenakan kualitasnya, dan bahkan kini dikemas khusus untuk sovenir resepsi pernikahan. Roti Widoro memiliki keunikan yaitu dari proses pembuatan rotinya. Dalam proses pembuatanya masih mengguankan proses secara tradisional, sehingga kualitas rasa yang dihasilkan dari tahun ke tahun tetap terjaga. Namun karena minimnya bantuan mesin moderen produksi roti yang dihasilkan masih sangat terbatas. Selain pada sistem produksinya toko roti Widoro juga memiliki keunikan lainnya dari penggunaan beberapa bahan dasar

yang mereka gunakan untuk membuat roti. Dalam pembuatan adonan roti, toko roti Widoro tidak menggunakan bahan pengawet dan pengembang. Namun meski tidak menggunakan bahan pengawet roti Widoro dapat bertahan hinggaa satu bulan. Keunikan lainnya adalah dalam penggunaan gula pasir dengan takaran yang cukup banyak sebagai pemanis dan berfungsi sekaligus sebagai pengawet alami adonan. Selain penggunaan gula pasir yang cukup banyak sebagai pengawet alami. Toko roti Widoro juga menggunakan campuran telur bebek dalam jumlah yang relatif banyak sebagai bahan untuk menyatukan dan mengembangkan adonan. Sementara itu untuk penambah aroma dan penetralisir bau amis yang ditimbulkan dari penggunaan telur bebek yang cukup banyak toko roti Widoro menggunakan parutan kulit jeruk purut. Ketiga bahan ini adalah kunci dari pembuatan roti Widoro.

## Deskripsi Responden

Data responden memiliki peran penting dalam penelitian karena data tersebut dapat menunjukan karekteristik tertetu responden dan menjelaskan mengapa hasil penelitian bisa demikian. Dalam penelitian ini, responden berasal dari konsumen toko roti Widoro yang berada di sekitar Sukoharjo. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang. Deskripsi identitas responden akan memberikan deskipsi mengenai keadaan diri responden yaitu para konsumen dari toko roti Widoro di Sukoharjo. Data reponde dalam penelitian ini terdiri dari usia, jenis kelamin, perkerjaan pendapatan berdasarkan hasil penyebaran kuisioner, berikut adalah rincian identitas responden :

## Jumlah Responden

**Tabel IV. 1 Jumlah Responden**

|  |  |
| --- | --- |
| Keterangan | Jumlah |
| Kuisioner yang disebar | 100 |
| Kuisioner yang kembali | 100 |
| Total Presentase | 100% |

Sumber : Lampiran VI. 1

Pada tabel di atas menunjukan bahwa dari 100 kuisioner yang disebar ke seluru responden, dan kembali sebanyak 100 atau (100%) . sehingga kuisioner yang diolah sebesar 100%.

## Usia Responden

Data usia responden diajukan untuk mengetahui rentang usia responden yang merupakan konsumen dari toko roti Widoro di Sukoharjo. Berikut adalah tabel usia responden :

## Tabel IV. 2 Klasifikasi Reaponden Menurut Usia

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Usia (Tahun) | Jumlah Responden | Presentase |
| 18 – 25 | 15 | 15% |
| 25 – 35 | 38 | 38% |
| >35 | 47 | 47% |
| TOTAL | 100 | 100% |

Sumber : Lampiran VI

Berdasrakan tabel IV. 3 diatas menunjukan bahwa dalam penelitian ini sebagian besar responden berusia > 35 tahun dengan jumlah 47 orang dan presentase sebesar 47%, dengan sebagian kecil responden lainnya berusia 18 – 25 tahun berjumlah 15 orang atau 15% dan sebagian lainnya berusia 25 – 35 tahun yang berjumlah 38 orang atau 38 % responden.

