

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Subjek Penelitian

1. Gambaran Umum UMKM Bumi Pangan Lokal

UMKM Bumi Pangan Lokal terletak di Desa Palanyar Kecamatan Cipeucang, Pandeglang-Banten RT/RW 01/04. Awal mula terbentuknya UMKM bumi pangan lokal yaitu adanya program kementerian pertanian republik Indonesia melalui dinas pertanian provinsi banten yang bertujuan untuk pengembangan olahan yang berbahan pokok talas beneng, dengan melibatkan kelompok wanita tani Kec. Cipeucang (KWT Kec. Cipeucang).

Anggota UMKM Bumi Pangan Lokal memilih untuk membuat olahan mie dengan berbahan dasar talas beneng yang dijadikan tepung terlebih dahulu. Alasan membuat olahan mie berawal dari pengamatan terhadap masyarakat yang sebagian besar mengkonsumsi mie yang dinilai lebih mudah dan praktis. Sedangkan yang kita ketahui

mengonsumsi mie instan dalam jumlah yang banyak tidak baik bagi kesehatan, karena kandungan nilai gizi pada mie instan banyak mengandung negatifnya dibandingkan positifnya. Maka dari itu UMKM Bumi Pangan Lokal memproduksi makanan instan berupa mie yang jauh lebih sehat dimulai dari tepung yang digunakan yaitu tepung talas beneng, tepung mocaf, 10% tepung terigu, penambahan pewarna alami dari kulit buah naga, daun kelor, dan daun sawi. Sehingga diharapkan masyarakat menyadari dan dapat lebih memperhatikan makanan yang dikonsumsi, selain itu agar masyarakat dapat membantu mengembangkan produksi hasil UMKM agar lebih banyak konsumen yang menyadari pula akan pentingnya menjaga kesehatan melalui produk yang dikonsumsi.

UMKM Bumi Pangan Lokal hanya memproduksi mie talas beneng ketika terdapat pesanan dalam acara-acara tertentu seperti pameran dalam daerah dan luar daerah mie talas beneng disajikan dalam bentuk mie basah dan mie kering.

2. Karakteristik Responden

Karakteristik responden digunakan untuk mengetahui keragaman dari responden berdasarkan jenis kelamin, umur dan tingkat pendidikan. Hal tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran yang cukup jelas mengenai kondisi dari responden.

a. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Keragaman responden berdasarkan jenis kelamin dapat ditunjukkan pada tabel 4.1 berikut ini.

Tabel 4.1

Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

JENIS KELAMIN	JUMLAH	PERESENTASE
Laki-laki	33	28,7%
Perempuan	82	71,3%
Total	115	100%

Sumber: *Data Primer Yang Diolah*

Berdasarkan karakteristik jenis kelamin responden pada tabel 4.1 tersebut, terlihat bahwa responden laki-laki sebanyak 33 orang dengan persentase sebesar 23,7% dan responden perempuan sebanyak 82 orang dengan persentase 71,3%.

b. Karakteristik Berdasarkan Umur

Keragaman responden berdasarkan umur atau usia dapat ditunjukkan pada tabel 4.2 berikut ini:

Tabel 4.2
Responden Berdasarkan Umur

UMUR	JUMLAH	PERESENTASE
16-20 Tahun	17	14,8%
21-25 Tahun	65	56,5%
26-30 Tahun	13	11,3%
31-35 Tahun	4	3,4%
36-40 Tahun	7	6%
41-45 Tahun	7	6%
46-50 Tahun	2	2%
Total	115	100%

Sumber: *Data Yang Diolah*

Berdasarkan karakteristik umur responden pada tabel 4.2 tersebut, menunjukkan bahwa responden yang berumur antara 16-20 tahun sebanyak 17 orang dengan persentase 14,8%, 21-25 tahun sebanyak 65 orang dengan persentase 56,5%, responden yang berumur antara 26-30 tahun sebanyak 13 orang dengan persentase 11,3%,

responden yang berumur antara 31-35 tahun sebanyak 4 orang dengan peresentase 3,4%, responden yang berumur antara 36-40 tahun sebanyak 7 orang dengan presentase 6%, responden yang berumur antara 41-45 tahun sebanyak 7 orang dengan presentase 6%, responden yang berumur antara 46-50 tahun sebanyak 2 orang dengan presentase 2%. Berdasarkan karakteristik umur responden, sebagian besar responden berumur antara 21-25 tahun yaitu sebesar 56,5%.

