

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### A. Deskripsi Umum Objek Penelitian

##### 1. Gambaran Umum Objek Penelitian

###### a. Sejarah Berdirinya

UD Suwaga Jaya berdiri pada tahun 1975. UD Suwaga Jaya ini adalah salah satu UKM yang mampu bertahan hingga kurang lebih selama 35 tahun. UD Suwaga Jaya merupakan usaha yang bergerak dibidang pembuatan makanan olahan ikan bandeng. Ibu Muzanah sebagai perintis usaha ini tidaklah mudah. Mereka merintis usaha pembuatan makanan olahan ikan bandeng ini dari bawah yaitu dengan melakukan produksi jika mendapat pesanan dari tetangga-tetangga dekat saja.

UD Suwaga Jaya ini merupakan produsen, penjual, dan pemasok produk makanan olahan ikan bandeng ke beberapa daerah di Kota Gresik, Surabaya, dan Jakarta. Usaha ini mampu bertahan sekian lama ditengah maraknya persaingan usaha-usaha sejenis di wilayah Jawa Timur khususnya Kota Gresik.

Berdirinya UD Suwaga Jaya ini berawal dari kreatifitas Ibu Muzanah selaku pemilik usaha ini untuk memanfaatkan hasil utama di Kota Gresik yaitu ikan bandeng. Produk UD Suwaga Jaya ini mempunyai diversifikasi produk olahan ikan bandeng yang meliputi pembuatan otak-otak bandeng, bandeng asap, bandeng cabut duri,

berbagai macam kerupuk ikan dan macam pengolahan khas Kota Gresik lainnya.

**b. Profil Pemilik**

Nama : H. Achmad Zakki Rosidi, SH  
 Tempat tanggal lahir : Gresik 9 Februari 1980  
 Pekerjaan : Wiraswasta  
 Alamat Produksi : Jl. Sindujoyo XI No. 29 Gresik  
 Email : bumuzanahsthore@yahoo.co.id  
 Merek Dagang : Bu Muzanah

**c. Visi dan Misi Usaha**

**Visi** :

- Meningkatkan taraf kesejahteraan masyarakat sekitar dengan cara bekerja sama dengan masyarakat yang mempunyai usaha makanan khas Gresik.
- Menjunjung tinggi kesetaraan dalam bermitra usaha.
- Berorientasi dalam kualitas dan kuantitas dengan perhitungan efektifitas dan efisiensi dalam bekerja.

**Misi** : Melestarikan makanan Khas Gresik.

**d. Legalitas Perusahaan**

- Surat Tanda Daftar Perusahaan (TDP)  
 Nomor : 13.02.5.52.17555
- Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP)

Nomor : 08.666.167.5-612.00

- Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP)

Nomor : 689/437.56/SIUP.K/XII/2009

- Sertifikasi Halal MUI

Nomor : LPPOM MUI 07030008190210

- Surat Keterangan Domisili Usaha

Nomor : 470/237/437.101.21/2011

**e. Struktur Organisasi**

- a) Pembina : Acmad Sudirjono, S. Pi (Dinas Kelautan Perikanan dan Peternakan Kabupaten Gresik)
- b) Pimpinan : H. Achmad Zakki Rosidi, SH
- c) Sekretaris : H. Sugianto
- d) Bendahara : Uswatun Khasanah
- e) Sie Produksi : Muhammad Thohir
- f) Sie. Humas : Vibrio Yulian Dontiawan, ST

f. Produk Yang Dihasilkan

a) Otak-Otak Bandeng



b) Bandeng Asap (berduri dan tanpa duri)



## c) Bandeng Tanpa Duri



## d) Bandeng Presto



## g. Lokasi Tempat Usaha

UD Usaha Suwaga Jaya mempunyai 2 tempat produksi yang berlokasi di Kelurahan Kroman, Kabupaten Gresik, yaitu:

- Tempat produksi pertama berlokasi di Jalan Sidujoyo XI/6 Gresik yang digunakan sebagai tempat penerimaan bahan baku ikan

bandeng, pengolahan ikan bandeng, pengolahan bumbu, serta penyimpanan kardus-kardus/ kertas pengemasan.