## Pekerjaan Responden

Data pekerjaan responden diajukan untuk mengetahui jenis pekerjaan yang dimiliki oleh responden yang merupakan konsumen toko roti Widoro di Sukoharjo. Berikut adalah tabel data pekerjaan responden :

## Tabel IV. 3 Klasifikasi Responden Menurut Pekerjaan

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Pekerjaan | Jumlah Responden | Persentase |
| Karyawan Swasta | 42 | 42% |
| Wiraswasta | 34 | 34% |
| Mahasiswa | 7 | 7% |
| PNS | 6 | 6% |
| Lainnya | 11 | 11% |
| TOTAL | 100 | 100% |

Sumber : Lampiran VI

Berdasarkan dari tabel IV.3 menunjukkan bahwa dalam penelitian ini tingkat pekerjaan yang tertinggi adalah karyawan swasta dengan jumlah responden sebesar 42 orang atau 42%, sedangkan yang paling rendah adalah jenis pekerjaan PNS dengan jumlah responden sebesar 6 orang atau 6%, dan yang lainnya seperti mahasiswa, wiraswasta dan jenis perkerjaan lainnya dengan masing – masing jumlah respoden sebesar 34 orang atau 34% untuk wiraswasta, 7 orang atau 7% untuk mahasiswa dan 11 orang atau 11% untuk pekerjaan lainnya.

## Pendapatan

Data pendapatan responden diajukan untuk melihat seberapa besar pendapatan responden yang merupakan konsumen dari toko roti Widoro di Sukoharjo. Berikut adalah tabel klasifikasi pendapatan responden :

## Tabel IV. 4 Klasifikasi Responden Menurut Pendapatan

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Pendapatan | Jumlah Responden | Presentase |
| < 1.000.000 | 21 | 21% |
| 1.000.000 – 2.000.000 | 52 | 52% |
| 2.000.000 – 3.000.000 | 19 | 19% |
| < 3.000.000 | 8 | 8% |
| TOTAL | 100 | 100% |

 Sumber : Lampiran VI

Berdasrkan pada tabel IV. 4 menunjukan bahwa konsumen toko roti Widoro berpandapatan memilik junlah pendapatan paling tinggi pada kisaran 2.000.000 – 3.000.000 dengan jumlah responden 52 orang atau 52% dan jumlah pendapatan terkecil yaitu pada kisaran < 3.000.000 dengan junlah responden sebesar 8 orang atau 8%, dan pendapatan yang lainnya seperti pada kisaran < 1.000.000 dan 1.000.000 – 2.000.000, memiliki masing – masing jumlah responden sebesar 21 orang atau 21% untuk pendapatan dengan kirsaran < 1.000.000 dan 19 orang atau sebesar 19% untuk pandapatan dengan kisaran 2.000.000 – 3.000.000.

## Teknik Analisis Data

* 1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan menggunakan uji normalitas, multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas

* + 1. Uji Normalitas

Uji ini dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Hasil uji normalitas menggunkan analisis grafik yaitu grafik normal plot, jika variabel residual memiliki distribusi normal maka grafik akan menunjukan titik – titik yang menyebar disekitar garis dignol dan penyebaran sejajar lurus dengan garis dignol. Hasil pengujian dari penelitian ini dapat dilihat dari gambar berikut:

## Grafik IV.1 Grafik Normalitas P-P Plot



Sumber : Lampiran VIII. Hasil *Output* SPSS 22

Hasil dari uji normaitas grafik normal plot dalam penelitian ini menunjukan bahwa grafik memiliki distribusi normal dilihat dari titik – titik yang menyebar di sekitar garis dignol dan penyebaran sejajar lurus dengan garis dignol. Selain menggunakan grafik nornmal plot penguji normalitas juga dapat dilakukan dengan menggunakan grafik histogram, jika grafik histogram dinyatakan memiliki residual normal maka grafik akan membentuk lengkugan seperti pada gambar berikut :

