

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Usaha Krecek Sumber Rejeki merupakan salah satu usaha mikro yang bergerak dalam bidang pengolahan dan penjualan krecek yang berlokasi di Dusun Becek, Desa Kalirong, Kecamatan Tarokan, Kabupaten Kediri. Usaha ini menjadi salah satu pelaku usaha lokal yang turut berkontribusi dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan produk makanan tradisional. Berbekal pengalaman dan keterampilan dalam mengolah bahan baku, usaha ini terus menjalankan aktivitas produksinya secara berkelanjutan untuk memenuhi permintaan konsumen dari berbagai wilayah.

Berdirinya Usaha Krecek Sumber Rejeki dilatarbelakangi oleh adanya peluang usaha di bidang pengolahan makanan ringan yang memiliki prospek cukup baik di Kabupaten Kediri. Melihat tingginya kebutuhan masyarakat terhadap krecek sebagai camilan maupun pelengkap berbagai jenis hidangan, pemilik usaha memanfaatkan peluang tersebut dengan memproduksi krecek yang siap dipasarkan kepada konsumen. Sejak awal berdiri, usaha ini berfokus pada pengolahan produk yang dapat diterima oleh masyarakat luas dan sesuai dengan selera pasar lokal.

Dalam kegiatan operasionalnya, Usaha Krecek Sumber Rejeki melakukan proses produksi mulai dari pengadaan bahan baku, pengolahan,

pengeringan, hingga pengemasan produk. Seluruh proses tersebut dilakukan dengan memperhatikan kebersihan dan ketelitian agar produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik. Pemilik usaha juga melibatkan beberapa tenaga kerja dari lingkungan sekitar sehingga keberadaan usaha ini turut memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat setempat melalui penciptaan lapangan pekerjaan.

Produk yang dihasilkan oleh Usaha Krecek Sumber Rejeki dipasarkan baik secara langsung maupun melalui jaringan pelanggan yang telah terbentuk selama bertahun-tahun. Konsumen usaha ini berasal dari berbagai kalangan, mulai dari rumah tangga, pedagang makanan, hingga pelaku usaha kuliner yang menggunakan krecek sebagai bahan baku masakan. Jangkauan pemasaran yang semakin luas menunjukkan bahwa usaha ini mampu mempertahankan keberadaannya di tengah persaingan usaha makanan tradisional yang cukup ketat.

Sebagai usaha yang berkembang di lingkungan pedesaan, Krecek Sumber Rejeki memiliki hubungan yang erat dengan masyarakat sekitar. Selain menjadi sumber pendapatan bagi pemilik usaha dan pekerja, keberadaan usaha ini juga membantu meningkatkan aktivitas ekonomi lokal. Melalui kegiatan produksi dan pemasaran yang dilakukan secara terus-menerus, usaha ini menjadi salah satu contoh usaha mikro yang mampu bertahan dan berkembang dengan memanfaatkan potensi sumber daya yang tersedia di daerahnya.

Dalam perkembangannya, Usaha Krecek Sumber Rejeki terus

melakukan berbagai upaya untuk mempertahankan keberlangsungan usaha. Pemilik usaha berusaha menjaga ketersediaan bahan baku, meningkatkan efisiensi proses produksi, serta menyesuaikan diri dengan perubahan kebutuhan pasar. Langkah-langkah tersebut dilakukan agar usaha tetap mampu memenuhi permintaan konsumen dan mempertahankan kepercayaan pelanggan yang telah terbentuk selama ini.

Hingga saat ini, Usaha Krecek Sumber Rejeki tetap menjadi salah satu usaha pengolahan makanan tradisional yang dikenal oleh masyarakat di Desa Kalirong dan sekitarnya. Dengan pengalaman yang dimiliki serta dukungan pelanggan yang loyal, usaha ini memiliki potensi untuk terus berkembang di masa mendatang. Keberadaan usaha tersebut tidak hanya mencerminkan semangat kewirausahaan masyarakat lokal, tetapi juga menunjukkan peran penting usaha mikro dalam mendukung perekonomian daerah dan pelestarian produk pangan tradisional.

B. Deskripsi Responden

Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan pembelian pada Usaha Krecek Sumber Rejeki yang berlokasi di Desa Kalirong, Dusun Becek, Kecamatan Tarokan, Kabupaten Kediri. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 349 responden. Penentuan sampel dilakukan dengan terlebih dahulu memastikan bahwa responden merupakan konsumen yang pernah membeli produk Usaha Krecek Sumber Rejeki.

Penyajian data identitas responden dalam penelitian ini bertujuan

untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik konsumen yang menjadi responden penelitian. Karakteristik responden yang dijadikan sampel diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, usia, domisili, dan frekuensi pembelian. Pengelompokan karakteristik tersebut dilakukan untuk mengetahui profil konsumen Usaha Krecek Sumber Rejeki sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai responden yang terlibat dalam penelitian. Adapun uraian mengenai karakteristik responden disajikan sebagai berikut:

1. Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui distribusi konsumen Usaha Krecek Sumber Rejeki yang menjadi sampel penelitian. Pengelompokan berdasarkan jenis kelamin dilakukan untuk memberikan gambaran mengenai proporsi responden laki-laki dan perempuan yang pernah melakukan pembelian produk Krecek Sumber Rejeki. Dengan mengetahui karakteristik jenis kelamin responden, peneliti dapat memperoleh informasi mengenai kelompok konsumen yang mendominasi pembelian produk. Adapun distribusi responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Laki-Laki	167	47,9%
Perempuan	182	52,1%
Total	349	100%

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 4.1 diketahui bahwa dari total 349 responden, sebanyak 167 responden atau 47,9% berjenis kelamin laki-laki, sedangkan sebanyak 182 responden atau 52,1% berjenis kelamin perempuan. Data tersebut menunjukkan bahwa responden perempuan lebih mendominasi dibandingkan responden laki-laki dalam penelitian ini. Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen Usaha Krecek Sumber Rejeki didominasi oleh perempuan yang melakukan pembelian produk krecek.

2. Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui sebaran umur konsumen yang melakukan pembelian pada Usaha Krecek Sumber Rejeki. Pengelompokan usia responden dilakukan karena usia merupakan salah satu faktor yang dapat menggambarkan karakteristik konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk. Dengan mengetahui rentang usia responden, peneliti dapat memperoleh gambaran mengenai kelompok usia yang paling banyak menjadi konsumen Usaha Krecek Sumber Rejeki. Adapun distribusi responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden	Persentase
17-24	86	24,6%
25-32	132	37,8%
33-40	79	22,6%
41-50	52	14,9%
Total	349	100%

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 4.2 diketahui bahwa responden dengan usia 25–32 tahun merupakan kelompok yang paling dominan, yaitu sebanyak 132 orang atau 37,8% dari total responden. Selanjutnya, responden berusia 17–24 tahun berjumlah 86 orang atau 24,6%, responden berusia 33–40 tahun berjumlah 79 orang atau 22,6%, dan responden berusia 41–50 tahun berjumlah 52 orang atau 14,9%. Data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas konsumen Usaha Krecek Sumber Rejeki berada pada kelompok usia produktif, khususnya

rentang usia 25–32 tahun.

3. Domisili

Karakteristik responden berdasarkan domisili dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui wilayah tempat tinggal konsumen yang melakukan pembelian pada Usaha Krecek Sumber Rejeki. Pengelompokan domisili responden dilakukan untuk memberikan gambaran mengenai sebaran konsumen berdasarkan lokasi tempat tinggalnya. Informasi mengenai domisili responden dapat menunjukkan jangkauan pemasaran produk serta wilayah yang menjadi sumber utama konsumen Usaha Krecek Sumber Rejeki. Adapun distribusi responden berdasarkan domisili dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

Domisili	Jumlah Responden	Persentase
Kabupaten dan Kota Kediri	218	52,5%
Luar Kota	131	37,5%
Total	349	100%

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 4.3 diketahui bahwa sebagian besar responden berdomisili di Kabupaten dan Kota Kediri, yaitu sebanyak 218 orang atau 52,5% dari total responden. Sementara itu, responden yang berdomisili di luar Kota berjumlah 131 orang atau 37,5%. Data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas konsumen Usaha Krecek Sumber Rejeki berasal dari wilayah yang sama dengan lokasi usaha, yaitu Kediri. Hal ini menunjukkan bahwa produk yang ditawarkan lebih banyak dikenal dan diminati oleh masyarakat sekitar lokasi usaha.

4. Frekuensi Pembelian

Karakteristik responden berdasarkan frekuensi pembelian dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui seberapa sering konsumen melakukan pembelian produk pada Usaha Krecek Sumber Rejeki. Pengelompokan frekuensi pembelian dilakukan untuk memberikan gambaran mengenai tingkat intensitas pembelian konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Data frekuensi pembelian juga dapat menunjukkan tingkat loyalitas konsumen serta kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Adapun distribusi responden berdasarkan frekuensi pembelian dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian

Frekuensi Pembelian	Jumlah Responden	Persentase
2 Kali	92	26,4%
3 Kali	117	33,5%
Lebih dari 3 Kali	140	40,1%
Total	349	100%

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 4.4 diketahui bahwa responden yang melakukan pembelian lebih dari 3 kali merupakan kelompok yang paling dominan, yaitu sebanyak 140 orang atau 40,1% dari total responden. Selanjutnya, responden yang melakukan pembelian 3 kali sebanyak 117 orang atau 33,5%, sedangkan responden yang melakukan pembelian 2 kali sebanyak 92 orang atau 26,4%. Data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen Usaha Krecek Sumber Rejeki telah melakukan pembelian berulang, yang mengindikasikan adanya minat konsumen untuk kembali membeli produk yang ditawarkan.

C. Analisis Data

1. Uji Instrumen

Uji instrumen penelitian dilakukan untuk memastikan bahwa kuesioner yang digunakan mampu mengukur variabel penelitian secara tepat dan konsisten. Uji instrumen dalam penelitian ini meliputi uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas digunakan untuk mengetahui kemampuan setiap item pernyataan dalam mengukur variabel yang diteliti, sedangkan uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat konsistensi jawaban responden terhadap item-item pernyataan dalam kuesioner. Pengujian instrumen dilakukan dengan menggunakan bantuan program IBM SPSS Statistics 2025 terhadap data yang diperoleh dari 349 responden.