c. Karakteristik Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Keragaman responden berdasarkan tingkat pendidikan dapat ditunjukkan pada tal 4.3 berikut ini:

Tabel 4.3
Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

PENDIDIKAN	JUMLAH	PERESENTASE
S1	60	52,2%
D3	2	1,7 %
SMA/MA	39	33,9%
SMP/MTs	6	5,2%
SD/MI	8	7%
Total	115	100%

Sumber: *Data Primer Yang Diolah*

Berdasarkan karakteristik tingkat pendidikan responden pada tabel 4.3 tersebut, menunjukkan bahwa responden dengan tingkat pendidikan S1 sebanyak 60 orang dengan persentase 52,2%, responden dengan tingkat pendidikan D3 sebanyak 2 orang dengan persentase 1,7%, responden dengan tingkat pendidikan SMA sebanyak 39 orang dengan persentase 33,9%, responden dengan tingkat pendidikan SMP sebanyak 6 orang dengan persentase 5,2%, responden dengan tingkat pendidikan SD sebanyak 8 orang dengan persentase 7%. Berdasarkan karakteristik tingkat pendidikan responden, sebagian besar responden berpendidikan S1 yaitu sebesar 52,2%.

B. Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk melihat ketetapan instrumen pengukur dalam penelitian. Artinya konsep yang telah dibangun tersebut sudah valid atau belum. Adapun metode yang digunakan pada validitas ini menggunakan korelasi *Corrected Item-Total Correlation* dimana alat ukur

dikatakan valid jika $R_{hitung} > R_{tabel}$. Hasil Uji validitas dapat dilihat pada tabel-tabel berikut.

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.683**	.608**	.654**	.729**	.870**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	115	115	115	115	115	115
X1.2	Pearson Correlation	.683**	1	.513**	.620**	.611**	.810**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	115	115	115	115	115	115
X1.3	Pearson Correlation	.608**	.513**	1	.635**	.604**	.810**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	115	115	115	115	115	115
X1.4	Pearson Correlation	.654**	.620**	.635**	1	.653**	.846**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	115	115	115	115	115	115
X1.5	Pearson Correlation	.729**	.611**	.604**	.653**	1	.861**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	115	115	115	115	115	115
TOTAL	Pearson Correlation	.870**	.810**	.810**	.846**	.861**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	115	115	115	115	115	115

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

Menentukan hasil uji validitas data di atas kita bandingkan nilai r_{hitung} dan r_{tabel} . Untuk menentukan R_{tabel} menggunakan rumus ($Df = N - 2$) atau ($115 - 2 = 113$) dengan signifikan 0,05% jadi $R_{tabel} = 0,1832$. Maka jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka bisa dinyatakan bahwa data tersebut valid. Dari analisis uji validitas di atas dapat di simpulkan bahwa indikator-indikatornya telah memenuhi syarat validitas karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Tabel 4.5
Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.607**	.630**	.630**	.839**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	115	115	115	115	115
X2.2	Pearson Correlation	.607*	1	.569**	.625**	.824**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	115	115	115	115	115
X2.3	Pearson Correlation	.630*	.569**	1	.733**	.867**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	115	115	115	115	115

X2.4	Pearson Correlation	.630*	.625**	.733**	1	.874**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	115	115	115	115	115
TOTAL	Pearson Correlation	.839*	.824**	.867**	.874**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	115	115	115	115	115
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						

Menentukan hasil uji validitas data di atas kita bandingkan nilai r_{hitung} dan r_{tabel} . Untuk menentukan R_{tabel} menggunakan rumus ($Df = N - 2$) atau ($115 - 2 = 113$) dengan signifikan 0,05% jadi $R_{tabel} = 0,1832$. Maka jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka bisa dinyatakan bahwa data tersebut valid. Dari analisis uji validitas di atas dapat disimpulkan bahwa indikator-indikatornya telah memenuhi syarat validitas karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	TOTAL
Y.1	Pearson Correlation	1	.687*	.450*	.590*	.691**	.835**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000