## Grafik IV. 2 Grafik Histogram



Sumber : Lampiran VIII. Hasil *Output* SPSS 22

Selanjutanya untuk pengujian normalitas lainnya dapat dilakukan dengan menggunakan pengujian *Kolmogorov Smirnov*. Dalam pengujian menggunakan *Kolmogorov Smirnov* variabel residual memiliki diastribusi normal jika angka signifikasi > 0,05, dan sebaliknya jika angka signifikasi < 0,05 maka menunjukan distribusi yang tidak normal. Hasil pengujian dari *Kolmogorov Smirnov* dapat dilihat dalam tabel berikut :

**Tabel IV. 5 Tabel *Kolmogorov Smvirnov***

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

|  |  |
| --- | --- |
|  | Unstandardized Residual |
| N |  | 100 |
| Normal Parametersa,b | Mean | ,0000000 |
|  | Std. Deviation | 1,38366877 |
| Most Extreme Differences | Absolute | ,085 |
|  | Positive | ,050 |
|  | Negative | -,085 |
| Test Statistic | ,085 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | ,069c |

Sumber : Lampiran VIII. Hasil *Output* SPSS 22

Dari hasil uji *Kolmogorov Smirnov* menunjukan bahwa nilai sig. 0,069 yang nemunjukan bahwa nilai sig. lebih besar dari 0,05 (0,069 > 0,005), hal ini menunjukan bahwa variabel *Unstandardized* menunjukan distribusi normal.

* + 1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (Imam, 2013)**.** Untuk mendeteksi ada tidaknya multikoliniearitas dalam model regresi diilakukan dengan melihat nilai toleran dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF), jika nilai *tolerance* > 10 persen dan nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolineritas antar variabel bebas dalam model regresi dan sebaliknya jika nilai *tolerance* < 10 persen dan nilai VIF > 10, maka dapat disimpulkan bahwa ada multikolinaeritas antar variabel bebas dalam model regresi.

**Tabel IV. 6 Uji Multikolinieritas**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Variabel | Tolerance | Kriteria | VIF | Kriteria | Keterangan |
| Inovasi Produk | 0, 936 | > 0, 10 | 1, 068 | < 10 | tidak terjadi multikolinearitas |
| Citra Merek | 0, 948 | > 0, 10 | 1, 055 | < 10 | tidak terjadi multikolinearitas |
| Kualitas Produk | 0, 924 | > 0,10 | 1, 082 | < 10 | tidak terjadi multikolinearitas |

Sumber : Lampiran VIII. *Output* SPSS 22

Berdasarkan tabel IV. 4 diatas menunjukan bahwa nilai VIF kurang dari 10 dan Tolerance lebih dari 0,010 maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel pada model regresi ini tidak ada multikolinearitas, sehingga tidak ada hubunga antar variabel bebas.

* + 1. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini digunakan untuk menguji model regresi apakah ada ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain. Heteroskedastisitas muncul karena adanya residual dari model yang diamati tidak memiliki varians yang konstan dari observasi satu ke observasi lainnya. Dasar pengambilan keputusan dengan uji spearman’s Rho adalah jika nilai signifikansi ≥ 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas**.**

## Tabel IV. 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas

**Correlations**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | INOVASI PRODUK | CITRA MEREK | KUALITAS PRODUK | Unstandardized Residual |
| Spearman's rho | INOVASI PRODUK | Correlation Coefficient | 1,000 | ,206\* | ,144 | -,048 |
|  | Sig. (2-tailed) | . | ,040 | ,154 | ,634 |
|  | N | 100 | 100 | 100 | 100 |
| CITRA MEREK | Correlation Coefficient | ,206\* | 1,000 | ,280\*\* | ,040 |
|  | Sig. (2-tailed) | ,040 | . | ,005 | ,690 |
|  | N | 100 | 100 | 100 | 100 |
| KUALITAS PRODUK | Correlation Coefficient | ,144 | ,280\*\* | 1,000 | -,093 |
|  | Sig. (2-tailed) | ,154 | ,005 | . | ,355 |
|  | N | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Unstandardized Residual | Correlation Coefficient | -,048 | ,040 | -,093 | 1,000 |
|  | Sig. (2-tailed) | ,634 | ,690 | ,355 | . |
|  | N | 100 | 100 | 100 | 100 |

