BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran tentang objek penelitian

1. Profil Usaha Rumah Dannis Collection

Berawal dari rasa keprihatinan seorang ibu rumah tangga asal Surabaya setelah mengamati gaya busana muslim khususnya busana muslim anak-anak yang cuma begitu-begitu saja alias monoton, kaku dan miskin inovasi, maka didirikanlah Rumah Dannis Collection pada awal tahun 1996 untuk memenuhi kerinduan masyarakat muslim akan model-model busana anak yang keren, trendy dan innovatif serta dengan harga yang relative terjangkau. Awal didirikannya Rumah Dannis Collection oleh ibu Tati Hartati atau yang biasa dipanggil ibu Cici itu cuma sebatas home industry saja yang Cuma memiliki 2 orang karyawan saja dan cuma mampu menghasilkan ± 50 potong pakaian. Namun setelah melalui banyak proses dan hambatan Rumah Dannis Collection mengalami perubahan dan perkembangan yang begitu pesat, akhirnya saat ini Rumah Dannis Collection mempunyai 150 orang karyawan dan mampu menghasilkan 5000 potong pakaian. Bahkan Rumah Dannis Collection saat ini sudah mempunyai banyak agen dan reseller di berbagai kota yang ada di seluruh wilayah Indonesia ini, salah satunya yaitu reseller yang ada di Jl Menganti Kedurus No 25 Surabaya yang memiliki kontak 085103078101 dan pin BB 25C22D02

2. Motto

Mencintai dan memproduksi barang yang berkualitas dan terindah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Visi dan Misi

a. Visi

Berusaha keras dengan semangat kebersamaan menjadikan Rumah Dannis Collection sebagai produsen busana muslim anak dan keluarga serta perlengkapan keluarga muslim

b. Misi

Berusaha keras dengan semangat kebersamaan menjadikan Rumah Dannis Collection sebagai pejuang dibarisan terdepan untuk memasyarakatkan busana dan perlengkapan muslim diseluruh dunia.

B. Penyajian Data

1. Data Demografi Responden

PEKERJAAN	RESPONDEN	PERSEN
Pegawai Negeri / Swasta	40	42,1 %
Wiraswasta	36	37,89 %
Mahasiswa / Pelajar	16	16, 84 %
Profesional (Dokter, Insinyur, dll	3	3,15 %

PENDIDIKAN	RESPONDEN	PERSEN
SMP	13	13,68 %
SMA	54	56,84 %

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

AKADEMI / D3	9	9,47 %
UNIVERSITAS (S1 dan S2)	19	20 %

USIA	RESPONDEN	PERSEN
21-30 Tahun	46	17.9%
31-40 Tahun	31	30.8%
41-50 Tahun	17	24.4%
> 50 Tahun	1	26.9%
TOTAL	95	100%

JENIS KELAMIN	RESPONDEN	PERSEN
LAKI-LAKI	27	25.6%
PEREMPUAN	68	74.4%
TOTAL	95	100%

2. Karakteristik Jawaban Responden

a. Kualitas Produk

Tabel 4.1

No.	Pernyataan	Jumlah orang yang menjawab dengan					Jumlah responden
		SS	S	N	TS	STS	

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

X1							
1.	Saya membeli Dannis karena awet dan tahan lama.	44	51	0	0	0	95
2.	Saya membeli Dannis karena nyaman dipakai.	30	54	10	0	1	95
3.	Saya membeli Dannis karena menggunakan bahan yang berkualitas.	27	57	11	0	0	95
4.	Saya membeli Dannis karena jahitannya rapi.	26	54	15	0	0	95
5.	Saya membeli Dannis karena produknya bermacam-macam tidak hanya busana muslim saja melainkan ada tas, dompet, kerudung, dll.	33	47	15	0	0	95

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

6	Saya membeli Dannis karena memiliki banyak pilihan warnanya	34	50	11	0	0	95
7	Saya membeli Dannis karena memiliki berbagai macam ukuran	30	60	5	0	0	95
8.	Saya membeli Dannis karena modelnya yang bagus, indah dan terbaru	65	30	0	0	0	95

Dari tabel diatas dapat dilihat dari 95 responden yang membeli Dannis karena awet dan tahan lama, 44 responden menyatakan sangat setuju, 51 responden menyatakan setuju. Pada paragraph ini, banyak responden yang menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa Dannis awet dan tahan lama.