	N	115	115	115	115	115	115
Y.2	Pearson Correlation	.687**	1	.524*	.563*	.587**	.817**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	115	115	115	115	115	115
Y.3	Pearson Correlation	.450**	.524*	1	.605*	.557**	.763**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	115	115	115	115	115	115
Y.4	Pearson Correlation	.590**	.563*	.605*	1	.710**	.838**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	115	115	115	115	115	115
Y.5	Pearson Correlation	.691**	.587*	.557*	.710*	1	.861**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	115	115	115	115	115	115
TOT AL	Pearson Correlation	.835**	.817*	.763*	.838*	.861**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	115	115	115	115	115	115
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							

Menentukan hasil uji validitas data di atas kita bandingkan nilai r_{hitung} dan r_{tabel} . Untuk menentukan R_{tabel} menggunakan rumus ($Df = N - 2$) atau ($115 - 2 = 113$) dengan signifikan 0,05% jadi $R_{tabel} = 0,1832$. Maka jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka bisa dinyatakan bahwa data tersebut valid. Dari analisis uji validitas di atas dapat di

simpulkan bahwa indikator-indikatornya telah memenuhi syarat validitas karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

2. Uji Reliabilitas

Uji instrumen dikatakan reliabel apabila jawaban seseorang (responden) terhadap pernyataan-pernyataan yang diajukan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam periode ini yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuisioner dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*, dimana suatu variabel dikatakan reliabel, jika *Cronbach's Alpha* $> 0,60$. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel-tabel berikut ini.

Tabel 4.7

Uji Reliabilitas Variabel X₁

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.893	5

Analisis uji reliabilitas di atas terdapat hasil Cronbach's Alpha variabel X₁ sebesar 0,893 nilai tersebut lebih dari 0,6 (standar dari uji reliabilitas), sehingga dapat

dikatakan bahwa variabel X_1 terbukti reliabel atau handal sebagai alat ukur variabel dan data tersebut dapat dinyatakan konsisten dalam penelitian.

Tabel 4.8

Uji Reliabilitas X_2

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.872	4

Analisis uji reliabilitas terdapat hasil Cronbach's Alpha variabel X_2 sebesar 0,872 nilai tersebut lebih dari 0,6 (standar dari uji reliabilitas), sehingga dapat dikatakan bahwa variabel X_2 terbukti reliabel atau handal sebagai alat ukur variabel dan data tersebut dapat dinyatakan konsisten dalam penelitian.

Tabel 4.9

Uji Reliabilitas Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.880	5

Analisis uji reliabilitas terdapat hasil Cronbach's Alpha variabel Y sebesar 0,880 nilai tersebut lebih dari 0,6 (standar dari uji reliabilitas), sehingga dapat dikatakan bahwa variabel Y terbukti reliabel atau handal sebagai alat ukur variabel dan data tersebut dapat dinyatakan konsisten dalam penelitian.

C. Pengujian Asumsi Klasik

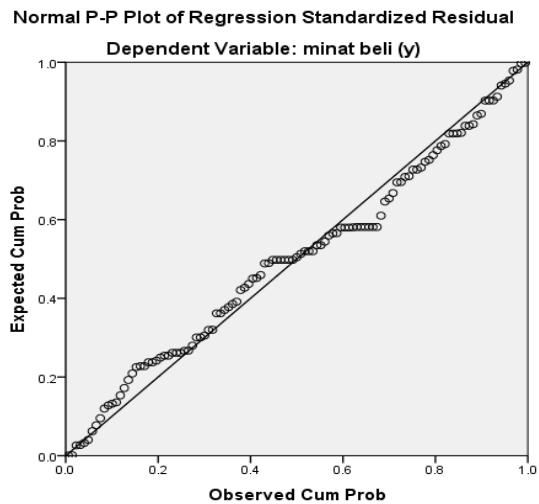
1. Uji Normalitas Data

Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi yang normal.¹ Uji normalitas yang dilakukan adalah dengan dua cara yaitu dengan analisis grafik dan analisis statistic. Adapun untuk mengetahui data berdistribusi normal berdasarkan analisis grafik yaitu jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data akan mengikuti garis diagonalnya.

¹Imam Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016), h.154.

Berdasarkan pengujian uji normalitas dengan menggunakan SPSS 21 didapat output sebagai berikut:

Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas



Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 21.