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

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

Sumber : Lampiran VIII. Hasil *Output* SPSS 22

Dari hasil uji spearman’s rho diatas maka :

* + - 1. Nilai Sig (2-tailed) X1 adalah 0,634. Hal ini berarti bahwa nilai *unstandardized residual* dari inovasi produk lebih besar dari 0,05 (0,634 > 0,05)
			2. Nilai Sig (2-tailed) X2 adalah 0,690. Hal ini berarti bahwa nilai *unstandardized residual* dari citra merek lebih besar dari 0,05 (0,690 > 0,05)
			3. Nilai Sig (2-tailed) X3 adalah 0,355. Hal ini berarti bahwa nilai *unstandardized residual* dari kualitas produk lebih besar dari 0,05 (0,355 > 0,05)

Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel inovasi produk, citra merek dan kualitas produk tidak terjadi gejala heteroskedastisitas karena nilai signifikansi yang di dapat lebih besar dari 0,05.

* 1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda di gunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu inovasi produk (X1), citra merek (X2), dan kualitas produk (X3) terhadap variabel dependen yaitu minat beli konsumen (Y) pada produk UMKM toko roti Widoro di Sukoharjo. Model regresi yang baik harus sesuai dengan kriteria uji asumsi klasik yaitu data harus berdistribusi normal, tidak multikolinieritas dan terbebas dari heteroskedastisitas. Dan berdasarkan perhitungan menggunakan SPSS 22 diperoleh hasil sebagai berikut :

## Tabel IV. 8 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

**Coefficientsa**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | 1,415 | 2,427 |  | ,583 | ,561 |
|  | INOVASI PRODUK | ,281 | ,074 | ,302 | 3,818 | ,000 |
|  | CITRA MEREK | ,177 | ,086 | ,163 | 2,066 | ,042 |
|  | KUALITASPRODUK | ,516 | ,085 | ,473 | 6,050 | ,000 |

* + 1. Dependent Variable: MINAT BELI

Sumber : Lampiran VIII. Hasil *Output* SPSS 22

Berdasarkan lampiran tabel diatas dapat diketahui bahwa inovasi produk, citra merek, kualitas produk terhadap minat beli konsumen toko roti Widoro adalah sebagai berikut :

Y = 1,415 + 0,281X1 + 0,177X2 + 0,516X3 + e

Keterangan :

Y : Variabel Minat Beli Konsumen

X1 : Variabel Inovasi Produk

X2 : Variabel Citra Merk

X3 : Variabel Kualitas Produk

a : konstanta

b1, b2, b3 : koefisien korelasi

e : *error term* kesalahan pengganggu

Berdasarkan hasil dari persamaan regresi berganda diatas, maka dapat diinterprestasikan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta (α) memiliki nilai positif sebesar 1415. Tanda positif artinya menunjukan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen. Hal ini menunjukan bahwa semua variabel independen yaitu inovasi produk (X1), citra merek (X2), dan kualitas produk (X3) bernilai 0 persen atau tidak mengalami perubahan, maka nilai minat beli konsumen adalah sebesar 1415 dan cenderung kuat.
2. Nilai koefisien regresi untuk variabel inovasi produk (X1) memiliki nilai positif sebesar 0,281. Tanda positif artinya menunjukkan nilai yang searah antara variabel independen dan variabel dependen. Hal ini menunjukkan bahwa jika inovasi produk (X1) mengalami kenaikan sebesar 1%, maka minat beli akan naik sebesar 0,281 dengan asumsi variabel independen dianggap kosntan.
3. Nilai koefisien regresi untuk variabel citra merek (X2) memiliki nilai positif sebesar 0,177. Tanda positif artinya menunjukkan nilai yang searah antara variabel independen dan variabel dependen. Hal ini menunjukkan bahwa jika citra merek (X2) mengalami kenaikan sebesar 1%, maka minat beli akan naik sebesar 0,177 dengan asumsi variabel independen dianggap kosntan.
4. Nilai koefisien regresi untuk variabel kualitas produk (X3) memiliki nilai positif sebesar 0,516. Tanda positif artinya menunjukkan nilai yang searah antara variabel independen dan variabel dependen. Hal ini menunjukkan bahwa jika kualitas produk (X3) mengalami kenaikan sebesar 1%, maka minat beli akan naik sebesar 0,516 dengan asumsi variabel independen dianggap kosntan.
	1. Koefisien Determinan (R2)

Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk menunjukkan sampai seberapa besar variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel- variabel independen yang ada dalam model. Nilai R² mempunyai range antara 0-1, jika nilai range semakin mendekati angka 1 maka variabel independen mampu memberikan semua prediksi variabel dependen. Nilai koefisien determinan ditentukan dengan cara melihat R square pada hasil perhitungan SPSS sebagai berikut :

## Tabel IV . 9 Hasil Uji Koefisien Determinan

**Model Summary**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | ,666a | ,444 | ,426 | 1,405 |

* + 1. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, INOVASI PRODUK

Sumber : Lampiran VIII Hasil *Output* SPSS 22

Berdasarkan dari tabel IV. 6 diatas menunjukkan nilai R Square sebesar 0,444 atau 44, 4% hal ini menunjukan bahwa terdapat pengaruh yang simultan antara variabel inovasi produk (X1), Citra merek (X2), Kualitas produk (X3) terhadap variabel Minat beli Konumen (Y) sebesar 44,4 % dan sisanya 55,6% di pengaruhi oleh variabel lain.

## Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang digunakan untuk teknik analisis regresi linear berganda adalah:

* 1. Uji Ketepatan Model (Uji F)

Uji F bertujuan untuk melihat pengaruh seluruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat (Francois, 2020). Uji ketepatan model (uji F) digunakan untuk memprediksi pengaruh variabel independen inovasi produk (X1), citra merk (X2), kualitas produk (X3) secara bersama- sama (simultan) terhadap variabel dependen minat beli konsumen (Y). Berikut adalah analisis hasil uji F menggunakan SPSS 22 :

## Tabel IV. 10 Hasil Uji F

|  |
| --- |
| **ANOVAa** |
| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 151,211 | 3 | 50,404 | 25,529 | ,000b |
|  | Residual | 189,539 | 96 | 1,974 |
|  | Total | 340,750 | 99 |  |

|  |
| --- |
| a. Dependent Variable: MINAT BELI |
| b. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK, INOVASI PRODUK |

Sumber : Lampiran VIII. Hasil *Output* SPSS 22

Langkah – langkah dalam pengujian F adalah sebagai berikut :

* + 1. Menentukan Ho dan Ha

Ho : β1 = β2 = β3 = 0, berarti tidak ada pengaruh secara simultan dan signifikasi antara variabel independen dan variabel dependen. Dimna variabel independen adalah inovasi produk, citra merek, kualitas produk terhadap variabel dependen yaitu minat beli konsumen.

Ha : β1 ≠ β2 ≠ β3 > 0, berarti terdapat pengaruh secara simultan dan signifikan antara variabel independen dan variabel dependen. Dimana variabel indepeneden adalah inovasi produk, citra merek, kualitas produk terhadap variabel dependen yaitu minat beli kosumen.

* + 1. Menentukan *level of signofikasi* (α = 0,05)

F tabel = F (k ; n – k )

= F (3 ; 100 – 3)

= F (3 ; 97) = 2,70

* + 1. Kriteria pengujian

**Daerah ditolak**

**Daerah diterima**

F tabel : 2,70 Fhitung : 25,529

 Gambar IV. 1 Kurva Hasil Uji F

Ho diterima apabila Fhitung < Ftabel Ho ditolak apabila Fhitung > Ftabel

* + 1. Perhitungan nilai Fhitung

Berdasarkan output data SPSS 22 maka ditemukan nilai Fhitung sebesar 25,529.

