

BAB IV

GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN DAN DESKRIPTIF DATA PENELITIAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

Batik Banten Bhayangkara Serang berlokasi di Jl. Bhayangkara No. 05 Depan Masjid Kubil Kec. Cipocok Jaya Serang – Banten. Batik Banten dimulai pada 25 Mei s/d 20 Oktober 2002 saat event pengkajian motif oleh BAPEDA dengan para tokoh dalam rangka mengkaji motif Banten. Pada saat event tersebut 75 motif Batik Banten berhasil di sahkan. Seiring berjalannya waktu Batik Banten mulai mendirikan galery dan industri di Banten lama, akan tetapi tidak sesuai dengan apa yang telah direncanakan. Galery yang didirikan oleh lelaki yang bernama Ir. Uke Kurniawan, S.E tersebut mengalami gulung tikar. Belajar dari perjuangan dan pengorbanannya dalam mendirikan galery akhirnya Batik Banten kembali hadir diawali dengan sosialisasi motif yang diadakan oleh panitia peneliti dan pengembang batik, adapun beliau sendiri sebagai wakil ketua. Pada saat itu Batik Banten meluncurkan 20 desain Batik, akan

tetapi tidak diterima dengan alasan Batik sulit untuk dikembangkan. Akhirnya dengan kejadian tersebut Batik Banten mempatenkan 12 motif Batik.¹

Berkat keuletan dan kerja kerasnya beliau berhasil menemukan 75 ragam hias yang sudah dikukuhkan oleh pemerintah provinsi pada tanggal 12 Maret 2003 melalui Surat Keputusan Gubernur Banten Nomor 420/ SK-RH/ III/ 2003 yang sudah diaplikasikan dalam 54 desain batik.

Pada tahun 2003 batik Banten mulai launching dalam galerinya akan tetapi masih belum menemukan titik terang. Pada saat itu Batik Banten diberi kesempatan untuk menghadiri even yang diselenggarakan oleh Badan Pengembang Masyarakat di Bali dan sekaligus untuk mempromosikan Batik Banten.

Kegiatan produksi di batik Banten Bhayangkara Serang didukung oleh faktor-faktor produksi. Adapun data dari beberapa faktor produksi tersebut terlampir dalam tabel berikut ini :

¹Uke Kurniawan, Pemilik Industri Batik Banten, "Wawancara dengan penulis di galery, tanggal 19 Mei 2018.

Tabel 4.1
Data Faktor Produksi Industri Batik Banten

No	Faktor produksi					
	Modal Tetap	Jumlah	Tenaga Kerja	Jumlah	Pengusaha	Jumlah
1.	Peralatan :		Laki-laki	20	Keahlian manager	
	Alat Cap	120	Wanita	10	Pimpinan industri	1
	Bangunan :				Keahlian	1
	Musola	1			organisasi	
	Galeri Batik	1				
	Ruang	1				
	pelatihan	1				
	Ruang cap	1				
	Ruang colek	1				
	Ruang	1				
	pelorotan	1				
Ruang Jemuran						
Ruang Tamu						

1. Perbedaan Batik Banten dengan Batik lainnya.

Batik Banten memiliki beberapa perbedaan dengan Batik lainnya, yaitu :

- a. Motif yang diambil dari benda purbakala.
- b. Warna dominan *soft* hal ini menandakan karakter masyarakat Banten yang sederhana, lembut dan santun.
- c. Filosofi, Batik Banten memiliki filosofi yang diambil dari Nama Kesultanan Banten, Desa dan Bangsawan.