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana setiap item pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat. Pengujian validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan program IBM SPSS Statistics 2025 melalui analisis korelasi Product Moment Pearson antara skor masing-masing item dengan skor total variabel. Instrumen penelitian dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel pada taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Dengan demikian, item-item pernyataan yang memenuhi kriteria validitas dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data karena mampu

merepresentasikan variabel penelitian yang diukur. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil 35 responden dari keseluruhan responden untuk uji validitas instrument. Berikut hasil dari masing-masing variabel sebagai berikut:

Tabel 4.5

Uji Validitas Variabel Produk (X_1)

No	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Nilai Sig	Keterangan
1	Pernyataan 1	0.847	0.334	0.000	Valid
2	Pernyataan 2	0.891	0.334	0.000	Valid
3	Pernyataan 3	0.895	0.334	0.000	Valid
4	Pernyataan 4	0.800	0.334	0.000	Valid
5	Pernyataan 5	0.891	0.334	0.000	Valid
6	Pernyataan 6	0.869	0.334	0.000	Valid
7	Pernyataan 7	0.867	0.334	0.000	Valid
8	Pernyataan 8	0.842	0.334	0.000	Valid
9	Pernyataan 9	0.831	0.334	0.000	Valid
10	Pernyataan 10	0.881	0.334	0.000	Valid

Sumber: Data diolah di SPSS 25 (2026)

Berdasarkan tabel 4.5, Hasil tersebut menunjukkan jika seluruh r-hitung > r-tabel dan dapat ditarik kesimpulan bahwa 10 pernyataan pada X_1 (Produk) dapat dikatakan valid serta layak dipakai pada penelitian ini.

Tabel 4.6

Uji Validitas Variabel Harga (X_2)

No	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Nilai Sig	Keterangan
1	Pernyataan 1	0.820	0.334	0.000	Valid
2	Pernyataan 2	0.827	0.334	0.000	Valid
3	Pernyataan 3	0.895	0.334	0.000	Valid
4	Pernyataan 4	0.916	0.334	0.000	Valid
5	Pernyataan 5	0.884	0.334	0.000	Valid
6	Pernyataan 6	0.858	0.334	0.000	Valid
7	Pernyataan 7	0.867	0.334	0.000	Valid
8	Pernyataan 8	0.843	0.334	0.000	Valid
9	Pernyataan 9	0.790	0.334	0.000	Valid
10	Pernyataan 10	0.896	0.334	0.000	Valid

Sumber: Data diolah di SPSS 25 (2026)

Berdasarkan tabel 4.6, hasil tersebut menunjukkan jika seluruh r -hitung $>$ r -tabel dan dapat ditarik kesimpulan bahwa 10 pernyataan pada X_2 (Harga) dapat dikatakan valid serta layak dipakai pada penelitian ini.

Tabel 4.7

Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Nilai Sig	Keterangan
1	Pernyataan 1	0.861	0.334	0.000	Valid
2	Pernyataan 2	0.908	0.334	0.000	Valid
3	Pernyataan 3	0.783	0.334	0.000	Valid
4	Pernyataan 4	0.757	0.334	0.000	Valid
5	Pernyataan 5	0.858	0.334	0.000	Valid
6	Pernyataan 6	0.813	0.334	0.000	Valid
7	Pernyataan 7	0.807	0.334	0.000	Valid
8	Pernyataan 8	0.812	0.334	0.000	Valid
9	Pernyataan 9	0.729	0.334	0.000	Valid
10	Pernyataan 10	0.811	0.334	0.000	Valid

Sumber: Data diolah di SPSS 25 (2026)

Berdasarkan tabel 4.7, hasil tersebut menunjukkan jika seluruh r -hitung $>$ r -tabel dan dapat ditarik kesimpulan bahwa 10 pernyataan pada Y (Keputusan Pembelian) dapat dikatakan valid serta layak dipakai pada penelitian ini.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi dan keandalan instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang diteliti. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan program IBM SPSS Statistics 2025 melalui metode Cronbach's Alpha. Suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel apabila memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,70, yang menunjukkan bahwa item-item pernyataan

dalam kuesioner memiliki tingkat konsistensi yang baik dalam mengukur variabel penelitian. Dengan demikian, instrumen yang memenuhi kriteria reliabilitas dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data karena mampu menghasilkan data yang stabil dan dapat dipercaya. Adapun hasil uji reliabilitas instrumen penelitian disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4.8

Uji Reliabilitas Variabel Produk (X₁) Sebelum Diuji

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.960	10

Sumber: Data diolah di SPSS 25 (2026)

Pada tabel 4.8, yang sudah melakukan uji reliabilitas, Hasil nilai koefisien alpha yang diperoleh adalah 0.960 dengan 10 pernyataan. Pada ukuran kemantapan alpha nilai 0,960 dinyatakan lebih besar dari 0,7. Dengan demikian, instrumen produk dengan 10 pertanyaan dinyatakan reliabel.

Tabel 4.9

Uji Reliabilitas Variabel Produk (X₁) Setelah Diuji

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.962	10

Sumber: Data diolah di SPSS 25 (2026)

Pada tabel 4.9, yang sudah melakukan uji reliabilitas, Hasil nilai koefisien alpha yang diperoleh adalah 0.962 dengan 10 pernyataan. Pada ukuran kemantapan alpha nilai 0,962 dinyatakan lebih besar dari 0,7.

Dengan demikian, instrumen produk dengan 10 pertanyaan dinyatakan reliabel.

Tabel 4.10

Uji Reliabilitas Variabel Harga (X_2) Sebelum Diuji

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.958	10

Sumber: Data diolah di SPSS 25 (2026)

Pada tabel 4.10, yang sudah melakukan uji reliabilitas, Hasil nilai koefisien alpha yang diperoleh adalah 0.958 dengan 10 pernyataan. Pada ukuran kemantapan alpha nilai 0,958 dinyatakan lebih besar dari 0,7. Dengan demikian, instrumen harga dengan 10 pertanyaan dinyatakan reliabel.