* + 1. Keputusan pengujian

Berdasarkan hasil pengujian melalui program SPSS 22 diperoleh nilai Fhitung sebesar 25,529 lebih besar dari Ftabel atau nilai signifikasi 0,000 < 0,05 sehingga Ho ditolak. Dengan demikian dapat dikatakan variabel independen inovasi produk, citra merek, kualitas produk berpengaruh simultan terhadap variabel dependen yaitu minat beli konsumen toko roti Widoro di Sukoharjo.

* 1. Uji t (Uji Parsial)

Uji t atau Uji Parsial bertujuan untuk melihat pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat (Francois, 2020). Uji t digunakan untuk memprediksi pengaruh variabel independen Inovasi Produk (X1), Citra Merek (X2), Kualitas Produk(X3) secara parsial terhadap variabel dependen Minat Beli Konsumen (Y) dengan (α = 0,05) dan juga penerimaan atau penolakan hipotesa. Kriteria pengujian uji t :

Ho : diterima sig > α = 0,05 Ho : ditolak sig < α = 0,05

Berikut adalah hasil pengujian uji t dalam SPSS :

## Tabel IV. 11 Hasil Uji t

**Coefficientsa**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | 1,415 | 2,427 | ,302 | ,583 | ,561 |
| INOVASI PRODUK | ,281 | ,074 | 3,818 | ,000 |
| CITRA MEREK | ,177 | ,086 | ,163 | 2,066 | ,042 |
| KUALITAS PRODUK | ,516 | ,085 | ,473 | 6,050 | ,000 |

* + 1. Dependent Variable: MINAT BELI

 Sumber : Lampiran VIII. Hasil *Output* SPSS 22

1. Uji pengaruh inovasi produk (X1) terhadap minat beli konsumen (Y) dengan langkah – langkah sebagai berikut :
	1. Menentukan Ho dan Ha

Ho : β1 = 0, berarti tidak terjadi pengaruh antara inovasi produk (x1) terhadap minat beli konsuemen (Y) di toko roti widoro sukoharjo

Ha : β1 ≠ 0, berarti tidak terjadi pengaruh antara inovasi peroduk (X1) terhadap minat beli konsumen (Y) di toko roti Widoro di Sukoharjo

* 1. Menentukan *level of signifikan* (α = 0,05)

Nilai t tabel = t (α / 2) ; k (n – k – 1)

= t (0,05 / 2) ; k (100 – 3 – 1)

= 0,025 ; 94

= 1, 984

* 1. Kriteria penguji

daerah ditolak

Daerah ditolak diterimaditolak

daerah

diterima

- 1,984 0 1,984 3, 818

Gambar IV. 2 Kurva Uji t Variabel Inovasi Produk

Ho ditolak apabila -1,984 > thitung atau 1,984 < thitung

Ho diterima apabila -1,984 ≤ thitung ≤ 1,984

Ha : β ≠ 0, berarti tidak terdapat pengaruh antara inovasi produk (X1) terhadap minat beli konsumen (Y) toko roti Widoro di Sukoharjo

* 1. Perhitungan thitung

Berdasarkan output data yang telah diolah menggunakan program SPSS 22.00 menghasilkan thitung dari variabel inovasi produk sebesar 3,818.

* 1. Keputusan pengujian

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS 22.00 diperoleh thitung > ttabel (3,818 > 1,984) dan nilai signifikasi 0,000 < 0,05 yang berarti Ho ditolak, sehingga hal tersebut menunjukkan bahwa inovasi produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli kosumen toko roti Widoro di Sukoharjo.

1. Uji pengaruh citra merek (X2) terhadap minat beli konsumen (Y) di toko roti Widoro Sukoharjo.
	1. Menentukan Ho dan Ha

Ho : β1 = 0, berarti tidak terjadi pengaruh antara citra merek (X2) terhadap minat beli konsuemen (Y) toko roti Widoro di Sukoharjo.