B. Deskriptif Data

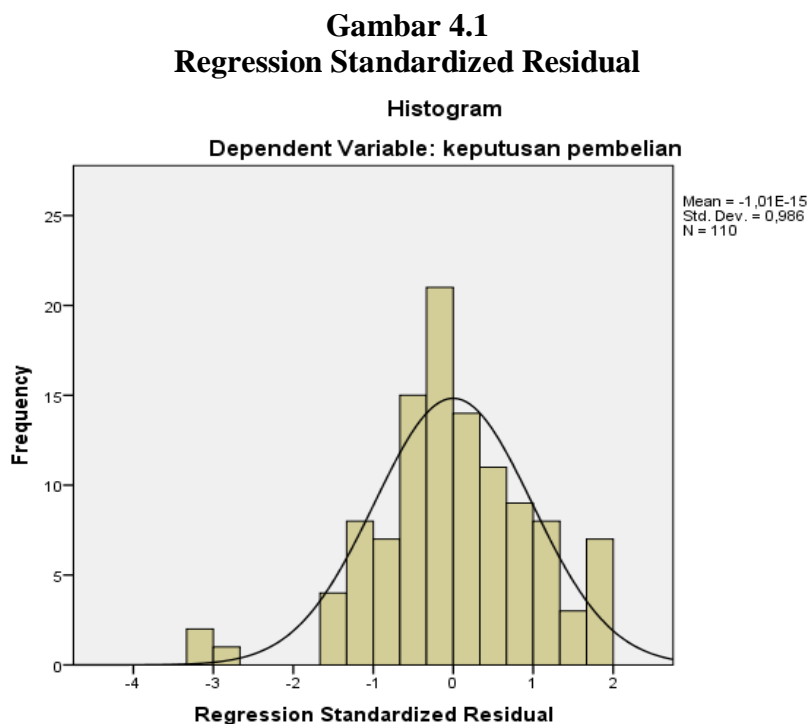
Pembahasan dalam bab ini merupakan hasil penelitian data yang telah diolah dengan menggunakan program Software SPSS versi 21.0 hasil penelitian yang akan dijelaskan adalah data variabel X_1 (Segmentasi pasar) variabel variabel X_2 (Harga), variabel X_3 (Kualitas produk) dan variabel Y(keputusan pembelian Batik). Untuk lebih jelasnya penulis akan menampilkan data yang berbentuk jawaban kuesioner yang penulis sebar kepada konsumen batik Banten Bhayangkara Serang. (Terlampir)

C. Hasil penelitian

Berdasarkan hasil rekapitulasi kuesioner yang terlampir diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Uji asumsi klasik

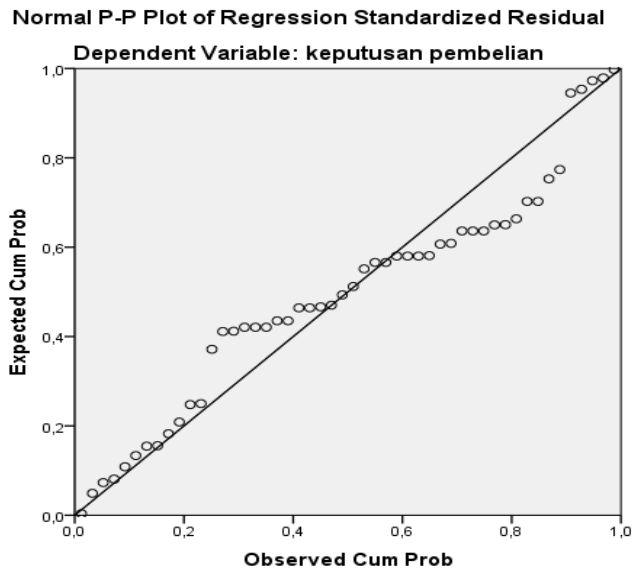
a. Uji normalitas



Sumber (SPSSVersi 21.00)

Berdasarkan tampilan histogram pada grafik diatas terlihat kurva dependent dan *regression standardized residual* membentuk gambar seperti lonceng. Oleh karena itu berdasarkan uji normalitas, analisis regresi layak digunakan.

Gambar 4.2 Regression Standardized



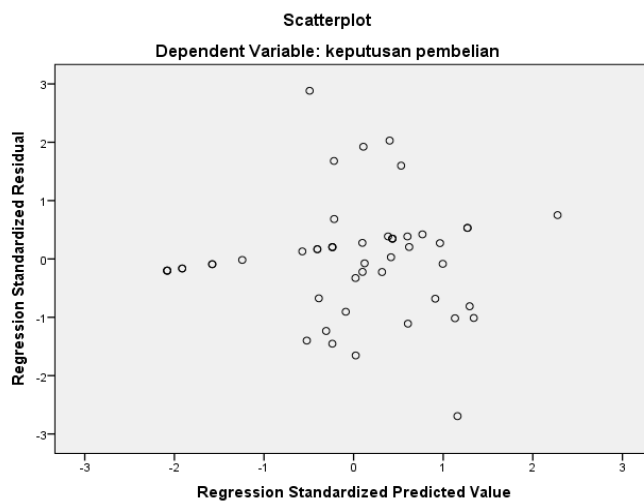
Sumber (SPSS Versi 21.00)