Untuk responden yang membeli Dannis karena nyaman dipakai, 30 responden menyatakan sangat setuju, 54 responden menyatakan setuju, 10 responden menyatakan netral. pada paragraph ini, banyak responden yang menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa Dannis nyaman dipakai.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Untuk responden yang membeli Dannis karena menggunakan bahan yang berkualitas, 27 responden menyatakan sangat setuju, 57 responden menyatakan setuju, 11 responden menyatakan netral. Pada paragraph ini, banyak responden yang menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa Dannis menggunakan bahan yang berkualitas.

Untuk responden yang membeli Dannis karena jahitannya rapi, 26 responden menyatakan sangat setuju, 54 responden menyatakan setuju, 15 responden menyatakan netral. Pada paragraph ini, banyak responden yang menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa Dannis jahitannya rapi.

Untuk responden yang membeli Dannis karena produknya bermacam-macam tidak hanya busana muslim saja melainkan ada tas, dompet, kerudung, dll, 33 responden menyatakan sangat setuju, 47 responden menyatakan setuju, 15 responden menyatakan netral. pada paragraph ini, banyak responden yang menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa Dannis produknya bermacam-macam.

Untuk responden yang membeli Dannis karena memiliki banyak pilihan warnanya, 34 responden menyatakan sangat setuju, 50 responden menyatakan setuju, 11 responden menyatakan netral. Pada paragraph ini, banyak responden yang menyatakan setuju dan sangat setuju Dannis memiliki banyak pilihan warna

Untuk responden yang membeli Dannis karena memiliki berbagai macam ukuran, 30 responden menyatakan sangat setuju, 60

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

responden menyatakan setuju, 5 responden menyatakan netral. Pada paragraph ini, banyak responden yang menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa Dannis memiliki berbagai macam ukuran.

Untuk responden yang membeli Dannis karena modelnya yang bagus, indah dan terbaru, 65 responden menyatakan sangat setuju, 30 responden menyatakan setuju. Pada paragraph ini, banyak responden yang menyatakan setuju dan sangat setuju bahwa Dannis modelnya bagus, indah dan terbaru.

b. Word of mouth

Tabel 4.2

No.	Pernyataan	Jumlah orang yang menjawab dengan					Jumlah responden
		SS	S	N	TS	STS	
X2							
9	Saya sering membicarakan produk Rumah Dannis kepada orang lain	20	35	15	10	15	95
10	Saya sering membicarakan hal-hal yang positif dari Rumah Dannis kepada orang lain	15	25	20	20	15	95

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

11	Saya sering merekomendasik -an produk-produk Rumah Dannis kepada orang lain	25	15	40	10	5	95
12	Saya sering mengajak orang lain untuk membeli atupun menggunakan produk dari Rumah Dannis	17	30	33	5	10	95

Dari tabel diatas dapat dilihat dari 95 responden yang sering membicarakan produk Rumah Dannis kepada orang lain, 20 responden menyatakan sangat setuju, 35 responden menyatakan setuju, 15 responden menyatakan netral, 10 responden menyatakan tidak setuju, 15 responden menyatakan sangat tidak setuju.

Untuk responden yang sering membicarakan hal-hal yang positif dari Rumah Dannis kepada orang lain, 15 responden menyatakan sangat setuju, 25 responden menyatakan setuju, 20 responden menyatakan netral, 20 responden menyatakan tidak setuju, 15 responden menyatakan sangat tidak setuju.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Untuk responden yang sering merekomendasikan produk-produk Rumah Dannis kepada orang lain, 25 responden menyatakan sangat setuju, 15 responden menyatakan setuju, 40 responden menyatakan netral, 10 responden menyatakan tidak setuju, 5 responden menyatakan sangat tidak setuju.

Untuk responden yang sering mengajak orang lain untuk membeli atau menggunakan produk dari Rumah Dannis, 17 responden menyatakan sangat setuju, 30 responden menyatakan setuju, 33 responden menyatakan netral, 5 responden menyatakan tidak setuju, 10 responden menyatakan sangat tidak setuju.

c. Keputusan Pembelian

Tabel 4.3

No.	Pernyataan	Jumlah orang yang menjawab dengan					Jumlah responden
		SS	S	N	TS	STS	
Y							
13	Saya menyadari adanya kebutuhan untuk membeli produk-produk dari Rumah Dannis	35	15	30	5	10	95
14.	Saya menyadari adanya rasa ingin	45	35	15	0	0	95