Ha : β1 ≠ 0, berarti tidak terjadi pengaruh antara citra merek (X2) terhadap minat beli konsumen (Y) di toko roti Widoro di Sukoharjo.

* 1. Menentukan *level of signifikan* (α = 0,05)

Nilai t tabel = t (α / 2) ; k (n – k – 1)

= t (0,05 / 2) ; k (100 – 3 – 1)

= 0,025 ; 94

= 1, 984

* 1. Kriteria penguji

daerah ditolak

daerah ditolak

daerah

diterima

- 1,984 0 1,984 2,066

Gambar IV. 3 Kurva Uji t Variabel Citra Merek

Ho ditolak apabila -1,984 > thitung atau 1,984 < thitung

Ho diterima apabila -1,984 ≤ thitung ≤ 1,984

Ha : β ≠ 0, berarti tidak terdapat pengaruh antara citra merek (X2) terhadap minat beli konsumen (Y) di toko roti Widoro Sukoharjo

* 1. Perhitungan thitung

Berdasarkan output data yang telah diolah menggunakan program SPSS 22.00 menghasilkan thitung dari variabel citra merek sebesar 2,066.

* 1. Keputusan pengujian

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS 22.00 diperoleh thitung > ttabel (2,066 > 1,984) dan nilai signifikasi 0,000 < 0,05 yang berarti Ho ditolak, sehingga hal tersebut menunjukkan bahwa citra merek mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli kosumen toko roti Widoro di Sukoharjo.

1. Uji pengaruh kualitas produk (X3) terhadapa minat beli konsumen (Y) toko roti Widoro di Sukoharjo.
	1. Menentukan Ho dan Ha

Ho : β1 = 0, berarti tidak terjadi pengaruh antara kualitas produk (X3) terhadap minat beli konsuemen (Y) toko roti Widoro di Sukoharjo.

Ha : β1 ≠ 0, berarti tidak terjadi pengaruh antara kualitas produk (X3) terhadap minat beli konsumen (Y) toko roti Widoro di Sukoharjo

* 1. Menentukan *level of signifikan* (α = 0,05)

Nilai t tabel = t (α / 2) ; k (n – k – 1)

= t (0,05 / 2) ; k (100 – 3 – 1)

= 0,025 ; 94

= 1, 984

* 1. Kriteria penguji

daerah ditolak

daerah ditolak

daerah

diterima

- 1,984 0 1,984 6,050

Gambar IV. 4 Kurva Uji t Variabel Kualitas Produk

Ho ditolak apabila -1,984 > thitung atau 1,984 < thitung

Ho diterima apabila -1,984 ≤ thitung ≤ 1,984

Ha : β ≠ 0, berarti tidak terdapat pengaruh antara kualitas produk (X3) terhadap minat beli konsumen (Y) toko roti Widoro di Sukoharjo

* 1. Perhitungan thitung

Berdasarkan output data yang telah diolah menggunakan program SPSS 22.00 menghasilkan thitung dari variabel kualitas produk sebesar 6,050.

* 1. Keputusan pengujian

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS 22.00 diperoleh thitung > ttabel (6,050 > 1,984) dan nilai signifikasi 0,000 < 0,05 yang berarti Ho ditolak, sehingga hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli kosumen toko roti Widoro di Sukoharjo.