Berdasarkan tampilan normal p-p plot regression standardized pada grafik diatas terlihat bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal. Oleh karena itu, berdasarkan uji normalitas, analisis regresi layak digunakan.

b. Uji heteroskedastisitas

Gambar 4.3

Regression Studentized Residual



Sumber (SPSS Versi 21.00)

Berdasarkan tampilan scatterplot pada grafik diatas terlihat bahwa plot menyebar secara acak diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu regression studentized residual. Oleh karena itu maka berdasarkan uji heteroskedastisitas menggunakan metode analisis grafik, pada model regresi yang terbentuk dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas

c. Uji multikolinieritas

Tabel 4.2
Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-,420	1,077		-,390	,698		
1 segmen tasi pasar	,500	,053	,505	9,495	,000	,229	4,360
harga	-,001	,057	-,001	1,722	,983	,203	4,924
kualitas produk	,510	,063	,496	8,146	,000	,175	5,713

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

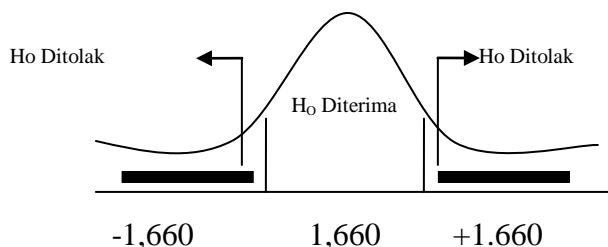
Sumber (SPSS Versi 21.0)

Berdasarkan output *coefficient* pada tabel diatas terlihat bahwa nilai Tolerance variabel X1 sebesar 0,229, variabel X2 sebesar 0,203 dan variabel X3 sebesar 0,175 melihat TOL variabel X1 , X2 dan X3 lebih besar dari 0,10 sedangkan nilai VIF (*Variance Infloating Faktor*) variabel X1sebesar 4,360 dan X2 sebesar 4,924 dan X3 sebesar 5,713 lebih kecil dari 10 maka pada model regresi yang terbentuk tidak terjadi gejala multikolinieritas.

2. Uji hipotesis (Uji t)

Berdasarkan table coefficients dapat dilakukan uji t. Pada analisa menggunakan SPSS terlihat t_{hitung} X1 sebesar 9,495, X2 sebesar 1,722, dan X3 sebesar 8,146. Dengan menggunakan tingkat signifikan $\alpha = 10\%$ dan derajat kebebasan ($df = 110 - 1 - 1 = 108$), untuk t_{tabel} dilakukan uji satu sisi, maka diperoleh hasil t_{tabel} sebesar 1,660 (dilihat pada lampiran). Dapat diartikan X1 berpengaruh terhadap Y karena $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($9,495 > 1,660$). T_{hitung} variabel X2 didapat $1,722 > 1,660$ dapat diartikan berpengaruh signifikan dan T_{hitung} variabel X3 didapat $8,416 > 1,660$ dapat diartikan berpengaruh signifikan. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, seperti gambar berikut:

Gambar 4.4
Uji Hipotesis (t)



Dari gambar di atas terlihat bahwa nilai t_{hitung} (X1 sebesar 9,495, X2 sebesar 1,722, dan X3 sebesar 8,146 $> 1,660$), artinya

bahwa segmentasi pasar, harga dan kualitas produk memiliki hubungan positif yang signifikan dengan keputusan pembelian batik .

3. Uji regresi secara bersamaan (Uji F)

Tabel 4.3
Uji Regresi Secara Bersamaan (Uji F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	5449,076	3	1816,359	4,780	,000 ^b
1 Residual	402,778	106	3,800		
Total	5851,855	109			

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

b. Predictors: (Constant), kualitas produk, segmentasi pasar, harga

Sumber (SPSS Versi 21.0)

Tabel diatas menunjukkan hasil uji F dengan nilai F_{hitung} sebesar 4,780 dengan tingkat keyakinan 95% $\alpha = 5\%$, df 1 sebesar 3 (jumlah variabel-1) dan df 2 sebesar 106 ($n-k-1$) atau nilai df regression sebesar 3 dan df residual sebesar 106, maka dapat diketahui F_{tabel} sebesar 2.69. melihat hasil F_{hitung} sebesar 4,780 dan F_{tabel} sebesar 2.69 , maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas pada penelitian ini secara simultan berpengaruh terhadap variabel terikat, $F_{hitung} (4,780) > F_{tabel} (2.69)$