- Tempat produksi kedua berlokasi di Jalan Sindujoyo XI/29 Gresik yang digunakan sebagai tempat pemasukan bumbu pada selongsong kulit ikan, pembakaran ikan bandeng, serta penyimpanan kardus-kardus/kertas pengemasan lainnya.
- Tempat pemasaran produk/toko berlokasi di Jalan Sindujoyo No. 68 Gresik yang digunakan sebagai tempat penjualan hasil olahan UD Usaha Suwaga Jaya. Lokasi produksi dan pemasaran/toko yang berstatus milik sendiri ini dipilih karena lokasinya yang strategis dengan kedekatan bahan baku, sarana transportasi dan pemasaran, serta pembuangan limbah.

#### h. Tenaga Kerja

No	Pekerjaan	Tenaga Kerja		
		Jumlah	Jenis Kelamin	
			Laki-Laki	Perempuan
1	Manajer (Bagian Produksi, pemasaran, keuangan dan bendahara)	5	4	1
2	Bagian Produksi	5		5
	• Pemilihan dan pembelahan ikan	5		5

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pemasakan bumbu</li> <li>• Penghalusan ikan</li> <li>• Pemanggang ikan</li> </ul>	5		5
		5		5
3	Bagian Pemasaran dan transportasi	5	2	3

Sumber UD. Usaha Suwaga Jaya

#### i. Gambaran Umum Responden

Dalam penelitian ini, jumlah responden adalah 75 responden yang berasal dari konsumen otak-otak bandeng Bu Muzanah di Kota Gresik. Perhitungan jumlah responden didasarkan pada ketentuan sampel populasi 15% dari populasi yang ada.

Salah satu data yang diperoleh melalui kuesioner penelitian adalah mengenai data demografik responden penelitian yang meliputi data tentang jenis kelamin, umur, pendidikan, pekerjaan, dan penghasilan responden. Adapun gambaran selengkapnya dari masing-masing data demografik responden penelitian, disajikan berikut ini.

Tabel 4.1

#### Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase
1	Laki-Laki	33	44%
2	Perempuan	42	56%
<b>Total</b>		75	100%

Dari tabel 4.1 menunjukkan bahwa konsumen otak-otak bandeng Bu Muzanah di Kota Gresik didominasi oleh anggota berjenis kelamin

perempuan. Hal ini dilihat dari keseluruhan responden yang ada, laki-laki sebesar 44% dan perempuan sebesar 56%.

Tabel 4.2

## Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Prosentase
1	SD	5	6,7%
2	SMP	3	4%
3	SMA	41	54,7%
4	S1	15	20%
5	S2	10	13,3%
6	D3	1	1,3%
<b>Total</b>		75	100%

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa konsumen otak-otak bandeng Bu Muzanah di kota Gresik didominasi oleh konsumen berpendidikan terakhir SMA. Hal ini dilihat dari keseluruhan responden yang ada, SD sebesar 6,7%, SMP sebesar 4%, SMA sebesar 54,7%, S1 sebesar 20%, S2 sebesar 13,3%, D3 sebesar 1,3%.

Tabel 4.3

## Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan

No	Status Perkawinan	Jumlah	Responden
1	Belum Menikah	23	30,7%
2	Menikah	47	62,7%
3	Janda	4	5,3%
4	Duda	1	1,3%
<b>Total</b>		75	100%

Dari tabel 4.3 menunjukkan konsumen otak-otak bandeng Bu Muzanah di Kota Gresik didominasi oleh konsumen dengan status menikah. Hal ini dilihat dari keseluruhan responden yang ada, status



belum menikah sebesar 30,7%, menikah sebesar 62,7%, janda sebesar 5,3%, dan duda sebesar 1,3%.

Tabel 4.4  
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Prosentase
1	PNS	8	10,7%
2	Ibu Rumah Tangga	14	18,7%
3	Wiraswasta	23	30,7%
4	Mahasiswa	8	10,7%
5	Pegawai swasta	22	29,3%
<b>Total</b>		75	100%

Dari tabel 4.4 menunjukkan bahwa konsumen otak-otak bandeng Bu Muzanah di Kota Gresik didominasi oleh konsumen kalangan wiraswasta. Hal ini dilihat dari keseluruhan responden yang ada, PNS sebesar 10,7%, Ibu Rumah Tangga sebesar 18,7%, Wiraswasta sebesar 30,7%, mahasiswa sebesar 10,7%, dan pegawai swasta sebesar 29,3%.