Gambar 4.1 di atas, dalam uji normalitas menggunakan grafik normal P-P Plot Regression Standardized Residual suatu data dikatakan berdistribusi normal jika garis data rill (titik-titik) mengikuti garis diagonal. Berdasarkan gambar 4.1 di atas menunjukkan bahwa sebaran data berdistribusi normal, karena titik-titik residual menyebar disekitar garis diagonal serta penyebarannya mengikuti garis diagonal, oleh karena itu

dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan normal.

Metode kedua yang dilakukan oleh penguji ialah dengan menggunakan analisis statistic dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov Test. Dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikan dari pengujian Kolmogorov-Smirnov Test $> 0,05$ (5%). Data hasil pengujian uji normalitas data pada tabel 4.10 berikut ini.

Tabel 4.10

Uji Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		115
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.91767074
Most Extreme Differences	Absolute	.096
	Positive	.096
	Negative	-.075
Kolmogorov-Smirnov Z		1.032
Asymp. Sig. (2-tailed)		.237
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Hasil *output* normalitas data dengan menggunakan SPSS pada Tabel 4.10 diperoleh nilai signifikansi (*Asyp Sig 2-tailed*) sebesar 0,237. Keputusannya data berdistribusi dengan normal karena nilai (*Asyp Sig 2-tailed*) untuk setiap variabel lebih besar dari 0,05, artinya data variabel X_1 , X_2 , dan Y berdistribusi dengan normal. Asumsi normalitas terpenuhi, teknik analisis regresi dapat digunakan.

2. Uji Multikolinearitas

Pengujian ini dilakukan untuk melihat apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Jika terjadi korelasi yang kuat, maka dapat dikatakan telah terjadi masalah multikolinearitas dalam model regresi. Metode untuk menguji adanya multikolinearitas dilihat pada tabel *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan menggunakan SPSS, nilai VIF < 10 dan nilai tolerance $> 0,10$ maka dapat disimpulkan bahwa antar variabel bebas tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 4.11
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.644	.886		1.855	.066		
	informasi (x1)	.298	.066	.309	4.500	.000	.412	2.426
	daya tarik emosional (x2)	.776	.085	.625	9.089	.000	.412	2.426
a. Dependent Variable: minat beli (y)								

Tabel di atas menunjukkan hasil analisis multikolinearitas tidak terdapat multikolinearitas yang berarti antara masing-masing variabel independen dalam regresi, karena nilai toleransi lebih besar dari 0,10, dan nilai VIF lebih kecil dari 10.00.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah antara variabel independen mempunyai pengaruh

yang signifikan dengan nilai residualnya. Uji heteroskedastisitas dalam dilakukan dengan metode korelasi Spearman. Hasil pengolahan data ditampilkan dalam Tabel 4.12 berikut yang diperoleh dari SPSS 21

Tabel 4.12						
Hasil Uji Heteroskedastisitas						
Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.820	.585		4.819	.000
	INFORMASI (X1)	-.067	.044	-.219	-1.531	.129
	DAYA TARIK EMOSIONAL (X2)	-.007	.056	-.018	-.129	.898
a. Dependent Variable: ABS_RES						

Berdasarkan tabel 4.12 semua predictor dengan nilai residual $> 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi yang diperoleh terbebas dari kasus heteroskedastisitas. Nilai signifikansi 2-tailed X_1 0,129, dan X_2 0,898, $>$ dari 0,05. Hal ini menyatakan bahwa varian residual model regresi ini adalah homogen atau model regresi yang diperoleh terbebas dari kasus heteroskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi dikatakan tidak ada gejala autokorelasi jika nilai Durbin Watson terletak antara dU sampai dengan $(4-dU)$. Metode untuk menguji adanya Autokorelasi dilihat pada *Durbin-Watson*. Perhitungan uji autokorelasi dapat dilihat pada tabel 4.13 yang diolah dengan SPSS berikut ini.

Tabel 4.13

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.884 ^a	.782	.778	1.935	1.861
a. Predictors: (Constant), daya tarik emosional, informasi					
b. Dependent Variable: minat beli					

Hasil tabel Uji Autokorelasi diketahui untuk nilai $DW = 1,861$, selanjutnya dibandingkan dengan nilai tabel signifikansi 5% (0,05) dengan jumlah sampel sebanyak 115 dan jumlah variabel independen sebanyak 2 ($K=2$) = 2,115 sehingga didapatkan hasil dU dari tabel $r = 1,7323$. Nilai DW

lebih besar dari batas dU dan DW kurang dari $(4-dU) = 4 - 1,7323 = 2,2677$. Sehingga disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi.