4. Koefisien Korelasi (R)

Tabel 4.4
Koefisien Korelasi (R)

		Correlations			
		keputusan pembelian	segmentasi pasar	harga	kualitas produk
	keputusan pembelian	1,000	,932	,858	,930
Pearson Correlation	segmentasi pasar	,632	1,000	,837	,862
	Harga	,858	,837	1,000	,879
	kualitas produk	,930	,862	,879	1,000
	keputusan pembelian	.	,000	,000	,000
Sig. (1-tailed)	segmentasi pasar	,000	.	,000	,000
	Harga	,000	,000	.	,000
	kualitas produk	,000	,000	,000	.
	keputusan pembelian	110	110	110	110
N	segmentasi pasar	110	110	110	110
	Harga	110	110	110	110
	kualitas produk	110	110	110	110

Berdasarkan Tabel diatas hasil analisis koefisien korelasi antara variabel segmentasi pasar dengan keputusan pembelian sebesar 0,632 menunjukkan bahwa keeratan hubungan antara segmentasi pasar dengan keputusan pembelian sebesar 0,632 atau 63,2 persen. Koefisien korelasi antara segmentasi pasar dengan

keputusan pembelian menunjukkan tingkat hubungan kuat. korelasi antara segmentasi pasar dengan keputusan pembelian bernilai positif berarti hubungan tersebut searah. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan segmentasi pasar akan diikuti dengan peningkatan keputusan pembelian. koefisien korelasi antara variabel harga dengan keputusan pembelian batik sebesar 0,858 menunjukkan bahwa keeratan hubungan antara harga dan keputusan pembelian batik sebesar 0,858 atau 85,8 persen. Koefisien korelasi antara harga dengan keputusan pembelian batik sebesar 0,858 menunjukkan tingkat hubungan sangat kuat. Korelasi antara harga dengan keputusan pembelian batik bernilai positif berarti hubungan tersebut searah. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian batik akan diikuti dengan harga.

Sedangkan koefisien korelasi kualitas produk dengan keputusan pembelian sebesar 0,930 menunjukkan bahwa keeratan hubungan antara kualitas produk dan keputusan pembelian batik sebesar 0,930 atau 93,0 persen. Koefisien korelasi antara kualitas produk dengan keputusan pembelian batik sebesar 0,930 menunjukkan tingkat hubungan sedang. Korelasi antara kualitas produk dengan keputusan pembelian batik bernilai positif berarti

hubungan tersebut searah. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian batik akan diikuti dengan kualitas produk.

5. Koefisien Determinasi (R square atau R^2)

Tabel 4.5
(R square atau R^2)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,965 ^a	,931	,929	1,94931	2,482

a. Predictors: (Constant), kualitas produk, segmentasi pasar, harga

b. Dependent Variable: keputusan pembelian

Koefisien determinasi merupakan ukuran yang mengukur persentasi variabel yang dapat dijelaskan oleh garis linear, digunakan untuk mengukur seberapa besar perubahan variabel Y dapat dijelaskan oleh variabel X1 , X2 dan X3, pada table tersebut R Square (R^2) menunjukkan nilai koefisien determinasi sebesar 0,931 artinya 93,1% variabel Y (keputusan pembelian) dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel X1 (segmentasi pasar) X2 (Harga) dan X3 (Kualitas produk)Dengan demikian sisanya sebesar 6,9 % tidak dipengaruhi oleh variabel segmentasi pasar (X1)variabel harga (X2) dan variabel kualitas produk (

X3). Atau dipengaruhi oleh hal-hal lain yang tidak diteliti pada penelitian ini

6. Uji Validitas

Tabel 4.6
Uji Validitas

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pernyataan_1	28.67	13.257	.446	.158	.377
Pernyataan_2	29.00	14.800	.582	.157	.479
Pernyataan_3	28.47	12.885	.801	.351	.306
Pernyataan_4	28.64	11.894	.693	.343	.310
Pernyataan_5	28.83	15.114	.560	.127	.440
Pernyataan_6	28.53	12.713	.476	.178	.328
Pernyataan_7	28.28	13.921	.669	.229	.407
Pernyataan_8	28.28	12.263	.728	.393	.305
Pernyataan_9	28.58	13.164	.671	.392	.367
Pernyataan_10	28.72	13.349	.471	.288	.388