Tabel 4.11

Uji Reliabilitas Variabel Harga (X_2) Setelah Diuji

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.959	10

Sumber: Data diolah di SPSS 25 (2026)

Pada tabel 4.11, yang sudah melakukan uji reliabilitas, Hasil nilai koefisien alpha yang diperoleh adalah 0.959 dengan 10 pernyataan. Pada ukuran kemantapan alpha nilai 0,959 dinyatakan lebih besar dari 0,7. Dengan demikian, instrumen harga dengan 10 pertanyaan dinyatakan reliabel.

Tabel 4.12

Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) Sebelum Diuji

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.943	10

Sumber: Data diolah di SPSS 25 (2026)

Pada tabel 4.12, yang sudah melakukan uji reliabilitas, Hasil nilai koefisien alpha yang diperoleh adalah 0.943 dengan 10 pernyataan. Pada ukuran kemantapan alpha nilai 0,943 dinyatakan lebih besar dari 0,7. Dengan demikian, instrumen keputusan pembelian dengan 10 pertanyaan dinyatakan reliabel.

Tabel 4.13

Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y) Setelah Diuji

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.937	10

Sumber: Data diolah di SPSS 25 (2026)

Pada tabel 4.13, yang sudah melakukan uji reliabilitas, Hasil nilai koefisien alpha yang diperoleh adalah 0.937 dengan 10 pernyataan. Pada ukuran kemantapan alpha nilai 0,937 dinyatakan lebih besar dari 0,7. Dengan demikian, instrumen keputusan pembelian dengan 10 pertanyaan dinyatakan reliabel.

D. Analisis Deskriptif

1. Deskriptif Statistik

Tabel 4.14

Output Deskriptif Statistik

		Statistics		
		X1	X2	Y
N	Valid	349	349	349
	Missing	0	0	0
Mean		35.6189	34.3840	31.2607
Median		36.0000	34.0000	31.0000
Mode		44.00 ^a	35.00	34.00

Statistics			
Std. Deviation	8.66296	8.29668	6.21022
Skewness	-.144	.052	.035
Std. Error of Skewness	.131	.131	.131
Kurtosis	-1.282	-1.153	-.436
Std. Error of Kurtosis	.260	.260	.260
Range	32.00	32.00	30.00
Minimum	18.00	18.00	17.00
Maximum	50.00	50.00	47.00
Sum	12431.00	12000.00	10910.00
a. Multiple modes exist. The smallest value is shown			

Sumber: Data diolah di SPSS 25 (2026)

Berdasarkan tabel 4.14, hasil statistik deskriptif dapat diketahui bahwa sampel (N) dari ketiga variabel berjumlah 349. Pada variabel produk (X1) dapat diketahui jumlah mean sebesar 35.6189, median sebesar 36.0000, standar deviasi 8.66296, nilai minimum dan maximum berturut-turut sebesar 18 dan 50 sehingga menghasilkan jumlah range sebesar 32.

Pada variabel harga (X2) dapat diketahui jumlah mean sebesar 34.3840, median sebesar 34.0000, standar deviasi 8.29668, nilai minimum dan maximum berturut-turut sebesar 18 dan 50 sehingga menghasilkan jumlah range sebesar 32.

Sedangkan pada variabel Keputusan pembelian (Y) dapat diketahui jumlah mean sebesar 31.2607, median sebesar 31.0000, standar deviasi 6.21022, nilai minimum dan maximum berturut-

turut sebesar 17 dan 47 sehingga menghasilkan jumlah range sebesar 30.

2. Distribusi Frekuensi

a. Produk

Dalam variabel produk dengan jumlah responden 349 memiliki nilai minimum dan maximum sebesar 18 dan 50. Diketahui nilai mean 35.6189 dan standar deviasi 8.66296.

Tabel 4.15

Kategori Variabel Produk

Scoring	Frekuensi	F Relatif	R Relatif Komulatif	Kategori
43-50	110	31,5%	100%	Sangat Tinggi
35-42	94	26,9%	68,5%	Tinggi
27-34	83	23,8%	41,6%	Sedang
19-26	60	17,2%	17,2%	Rendah
10-18	0	0,0%	0,0%	Sangat Rendah
Total	349	100%		

Sumber: Data diolah di SPSS 25 (2026)

Berdasarkan Tabel 4.15 diketahui bahwa sebagian besar responden menilai variabel produk pada kategori sangat tinggi, yaitu sebanyak 110 responden (31,5%). Selanjutnya, kategori tinggi sebanyak 94 responden (26,9%), kategori sedang sebanyak 83 responden (23,8%), dan kategori rendah sebanyak 60 responden (17,2%). Tidak terdapat responden yang berada pada kategori sangat rendah. Hasil tersebut menunjukkan bahwa secara umum konsumen memberikan penilaian yang baik terhadap produk yang ditawarkan oleh Usaha Krecek Sumber Rejeki.

b. Harga

Dalam variabel harga dengan jumlah responden 349 memiliki nilai

minimum dan maximum sebesar 18 dan 50. Diketahui nilai mean 34.3840 dan standar deviasi 8.29668.