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	menggunakan produk-produk dari Rumah Dannis						
15.	Saya memperoleh informasi tentang Rumah Dannis dari internet, teman, maupun kerabat	30	40	25	0	0	95
16.	Saya mengetahui macam-macam produk Rumah Dannis dari teman maupun kerabat	20	45	20	10	0	95
17.	Saya mencari tahu tentang kualitas produk Rumah Dannis dari teman maupun kerabat	15	35	25	15	5	95
18.	Saya berusaha memenuhi kebutuhan keluarga dengan Rumah Dannis	10	15	45	10	15	95

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

19.	Saya mencari manfaat tertentu dari produk yang dihasilkan oleh Rumah Dannis	30	35	25	5	0	95
20.	Saya memutuskan untuk membeli dan menggunakan produk dari Rumah Dannis karena kualitas produknya	45	40	10	0	0	95
21	Saya memutuskan untuk membeli dan menggunakan produk dari Rumah Dannis karena harganya	0	0	10	40	45	95
22	Saya memutuskan untuk membeli dan menggunakan produk dari Rumah Dannis karena kualitas pelayanannya	45	30	20	0	0	95

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

23	saya merasa puas telah membeli dan menggunakan	30	35	20	10	0	95
24	Saya mempunyai keinginan membeli dan menggunakan produk dari Rumah Dannis	15	20	45	15	0	95

Dari tabel diatas dapat dilihat dari 95 responden yang menyadari adanya kebutuhan untuk membeli produk-produk dari Rumah Dannis, 35 responden menyatakan sangat setuju, 15 responden menyatakan setuju, 30 responden menyatakan netral, 5 responden menyatakan tidak setuju, 10 responden menyatakan sangat tidak setuju.

Untuk responden yang menyadari adanya rasa ingin menggunakan produk-produk dari Rumah Dannis, 45 responden menyatakan sangat setuju, 35 responden menyatakan setuju, 15 responden yang menyatakan netral. Pada paragraph ini, banyak responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju bahwa adanya rasa ingin menggunakan produk-produk dari Dannis.

Untuk responden yang memperoleh informasi tentang Rumah Dannis dari internet, teman, maupun kerabat, 30 responden

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menyatakan sangat setuju, 40 responden menyatakan setuju, 25 responden menyatakan netral, tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Untuk responden yang mengetahui macam-macam produk Rumah Dannis dari teman maupun kerabat, 20 responden menyatakan sangat setuju, 45 responden menyatakan setuju, 20 responden menyatakan netral, 10 responden menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

Untuk responden yang mencari tahu tentang kualitas produk Rumah Dannis dari teman maupun kerabat, 15 responden menyatakan sangat setuju, 35 responden menyatakan setuju, 25 responden menyatakan netral, 15 responden menyatakan tidak setuju, 5 responden menyatakan sangat tidak setuju.

Untuk responden yang berusaha memenuhi kebutuhan keluarga dengan Rumah Dannis, 10 responden menyatakan sangat setuju, 15 responden menyatakan setuju, 45 responden menyatakan netral, 10 responden menyatakan tidak setuju, 15 responden menyatakan sangat tidak setuju.

Untuk responden yang mencari manfaat tertentu dari produk yang dihasilkan oleh Rumah Dannis, 30 responden menyatakan sangat setuju, 35 responden menyatakan setuju, 25 responden

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menyatakan netral, 5 responden menyatakan tidak setuju, dan tidak responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

Untuk responden yang memutuskan untuk membeli dan menggunakan produk dari Rumah Dannis karena kualitas produknya, 45 responden menyatakan sangat setuju, 40 responden menyatakan setuju, 10 responden menyatakan netral, tidak responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Untuk responden yang memutuskan untuk membeli dan menggunakan produk dari Rumah Dannis karena harganya, tidak ada responden yang menyatakan sangat setuju dan setuju, 10 responden menyatakan netral, 40 responden menyatakan tidak setuju, 45 responden menyatakan sangat tidak setuju.

Untuk responden yang memutuskan untuk membeli dan menggunakan produk dari Rumah Dannis karena kualitas pelayanannya, 45 responden menyatakan sangat setuju, 30 responden menyatakan setuju, 20 responden menyatakan netral, tidak responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Untuk responden yang merasa puas telah membeli dan menggunakan produk Rumah Dannis, 30 responden menyatakan sangat setuju, 35 responden menyatakan setuju, 20, responden

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menyatakan netral, 10 responden menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

Untuk responden yang mempunyai keinginan membeli dan menggunakan produk dari Rumah Dannis, 15 responden menyatakan sangat setuju, 20 responden menyatakan setuju, 45 responden menyatakan netral, 15 responden menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

3. **Uji Validitas Instrumen Penelitian**

a. Variabel Kualitas Produk

Dalam variabel kualitas produk, terdapat 7 pernyataan. Berikut adalah hasil validasi pernyataan tersebut.