Sumber (SPSS Versi 21.0)

Berdasarkan table item-total statistik di atas dapat dilakukan uji validitas. Pada analisa menggunakan SPSS dengan menggunakan tingkat signifikan $\alpha = 10\%$ dan derajat kebebasan (df) = $110-1-1 = 108$, untuk r_{tabel} dilakukan uji satu sisi, maka diperoleh hasil r_{tabel} sebesar 0,1576 (dilihat pada lampiran). Jika

$r_{hitung} > r_{tabel}$ maka H_0 ditolak, maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan-pernyataan tersebut valid.

D. Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti telah diupayakan pelaksanaannya secara maksimal, namun tentu tidak akan terlepas dari kekhilafan, kelemahan dan kekurangan. Hal ini dikarenakan beberapa hal berikut :

1. Penelitian yang dilakukan peneliti menemukan keterbatasan diantaranya, biaya, waktu dan faktor disiplin kerja yang mengharuskan penulis pandai berbagi waktu dan tenaga dalam penyusunan penelitian ini.
2. Kedalaman dan cakupan materi yang menurut penulis masih jauh dari kesempurnaan.
3. Penelitian ini hanya dibatasi pada pengaruh segmentasi pasar, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian batik Banten Bhayangkara Serang.

E. Pembahasan Penelitian

1. Pembahasan Segmentasi Pasar berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Batik Banten. Terlihat dari t_{hitung} sebesar 9.495 dengan menggunakan tingkat signifikan $\alpha = 10\%$ dan derajat kebebasan (df) = $110-1-1 = 108$, untuk t_{tabel} dilakukan uji satu sisi, maka diperoleh hasil t_{tabel} sebesar 1,660 (dilihat pada lampiran). Dapat diartikan bahwa Segmentasi Pasar berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian Batik Banten karena $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($9.495 > 1,660$). Dapat diartikan berpengaruh signifikan Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_1 diterima. Dapat disimpulkan bahwa peningkatan dikategorikan Sangat baik, hal tersebut dapat dilihat dengan adanya perbedaan rata-rata skor *gain* Segmentasi Pasar dalam Keputusan Pembelian batik Banten.
2. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian batik Banten berpengaruh signifikan. Terlihat dari t_{hitung} sebesar 1.722 dengan menggunakan tingkat signifikan $\alpha = 10\%$ dan derajat kebebasan (df) = $110-1-1 = 108$, untuk t_{tabel} dilakukan uji satu sisi, maka diperoleh hasil t_{tabel} sebesar 1,660 (dilihat pada

lampiran). T hitung Harga didapat $1.722 > 1.660$ dapat diartikan berpengaruh positif Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_2 diterima. Dapat disimpulkan bahwa peningkatan dikategorikan Sedang, hal tersebut dapat dilihat dengan adanya perbedaan rata-rata skor *gain* Harga dalam Keputusan Pembelian batik Banten.

3. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian batik Banten secara parsial berpengaruh signifikan terlihat dari Kualitas Produk sebesar 8.146 dengan menggunakan tingkat signifikan $\alpha = 10\%$ dan derajat kebebasan (df) = $110 - 1 - 1 = 108$, untuk t_{tabel} dilakukan uji satu sisi, maka diperoleh hasil t_{tabel} sebesar 1,660 (dilihat pada lampiran). T hitung Kualitas Produk didapat $8.146 > 1.660$ dapat diartikan berpengaruh positif Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_3 diterima. Dapat disimpulkan bahwa peningkatan dikategorikan Sangat baik, hal tersebut dapat dilihat dengan adanya perbedaan rata-rata skor *gain*

Kualitas Produk dalam Keputusan Pembelian batik Banten. Adapun besarnya pengaruh segmentasi pasar, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian batik dengan uji koefisien determinasi (*R square*) sebesar nilai koefisien determinasi sebesar 0,931 artinya 93.1% keputusan pembelian dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh Segmentasi pasar, Harga dan Kualitas produk dengan demikian sisanya sebesar 6,9% tidak dipengaruhi oleh Segmentasi Pasar, Harga dan Kualitas Produk. Atau dipengaruhi oleh hal-hal lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.