Tabel 4.16
Kategori Variabel Harga

Scoring	Frekuensi	F Relatif	R Relatif Komulatif	Kategori
43-50	105	30,1%	100%	Sangat Tinggi
35-42	101	28,9%	69,9%	Tinggi
27-34	85	24,4%	41,0%	Sedang
19-26	58	16,6%	16,6%	Rendah
10-18	0	0,0%	0,0%	Sangat Rendah
Total	349			

Sumber: Data diolah di SPSS 25 (2026)

Berdasarkan Tabel 4.16 diketahui bahwa sebagian besar responden menilai variabel harga pada kategori sangat tinggi, yaitu sebanyak 105 responden (30,1%). Selanjutnya, kategori tinggi sebanyak 101 responden (28,9%), kategori sedang sebanyak 85 responden (24,4%), dan kategori rendah sebanyak 58 responden (16,6%). Tidak terdapat responden yang berada pada kategori sangat rendah. Hasil tersebut menunjukkan bahwa secara umum responden memberikan penilaian yang baik terhadap harga produk yang ditawarkan oleh Usaha Krecek Sumber Rejeki, sehingga harga dinilai sesuai dengan harapan dan pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian.

c. Keputusan Pembelian

Dalam variabel keputusan pembelian dengan jumlah responden 349 memiliki nilai minimum dan maximum sebesar 17 dan 47. Diketahui nilai mean 31.2607 dan standar deviasi 6.21022.

Tabel 4.17**Kategori Variabel Keputusan Pembelian**

Scoring	Frekuensi	F Relatif	R Relatif Komulatif	Kategori
43-50	121	34,7%	100%	Sangat Tinggi
35-42	98	28,1%	65,3%	Tinggi
27-34	79	22,6%	37,2%	Sedang
19-26	51	14,6%	14,6%	Rendah
10-18	0	0,0%	0,0%	Sangat Rendah
Total	349			

Sumber: Data diolah di SPSS 25 (2026)

Berdasarkan Tabel 4.17 diketahui bahwa sebagian besar responden menilai variabel keputusan pembelian pada kategori sangat tinggi, yaitu sebanyak 121 responden (34,7%). Selanjutnya, kategori tinggi sebanyak 98 responden (28,1%), kategori sedang sebanyak 79 responden (22,6%), dan kategori rendah sebanyak 51 responden (14,6%). Tidak terdapat responden yang berada pada kategori sangat rendah. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tingkat keputusan pembelian konsumen terhadap produk Usaha Krecek Sumber Rejeki tergolong tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar konsumen memiliki kecenderungan yang kuat untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh Usaha Krecek Sumber Rejeki.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian telah memenuhi asumsi-asumsi dasar sehingga hasil analisis yang diperoleh bersifat valid, tidak bias, dan dapat dipercaya. Dalam penelitian ini, uji asumsi

klasik dilakukan dengan menggunakan bantuan program IBM SPSS Statistics 2025 yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal, uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan yang kuat antar variabel independen, uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians residual dalam model regresi, sedangkan uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antara residual pada satu pengamatan dengan residual pada pengamatan lainnya. Apabila seluruh asumsi klasik tersebut terpenuhi, maka model regresi yang digunakan dinyatakan layak untuk dilakukan pengujian hipotesis lebih lanjut. Adapun hasil pengujian asumsi klasik disajikan pada bagian berikut.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal atau tidak. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk melihat normalitas data adalah dengan membandingkan nilai mean dan median, serta memperhatikan nilai skewness dan kurtosis. Berdasarkan Tabel 4.13 diketahui bahwa pada variabel produk (X_1) nilai mean sebesar 35,6189 sedangkan nilai median sebesar 36,0000, sehingga dapat dikatakan bahwa nilai mean mendekati nilai median. Dengan demikian, data pada variabel produk dapat dinyatakan berdistribusi normal. Pada variabel harga

(X_2) diperoleh nilai mean sebesar 34,3840 dan nilai median sebesar 34,0000, yang menunjukkan bahwa nilai mean juga mendekati nilai median sehingga data pada variabel harga dapat dinyatakan berdistribusi normal. Selanjutnya pada variabel keputusan pembelian (Y) diperoleh nilai mean sebesar 31,2607 dan nilai median sebesar 31,0000, sehingga dapat dikatakan bahwa nilai mean mendekati nilai median dan data pada variabel keputusan pembelian berdistribusi normal.

Selanjutnya, berdasarkan nilai skewness pada Tabel 4.13 diketahui bahwa variabel produk (X_1) memiliki nilai skewness sebesar -0,144, variabel harga (X_2) memiliki nilai skewness sebesar 0,052, dan variabel keputusan pembelian (Y) memiliki nilai skewness sebesar 0,035. Ketiga nilai skewness tersebut berada pada rentang -0,5 hingga 0,5, sehingga menunjukkan bahwa distribusi data cenderung simetris. Selain itu, nilai kurtosis pada variabel produk sebesar -1,282, variabel harga sebesar -1,153, dan variabel keputusan pembelian sebesar -0,436, yang masih menunjukkan pola distribusi yang mendekati normal. Dengan demikian, berdasarkan perbandingan nilai mean dan median serta didukung oleh nilai skewness dan kurtosis, dapat disimpulkan bahwa data pada variabel produk, harga, dan keputusan pembelian dalam penelitian ini berdistribusi normal sehingga memenuhi salah satu asumsi dalam analisis regresi.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan atau korelasi yang kuat antar variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak mengalami multikolinearitas sehingga masing-masing variabel independen dapat menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel dependen secara jelas. Dalam penelitian ini, uji multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan bantuan program IBM SPSS Statistics 2025 melalui nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas apabila nilai Tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 . Apabila kedua kriteria tersebut terpenuhi, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel independen dalam penelitian ini. Adapun hasil uji multikolinearitas disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4.18