## Pembahasan

Berdasarkan pada hasil uji analisis pada variabel inovasi produk, citra merek dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen toko roti Widoro di Sukoharjo, maka dapat disimpulkan bahwa :

* 1. Pengaruh Variabel Inovasi Produk terhadap Minat Beli Konsumen

Berdasarkan hasil hipotesis yang dilakukan pada variabel inovasi

produk (X1) terhadap minat beli konsumen (Y) menunjukan bahwa hasil hipotesis berpengaruh posotif dan signifikan. Dan dari jawaban yang di isi oleh responden menunjukan bahwa konsumen tertarik membeli produk pada toko roti Widoro karena adanya inovasi – inovasi produk yang dikembangakn oleh toko roti Widoro. Selain itu hal ini juga dibuktikan dari hasil perhitungan uji T yang membuktikan bahwa nilai thitung lebih besar dari ttabel (3,818 > 1,984) dan nilai signifikasi 0,000 < 0,05 yang berarti Ho ditolak, sehingga hal tersebut menunjukkan bahwa inovasi produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli kosumen toko roti Widoro di Sukoharjo.

Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Maulana & Alisha, 2020) yang berjudul Inovasi Produk dan Pengaruhnya Terhadap Mianat Beli Konsumen (Studi Kasus pada Restoran Ichi Bento Cabang Koat Banjar) dalam penelitiannya mereka menyimpulkan bahwa inovasi produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Hal ini dibuktikan bahwa nilai thitung sebesar 5,729 dan ttabel sebesar 1,661 (dk = 972; α = 10%). Sehingga berdasarkan ketentuan, bahwa thitung > ttabel dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel inovasi produk terhadap variabel minat beli konsumen pada Ichi Bento Cabang Banjar.

* 1. Pengaruh Variabel Citra Merek terhadap Variabel Minat Beli Konsuemen

 Berdasarkan pada hasil uji hipotesis yang dilakukan pada variabel

citra merek (X2) terhadap minat beli konsumen (Y) maka dapat disimpulkan bahwa variabel citra merek memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel minat beli konsumen toko roti Widoro di Sukoharjo. Dari hasi jawaban kuisioner yang didapat dari responden menunjukan bahwa citra merek mampu membuat konsumen tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan oleh toko roti Widoro di Sukoharjo. Selain itu hal ini juga dibuktikan dengan adanya hasil pengujian menggunakan uji T dimana nilai thitung lebih besar dari pada nilai ttabel (2,066 > 1,984) dan nilai signifikasi 0,000 < 0,05 yang berarti Ho ditolak, sehingga hal tersebut menunjukkan bahwa citra merek mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli kosumen toko roti Widoro di Sukoharjo.

Penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakuakn oleh (Lili & Gusri, 2018) yang berjudul Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Pakain Anak – Anak (Studi Kasus pada Toko Riky dan Afdal Plaza Parimana). Penelitian ini menjelaskan bahwa citra merek berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen di toko Rizky dan Afdal. Hal ini dibuktikan oleh nilai thitung lebih besar dari nilai ttabel (4,213 > 1,660) dan sig (0.000 < 0.05) maka H0 ditolak dan H1 diterima, sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara citra merek terhadap minat beli pakaian anak-anak pada toko Rizky dan Afdal Plaza Pariaman.

* 1. Pengaruh Variabel Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen

 Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan pada variabel kualitas

produk (X3) terhadap minat beli konsumen (Y) maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Dan dari jawaban yamh diisi oleh responden menunjukan bahwa kualitas produk dapat menarik minat beli responden. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian menggunakan uji T diamna nilai thitung lebih dari nilai ttabel (6,050 > 1,984) dan nilai signifikasi 0,000 < 0,05 yang berarti Ho ditolak, sehingga hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli kosumen toko roti Widoro di Sukoharjo.

Penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Francois, 2020) yang berjudul Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Pada Two Good Bakery. Pada penelitian ini meyimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Hal ini dibuktikan oleh berdasarkan hasil uji, terlihat nilai sig. variabel Kualitas Produk adalah 0,045 sesuai dengan ketentuan nilai signifikansi ≤ 0,05, maka dapat disimpulkan variabel Kualitas Produk berpengaruh secara parsial terhadap variabel minat beli. Nilai t hitung yang positif menunjukkan variabel Kualitas Produk mempunyai pengaruh yang searah terhadap variabel Minat Beli.