D. Hasil Uji Hipotesis

1. Regresi Linear Berganda

Analisis linear berganda digunakan untuk menjawab hipotesis apakah informasi dan daya tarik emosional secara simultan maupun parsial berpengaruh terhadap minat beli.

Tabel 4.14
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient s	T	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	1.644	.886		1.855	.066
	informasi (X1)	.298	.066	.309	4.500	.000
	daya tarik emosional (X2)	.776	.085	.625	9.089	.000
a. Dependent Variable: minat beli (Y)						

Berdasarkan analisis data dengan menggunakan SPSS

21, maka diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut:

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

$$Y = 1,644 + 0,298X_1 + 0,776X_2 + e$$

Persamaan regresi diatas memperlihatkan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen secara parsial, dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Nilai *constant*a adalah 1,644, artinya jika tidak terjadi perubahan variabel informasi dan daya tarik emosional (nilai X_1 dan X_2 adalah 0) maka minat beli mie talas beneng sebesar 1,664.
2. Nilai koefisien regresi informasi adalah 0,298, artinya jika variabel modal usaha (X_1) meningkat sebesar 1% dengan asumsi variabel daya tarik emosional (X_2) dan konstanta (a) adalah 0 (nol), maka minat beli terhadap produk mie talas beneng meningkat sebesar 29,8%. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel informasi yang ada berkontribusi positif bagi minat beli. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi keuntungan terhadap produk, varian dan spesifikasi produk, dan informasi

tambahan lainnya dalam sebuah produk maka keputusan pembelian juga akan semakin meningkat.

3. Nilai koefisien regresi daya tarik emosional adalah 0,776, artinya jika variabel informasi (X_1) meningkat sebesar 1% dengan asumsi variabel daya tarik emosional (X_2) dan konstanta (a) adalah 0 (nol), maka minat beli terhadap produk mie talas beneng meningkat sebesar 77,6%. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel daya tarik emosional yang ada berkontribusi positif bagi minat beli. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tampilan kemasan memberikan kesan mewah dan elegan, karakteristik berbeda dari produk lain, dan membangkitkan perasaan senang terhadap bentuk kemasan maka keputusan pembelian juga akan semakin meningkat.

2. Uji t (Parsial)

Nilai t hitung digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial informasi (X_1) dan daya tarik emosional (X_2) terhadap variabel terikatnya. Apakah variabel tersebut memiliki pengaruh yang berarti terhadap variabel minat beli

(Y) atau tidak dengan tingkat kesalahan 5%. Uji ini dilakukan dengan melihat kolom signifikansi pada masing-masing variabel independen (bebas) dengan taraf signifikan $< 0,05$ Uji t yang dilakukan dapat dilihat pada tabel 4.15 berikut ini:

Tabel 4.15
Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.644	.886		1.855	.066
	informasi (X1)	.298	.066	.309	4.500	.000
	daya tarik emosional (X2)	.776	.085	.625	9.089	.000
a. Dependent Variable: minat beli (Y)						

Berdasarkan tabel 4.15 di atas dengan mengamati baris, kolom t dan sig bisa dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Variabel informasi (X_1) Terhadap minat beli produk mie talas beneng (H_1)

Variabel informasi (X_1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli produk mie talas beneng, hal ini terlihat dari signifikansi informasi (X_1) $0,000 < 0,05$,

dan nilai $t_{\text{tabel}} = t(a/2; n-k-1) = t(0,05/2; 115-2-1) = t(0,025; 112) = 1,98137$ berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($4,500 > 1,98137$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh informasi terhadap minat beliproduk mie talas beneng secara parsial diterima.

2. Pengaruh Variabel daya tarik emosional (X_2) Terhadap minat beliproduk mie talas beneng (H_2)

Variabel daya tarik emosional (X_2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beliproduk mie talas beneng, hal ini terlihat dari signifikansi daya tarik emosional (X_2) $0,000 < 0,05$, dan nilai $t_{\text{tabel}} = t(a/2; n-k-1) = t(0,05/2; 115-2-1) = t(0,025; 112) = 1,98137$ berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($9,089 > 1,98137$), maka H_0 ditolak dan H_2 diterima. Sehingga hipotesis yang berbunyi terdapat pengaruh daya tarik emosional terhadap minat beliproduk mie talas beneng secara parsial diterima.