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.715	.877		-.815	.416		
	X1	.463	.017	.645	26.738	.000	.999	1.001
	X2	.451	.018	.602	24.958	.000	.999	1.001

a. Dependent Variable: Y

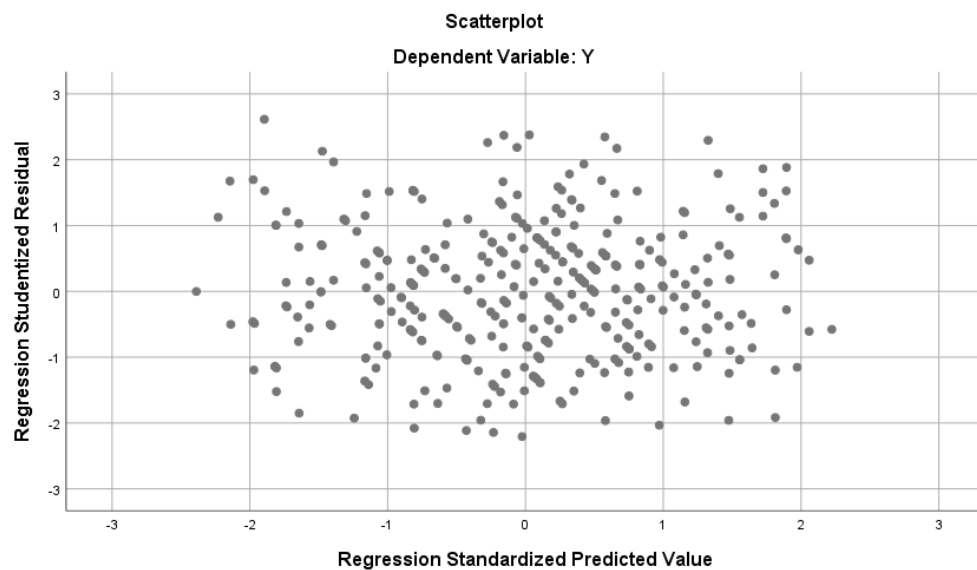
Sumber: Data diolah di SPSS 25 (2026)

Berdasarkan Tabel 4.18 diperoleh hasil bahwa variabel produk (X_1) memiliki nilai tolerance sebesar $0,999 > 0,10$ dan nilai VIF sebesar $1,001 < 10$. Selanjutnya, variabel harga (X_2) memiliki nilai tolerance sebesar $0,999 > 0,10$ dan nilai VIF sebesar $1,001 < 10$. Dengan demikian, kedua variabel independen tersebut memenuhi kriteria uji multikolinearitas, sehingga dapat dinyatakan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi. Hal ini menunjukkan bahwa variabel produk dan harga tidak memiliki hubungan yang kuat satu sama lain, sehingga layak digunakan dalam analisis regresi linear berganda.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi yang baik adalah model yang tidak mengalami heteroskedastisitas atau memiliki varians residual yang konstan (homoskedastisitas). Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan bantuan program IBM SPSS Statistics 2025 melalui metode Scatterplot, yaitu dengan melihat pola penyebaran titik-titik antara nilai ZPRED (nilai prediksi) dan SRESID (residual). Apabila titik-titik pada grafik menyebar secara acak, tidak membentuk pola tertentu, serta tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas. Adapun hasil uji heteroskedastisitas disajikan pada grafik berikut.

Gambar 4.1
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data diolah di SPSS 25 (2026)

Berdasarkan gambar 4.1, menunjukkan tidak terdapat pola yang terlihat jelas dan titik-titik tersebar secara merata (di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0), sehingga dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antara residual pada suatu pengamatan dengan residual pada pengamatan lainnya dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah model yang tidak mengalami autokorelasi sehingga kesalahan pengganggu (error) bersifat independen antar

pengamatan. Dalam penelitian ini, uji autokorelasi dilakukan dengan menggunakan bantuan program IBM SPSS Statistics 2025 melalui metode Durbin-Watson (DW Test). Dasar pengambilan keputusan dilakukan dengan membandingkan nilai Durbin-Watson yang diperoleh dengan nilai batas bawah (dL) dan batas atas (dU) pada tabel Durbin-Watson. Model regresi dinyatakan tidak mengalami autokorelasi apabila nilai Durbin-Watson berada di antara dU dan $(4 - dU)$. Adapun hasil uji autokorelasi dalam penelitian ini disajikan pada tabel berikut.