Tabel 4.4 **: 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
VAR00001	29.0947	7.682	.357	.345	.718
VAR00002	29.3579	7.679	.252	.140	.741
VAR00003	29.3579	7.190	.481	.381	.695
VAR00004	29.4316	7.184	.454	.391	.700
VAR00005	29.3474	6.995	.482	.357	.694
VAR00006	29.2947	7.082	.464	.364	.697

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

VAR00007	29.4737	7.039	.442	.426	.702
VAR00008	29.4000	7.030	.483	.340	.694

Tabel 4.5 **: Uji Validitas**

No.	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	.357	0,168	Valid
2.	.252	0,168	Valid
3.	.481	0,168	Valid
4.	.454	0,168	Valid
5.	.482	0,168	Valid
6.	.464	0,168	Valid
7.	.442	0,168	Valid
8.	.483	0,168	Valid

Berdasarkan table diatas dapat disimpulkan bahwa semua item dalam variabel kualitas produk dinyatakan valid karena memiliki r hitung yang lebih besar daripada r tabel.

b. Variabel *Word of mouth*

Tabel 4.6**: 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

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

VAR00001	10.4947	5.636	.705	.556	.860
VAR00002	10.5158	5.465	.739	.602	.847
VAR00003	10.6211	5.174	.779	.678	.832
VAR00004	10.6842	5.303	.743	.641	.846

***Tabel 4.7* : Uji Validitas**

No.	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	0,705	0,168	Valid
2.	0,739	0,168	Valid
3.	0,779	0,168	Valid
4.	0,743	0,168	Valid

Semua item dalam variabel *Word of mouth* dinyatakan valid karena memiliki r hitung yang lebih besar daripada r tabel

c. Variabel Keputusan pembelian konsumen

***Tabel 4.8* : 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
VAR00001	41.6842	34.899	.683	.596	.839
VAR00002	41.3263	36.009	.630	.509	.843
VAR00003	41.0211	34.978	.647	.583	.841

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

VAR00004	41.0842	38.078	.450	.458	.854
VAR00005	41.0421	36.700	.575	.465	.847
VAR00006	41.5895	34.117	.651	.488	.840
VAR00007	41.4737	32.465	.731	.586	.833
VAR00008	40.9579	36.445	.572	.544	.847
VAR00009	41.9263	38.175	.196	.420	.882
VAR00010	41.2105	34.594	.701	.627	.837
VAR00011	40.9158	39.780	.303	.178	.861
VAR00012	41.3474	37.740	.451	.283	.854

Tabel 4.9 **: Uji Validitas**

No.	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	0,683	0,168	Valid
2.	0,630	0,168	Valid
3.	0,647	0,168	Valid
4.	0,450	0,168	Valid
5.	0,575	0,168	Valid
6.	0,651	0,168	Valid
7.	0,731	0,168	Valid
8.	0,572	0,168	Valid
9.	0,196	0,168	Valid
10	0,701	0,168	Valid

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

11	0,303	0,168	Valid
12	0,451	0,168	Valid

Semua item dalam variabel keputusan pembelian konsumen dinyataka valid karena memiliki r hitung yang lebih besar daripada r table

4. Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

a. Variabel Kualitas Produk

Tabel 4.10 **: Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.733	**.734**	**8**

Nilai Cronbach's Alpha dalam tabel diatas adalah 0.733>0,168. Jadi, seluruh item pernyataan tentang kualitas produk reliabel dan berdasarkan tabel kriteria indeks reliabilitas diatas keandalannya tergolong sangat tinggi.

b. Variabel Word of mouth

Tabel 4.11 : Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

.880	**.880**	**4**

Nilai Cronbach's Alpha dalam tabel diatas adalah 0.880>0,168. Jadi, seluruh item pernyataan tentang kualitas pelayanan reliabel dan berdasarkan tabel kriteria indeks reliabilitas diatas keandalannya tergolong sangat tinggi.

c. Variabel Keputusan pembelian konsumen

Tabel 4.12 **: Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.860	**.866**	**12**

Nilai Cronbach's Alpha dalam tabel diatas adalah 0.860>0,168. Jadi, seluruh item pernyataan tentang kepuasan pelanggan reliabel dan berdasarkan tabel kriteria indeks reliabilitas diatas keandalannya tergolong sangat tinggi.