3. Uji F (Simultan)

Uji F dapat digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan variabel bebas terhadap variabel terikatnya (Y). Jika variabel bebas memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel terikatnya (Y). Uji ini dilakukan dengan membandingkan signifikansi nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka model yang dirumuskan sudah tepat. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka dapat diartikan bahwa model regresi sudah tepat artinya pengaruh secara bersama, dengan melihat nilai $F_{tabel} = f(k: n - k)$, $F = (2: 115 - 2)$, $F_{tabel} = (2: 112) = 3.08$ dengan tingkat kesalahan 5%. Uji F yang dilakukan dapat dilihat pada Tabel 4.16 berikut ini:

Tabel 4.16
Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1503.865	2	751.933	200.883	.000 ^b
	Residual	419.231	112	3.743		
	Total	1923.096	114			
a. Dependent Variable: minat beli (Y)						
b. Predictors: (Constant), daya tarik emosional (X2), informasi (X1)						

Berdasarkan hasil pengujian diatas dapat dilihat pada nilai F_{hitung} sebesar 200,883 dengan nilai F_{tabel} 3.08 sehingga nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $200,883 > 3.08$, dan tingkat signifikan $0,001 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, dapat disimpulkan bahwa variabel informasi (X_1) dan daya tarik emosional (X_2) secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap minat beliproduk mie talas beneng.

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai R^2 yang rendah berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Berdasarkan uji R^2 yang dilakukan dapat dilihat pada Tabel 4.17 dibawah ini:

Tabel 4.17
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.884 ^a	.782	.778	1.935
a. Predictors: (Constant), daya tarik emosional (X2), informasi (X1)				

Berdasarkan Tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi terdapat pada nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,778. Hal ini berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat adalah sebesar 77,8% sisanya 22,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini seperti *Visibility* dan *Workability*.

E. Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang telah dilakukan terkait Pengaruh Desain Kemasan Produk Lokal Terhadap Minat Beli "Mie Talas Beneng"UMKM Bumi Pangan Lokal Pandeglang-Banten adalah sebagai berikut :

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel informasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli produk mie talas beneng. Hal ini dapat dijelaskan dengan hasil analisis data, didapat t_{hitung} 4,500 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,981 atau ($4,500 > 1,981$), serta nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya informasi berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli produk mie talas beneng. Begitu juga dengan variabel daya tarik emosional memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli produk mie talas beneng. Hal ini dapat dijelaskan dengan hasil analisis data, didapat t_{hitung} 9,089 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,981 atau ($9,089 > 1,981$), serta nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya daya tarik emosional berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli produk mie talas beneng.

Hubungan antara informasi dan daya tarik emosional terhadap minat beli produk mie talas beneng dikategorikan kuat dan besarnya pengaruh variabel informasi dan daya tarik emosional terhadap minat beli produk mie talas beneng

sebesar 77,8% sisanya 22,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini seperti *Visibility* dan *Workability*.

Hasil penelitian Pengaruh Desain Kemasan Produk Lokal Terhadap Minat Beli "Mie Talas Beneng". Untuk variabel informasi berpengaruh positif signifikan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Harmininytyas (2013) dan Nurmaulidah (2008) yang menemukan bahwa variabel informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli produk mie talas beneng.² Variabel daya tarik emosional berpengaruh positif signifikan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Nurmaulida (2008). Yang mengatakan bahwa daya tarik emosional berpengaruh positif terhadap minat beli. Begitu juga hasil penelitian dari Artanto dan Pusparini (2011) mengatakan bahwa daya tarik emosional berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli.³

² Dwi Lestari, "Pengaruh Fungsi Kemasan Produk Melalui Model View Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mie Sedap Cup (Studi di Purworejo)," (Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purworejo, 2017), h.57.

³ Dwi Lestari, "Pengaruh Fungsi Kemasan Produk Melalui Model View Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Mie Sedap Cup (Studi di Purworejo)," (Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purworejo, 2017), h. 58.