Table 4.19

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.894 ^a	.799	.797	2.79466	2.026
a. Predictors: (Constant), X2, X1					
b. Dependent Variable: Y					

Sumber: Data diolah di SPSS 25 (2026)

Berdasarkan Tabel 4.19 di atas diperoleh nilai Durbin-Watson (DW) sebesar 2,026. Dengan menggunakan tingkat signifikansi 5%, jumlah sampel 349 ($n = 349$), dan jumlah variabel independen 2 ($k = 2$), maka berdasarkan tabel Durbin-Watson diperoleh nilai dU sebesar 1,813. Karena nilai DW sebesar 2,026 lebih besar dari dU (1,813) dan lebih kecil dari $4 - dU$ (2,187), maka dapat disimpulkan bahwa model regresi berada pada daerah

tidak terjadi autokorelasi. Dengan demikian, model regresi dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi autokorelasi sehingga layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

4. Analisis Regresi Berganda

Uji korelasi ganda digunakan untuk mengetahui sejauh mana tingkat hubungan antara variabel produk (X_1) dan harga (X_2) secara simultan terhadap variabel keputusan pembelian (Y) pada konsumen Usaha Krecek Sumber Rejeki di Desa Kalirong, Dusun Becek, Kecamatan Tarokan, Kabupaten Kediri. Analisis korelasi ganda bertujuan untuk mengukur keeratan hubungan antara dua variabel independen secara bersama-sama dengan variabel dependen. Koefisien korelasi ganda dilambangkan dengan R , yang memiliki nilai antara 0 sampai 1 ($0 \leq R \leq 1$). Semakin mendekati angka 1, maka hubungan antara variabel independen dan variabel dependen semakin kuat. Sebaliknya, semakin mendekati angka 0, maka hubungan yang terjadi semakin lemah. Untuk mengetahui tingkat hubungan tersebut, nilai koefisien korelasi (R) dikonsultasikan dengan pedoman interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut: nilai interval koefisien 0,70–1,000 menunjukkan hubungan sangat kuat, nilai interval 0,50–0,699 menunjukkan hubungan kuat, nilai interval 0,30–0,499 menunjukkan hubungan cukup, nilai interval 0,10–0,299 menunjukkan hubungan rendah, dan nilai interval 0,00–0,099 menunjukkan hubungan sangat rendah.

Adapun hasil uji korelasi ganda dalam penelitian ini disajikan pada tabel berikut

Table 4.20
Hasil Analisis Regresi Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.715	.877		-.815	.416
	X1	.463	.017	.645	26.738	.000
	X2	.451	.018	.602	24.958	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah di SPSS 25 (2026)

Berdasarkan Tabel 4.20, maka dapat dirumuskan model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = -0,715 + 0,463X_1 + 0,451X_2$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

X₁ = Produk

X₂ = Harga

Penjelasan dari model persamaan regresi di atas adalah konstanta (a) sebesar -0,715, koefisien regresi variabel produk (X₁) sebesar 0,463, dan koefisien regresi variabel harga (X₂) sebesar 0,451. Nilai konstanta sebesar -0,715 menunjukkan bahwa apabila

variabel produk (X_1) dan harga (X_2) dianggap bernilai 0 atau tidak mengalami perubahan, maka nilai keputusan pembelian (Y) diprediksi sebesar -0,715. Koefisien regresi variabel produk (X_1) sebesar 0,463 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan pada variabel produk akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,463 satuan, dengan asumsi variabel harga (X_2) tetap atau konstan. Selanjutnya, koefisien regresi variabel harga (X_2) sebesar 0,451 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan pada variabel harga akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,451 satuan, dengan asumsi variabel produk (X_1) tetap atau konstan.

5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah variabel produk (X_1) dan harga (X_2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) pada konsumen Usaha Krecek Sumber Rejeki. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan program IBM SPSS Statistics 2025 melalui uji t (parsial) dan uji F (simultan). Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara individu terhadap variabel dependen, sedangkan uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan dilakukan dengan melihat nilai signifikansi (Sig.) pada tingkat kesalahan 5% ($\alpha = 0,05$). Apabila nilai signifikansi kurang dari 0,05

maka hipotesis diterima, yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan. Adapun hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini disajikan pada bagian berikut.

a. Uji t

Uji t (parsial) dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen, yaitu produk (X_1) dan harga (X_2), terhadap variabel dependen keputusan pembelian (Y) secara individual. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan program IBM SPSS Statistics 2025. Dasar pengambilan keputusan dalam uji t dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi (Sig.) dengan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$). Apabila nilai signifikansi $< 0,05$, maka hipotesis diterima yang berarti variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi $> 0,05$, maka hipotesis ditolak yang berarti variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dengan hipotesis dalam penelitian ini:

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) H_01 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan variabel produk terhadap keputusan pembelian pada Usaha Krecek Sumber Rejeki di Desa Kalirong, Dusun Becak, Kecamatan Tarokan, Kabupaten Kediri.

H_{a1}: Terdapat pengaruh yang signifikan variabel produk terhadap keputusan pembelian pada Usaha Krecek Sumber Rejeki di Desa Kalirong, Dusun Becek, Kecamatan Tarokan, Kabupaten Kediri.

2) H₀₂: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan variabel harga terhadap keputusan pembelian pada Usaha Krecek Sumber Rejeki di Desa Kalirong, Dusun Becek, Kecamatan Tarokan, Kabupaten Kediri.

H_{a2}: Terdapat pengaruh yang signifikan variabel harga terhadap keputusan pembelian pada Usaha Krecek Sumber Rejeki di Desa Kalirong, Dusun Becek, Kecamatan Tarokan, Kabupaten Kediri.

Untuk menguji pengaruh secara parsial dapat dilihat berdasarkan kriteria pengujian sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ dan nilai t hitung $> t$ tabel, maka H₀ ditolak dan H_a diterima, yang berarti variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ dan nilai t hitung $< t$ tabel, maka H₀ diterima dan H_a ditolak, yang berarti variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4.21
Hasil Uji t

Coefficients^a				
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.