Tabel 4.13 **: Correlations**

	Kualitas Produk	Word of mouth	Keputusan Pembelian Konsumen

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Spearman's rho	Kualitas Produk	Correlation Coefficient	**1.000**	**.118**	**.354****
		Sig. (2-tailed)	**.**	**.255**	**.000**
		N	**95**	**95**	**95**
	Word of mouth	Correlation Coefficient	**.118**	**1.000**	**.557****
		Sig. (2-tailed)	**.255**	**.**	**.000**
		N	**95**	**95**	**95**
	Keputusan Pembelian Konsumen	Correlation Coefficient	**.354****	**.557****	**1.000**
		Sig. (2-tailed)	**.000**	**.000**	**.**
		N	**95**	**95**	**95**

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

5. Analisis Data

a. Analisis Korelasi Rank Spearman

Dari tabel hasil korelasi di atas dapat dilihat bahwa hubungan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian konsumen di Rumah Dannis Menganti Surabaya di atas berkorelasi positif, begitu juga hubungan antara *Word of mouth* terhadap keputusan pembelian konsumen. Hubungan yang rendah/lemah terjadi antara kualitas produk dengan keputusan pembelian konsumen di Rumah Dannis Menganti Surabaya dengan besar koefisien korelasi 0,354. Sedangkan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

hubungan antara *Word of mouth* dengan keputusan pembelian konsumen relatif tinggi dengan besar koefisien korelasi 0,557.

Dari hasil tersebut dapat diperoleh kesimpulan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh kepada keputusan pembelian konsumen di Rumah Dannis Menganti Surabaya. Akan tetapi *Word of mouth* berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Rumah Dannis Menganti Surabaya. Artinya kualitas produk tidak terlalu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Sedangkan *Word of mouth* memberikan pengaruh kepada keputusan pembelian konsumen.

b. **Uji Hipotesis**

1) Pengaruh kualitas produk terhdap keputusan pembelian

sesuai dengan rumusan hipotesis yang pertama dalam penelitian ini, yaitu:

H_a = terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian konsumen di Rumah Dannis Menganti Surabaya

H_O =tidak terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian konsumen di Rumah Dannis Menganti Surabaya

Dari hasil diketahui bahwa nilai signifikansi adalah sebesar 0.000 artinya Ha diterima dan Ho ditolak. Berarti bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian konsumen.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) Pengaruh word of mouth terhadap keputusan pembelian

Sesuai dengan rumusan hipotesis kedua dalam penelitian ini, yaitu:

H_a = terdapat hubungan yang signifikan antara *Word of mouth* dengan keputusan pembelian konsumen di Rumah Dannis Menganti Surabaya

H_O = tidak terdapat hubungan yang signifikan antara *Word of mouth* dengan keputusan pembelian konsumen di Rumah Dannis Menganti Surabaya

Dari hasil penelitian didapat nilai signifikansi sebesar 0.000 artinya Ha diterima dan Ho ditolak. Berarti bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara Word of mouth dengan keputusan pembelian konsumen.

c. Nilai Pengaruh

1. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian

   Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian rendah. Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan korelasi Spearman yang memiliki nilai 0,354.

2. Pengaruh word of mouth terhadap keputusan pembelian

   Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, pengaruh word of mouth terhadap keputusan pembelian sedang. Hal ini

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dibuktikan dengan hasil perhitungan korelasi Spearman yang memiliki nilai 0,557.

6. Pembahasan

a. Hipotesis

1) Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan hasil penelitian bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan korelasi Spearman 0,000. Indikator kualitas produk, yaitu:

a) Daya tahan produk
b) Kinerja produk di Rumah Dannis Menganti Surabaya, meliputi kenyamanan produk ketika dipakai, kualitas bahan, dan kerapihan jahitan.
c) Fitur produk di Rumah Dannis Menganti Surabaya, seperti kelengkapan yang dijual di Rumah Dannis.
d) Estetik yaitu nilai penampilan produk di Rumah Dannis Menganti Surabaya, seperti warna produk, model produk, dan keunikan-keunikan tersendiri yang tidak bisa ditemukan di produk-produk busana muslim lainnya.

2) Pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan hasil penelitian bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara word of mouth dengan keputusan pembelian.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Ha ini dibuktikan dengan hasil perhitungan korelasi Spearman 0,000.

Indikator *word of mouth*,yaitu:

a) Membicarakan
b) Merekomendasikan
c) Mendorong
d) Nilai korelasi

3) Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian rendah yang hanya memiliki nilai 0,354

4) Pengaruh word of mouth terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh word of mouth terhadap keputusan pembelian tinggi yang memiliki nilai 0,557.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id