Coefficients ^a						
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.715	.877		-.815	.416
	X1	.463	.017	.645	26.738	.000
	X2	.451	.018	.602	24.958	.000
a. Dependent Variable: Y						

Sumber: Data diolah SPSS 25 (2025)

Berdasarkan Tabel 4.21 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi variabel produk (X1) terhadap keputusan pembelian berdasarkan nilai t hitung > t tabel, yaitu sebesar $26,738 > 1,967$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hipotesis 1, H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pada variabel produk (X1) terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik produk yang ditawarkan, maka keputusan pembelian konsumen akan semakin meningkat. Hal ini didukung oleh nilai koefisien regresi (B) sebesar 0,463 yang bernilai positif.

Diketahui bahwa nilai signifikansi variabel harga (X2) terhadap keputusan pembelian berdasarkan nilai t hitung > t tabel, yaitu sebesar $24,958 > 1,967$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hipotesis 2, H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan pada variabel harga (X2) terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin sesuai harga yang ditetapkan, maka keputusan pembelian konsumen akan

semakin meningkat. Hal ini didukung oleh nilai koefisien regresi (B) sebesar 0,451 yang bernilai positif.

Berdasarkan hasil uji t dapat disimpulkan bahwa variabel produk dan harga masing-masing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian, secara parsial variabel produk dan harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Usaha Krecek Sumber Rejeki di Desa Kalirong, Dusun Becek, Kecamatan Tarokan, Kabupaten Kediri.

b. Uji F

Uji F (simultan) dilakukan untuk mengetahui apakah variabel produk (X_1) dan harga (X_2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y) pada konsumen Usaha Krecek Sumber Rejeki. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan program IBM SPSS Statistics 2025. Dasar pengambilan keputusan dalam uji F dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi (Sig.) dengan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$) serta membandingkan nilai F hitung dengan F tabel. Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ dan nilai F hitung $> F$ tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi $> 0,05$ dan nilai F hitung $< F$ tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Adapun kriteria pengujian persamaan regresi secara simultan (uji F) adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti seluruh variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, yang berarti seluruh variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Berikut langkah-langkah penentuan uji model regresi (uji F) dalam penelitian ini:

- 1) Menentukan Hipotesis

H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada Usaha Krecek Sumber Rejeki di Desa Kalirong, Dusun Becek, Kecamatan Tarokan, Kabupaten Kediri.

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada Usaha Krecek Sumber Rejeki di Desa Kalirong, Dusun Becek, Kecamatan Tarokan, Kabupaten Kediri.

- 2) Level of Significance

$$\alpha = 0,05$$

- 3) Menentukan F hitung

Nilai F hitung diperoleh dari hasil output analisis regresi linear berganda menggunakan IBM SPSS Statistics 2025.

4) Menentukan F tabel

Dengan menggunakan tingkat keyakinan 95%, $\alpha = 5\%$, df pembilang = $k = 2$ (jumlah variabel independen), dan df penyebut = $n - k - 1 = 349 - 2 - 1 = 346$, maka diperoleh nilai F tabel sebesar 3,02.

5) Kriteria dan Aturan Pengujian

H_0 diterima apabila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$.

H_0 ditolak apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$.

6) Membandingkan F hitung dengan F tabel

Dengan membandingkan nilai F hitung dan F tabel, dapat ditentukan apakah H_0 diterima atau ditolak. Apabila nilai F hitung lebih besar dari F tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka variabel produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berikut hasil uji signifikansi koefisien regresi secara simultan (uji F) menggunakan IBM SPSS Statistics 2025.

Tabel 4.22

Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10718.961	2	5359.480	686.220	.000 ^b
	Residual	2702.311	346	7.810		
	Total	13421.272	348			

a. Dependent Variable: Y

ANOVA ^a
b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Data diolah SPSS 25 (2026)

Berdasarkan tabel 4.22 menunjukkan hasil nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F-hitung sebesar $686,220 > F\text{-tabel} \pm 3,02$ (H_0 ditolak dan H_a diterima). Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan atau bersama-sama variabel independen yaitu X_1 dan X_2 terhadap variabel dependen Y. Dengan demikian, variabel X_1 dan X_2 secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Y, sehingga model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan layak dan dapat digunakan untuk menjelaskan variasi perubahan pada variabel dependen.

6. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen dalam model penelitian. Nilai koefisien determinasi (R Square) berada pada rentang 0 sampai 1, dimana semakin mendekati angka 1 maka semakin besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen, sedangkan semakin mendekati 0 menunjukkan bahwa kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen semakin lemah. Dengan demikian, uji ini memberikan gambaran mengenai kontribusi variabel X_1 dan X_2 terhadap variabel Y dalam penelitian ini.

Table 4.23**Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2)**

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.894 ^a	.799	.797	2.79466
a. Predictors: (Constant), X2, X1				
b. Dependent Variable: Y				

Sumber: Data diolah di SPSS 25 (2026)

Berdasarkan tabel 4.23, dapat diketahui bahwa hubungan/korelasi antara variabel X1 dan X2 dengan variabel Y ditunjukkan oleh besarnya nilai R yaitu 0,894. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X₁ dan X₂ memiliki hubungan yang sangat kuat terhadap variabel Y.

Koefisien determinasi atau R Square memiliki nilai sebesar 0,799, artinya besarnya pengaruh variabel X₁ dan X₂ terhadap variabel Y adalah sebesar 79,9%, sedangkan sisanya sebesar 20,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti faktor-faktor lain di luar model penelitian yang dapat memengaruhi variabel Y.