Tabel 4.5  
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

No	Umur	Jumlah	Prosentase
1	12-18 Tahun	1	1,3%
2	19-25 Tahun	17	22,7%
3	26-35 Tahun	22	29,3%
4	36-45 Tahun	12	16%
5	lebih dari 46 Tahun	23	30,7%
<b>Total</b>		75	100%

Dari tabel 4.5 menunjukkan bahwa konsumen otak-otak bandeng Bu Muzanah di Kota Gresik didominasi oleh konsumen berusia > 46 tahun. Hal ini dilihat dari keseluruhan responden yang ada, usia 12-18 tahun sebesar 1,3%, usia 19-15 tahun sebesar 22,7%, usia 26-35 tahun

sebesar 29,3%, usia 36-45 tahun sebesar 16%, dan usia lebih dari 46 tahun sebesar 30,7%.

Tabel 4.6  
Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

No	Pendapatan	Jumlah	Prosentase
1	Kurang dari 1 Juta	20	26,7%
2	1 Juta-3 Juta	27	36%
3	3 Juta-5 Juta	17	22,7%
4	Lebih dari 5 Juta	11	14,7%
<b>Total</b>		75	100%

Dari tabel 4.6 menunjukkan bahwa konsumen otak-otak bandeng Bu Muzanah di Kota Gresik didominasi oleh konsumen dengan pendapatan 1 juta-3 juta. Hal ini dilihat dari keseluruhan responden yang ada, pendapatan kurang dari 1 juta sebesar 26,7%, pendapatan 1 juta-3 juta sebesar 36%, pendapatan 3 juta-5 juta sebesar 22,7%, pendapatan lebih dari 5 juta sebesar 14,7%.

## B. Analisis Data

### 1. Deskripsi Variabel

#### a. Deskripsi Variabel Bebas

Pada bagian ini akan dijabarkan mengenai distribusi item dari variable bebas yaitu: variabel Produk ( $X_1$ ), variabel Harga ( $X_2$ ), variabel Tempat ( $X_3$ ), dan Variabel Promosi ( $X_4$ ) terhadap variabel minat konsumen ( $Y$ ).

#### 1) Variabel Produk ( $X_1$ )

Produk yang ditawarkan muzanah adalah otak-otak bandeng yang mempunyai cita rasa yang tinggi. Produk otak-otak bandeng Bu Muzanah memiliki daya tarik konsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Indikator Produk ( $X_1$ ) terdiri dari 5 item, yaitu:

- a) Rasa makanan otak-otak bandeng Bu Muzanah enak.
- b) Makanan otak-otak bandeng Bu Muzanah yang disajikan bersih.
- c) Bentuk/tampilan otak-otak bandeng Bu Muzanah menarik.
- d) Kualitas bahan baku otak-otak bandeng Bu Muzanah yang terbuat dari bahan-bahan berkualitas.
- e) Otak-otak bandeng Bu Muzanah memiliki cita rasa yang tinggi.

Berikut ini tanggapan responden terhadap produk otak-otak bandeng Bu Muzanah di Kota Gresik.

Tabel 4.7  
Distribusi Frekuensi Indikator Produk ( $X_1$ )

No	Opsi Jawaban	X1.1		X1.2		X1.3		X1.4		X1.5	
		Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%
1	Sangat Tidak Setuju										
2	Tidak Setuju										
3	Netral	1	1,3	2	2,7	6	8,00	5	6,7	6	8,00
4	Setuju	54	72,0	47	62,7	47	62,7	59	78,7	47	62,7
5	Sangat Setuju	20	26,7	26	34,7	22	29,3	11	14,7	22	29,3
Mean		4,25		4,32		4,21		4,08		4,08	

Sumber: hasil olahan SPSS (terlampir)

Berdasarkan tabel 4.7 pada pernyataan ( $X_{1.1}$ ) menurut data produk makanan otak-otak bandeng Bu Muzanah mempunyai rasa yang enak. Diketahui sebagian responden menjawab setuju dengan frekuensi 54 atau 72%. Dengan demikian dapat diasumsikan berdasarkan opsi jawaban dari responden bahwa produk makanan otak-otak bandeng Bu Muzanah mempunyai rasa yang enak.

Pernyataan kedua ( $X_{1.2}$ ) dapat diasumsikan bahwa produk makanan otak-otak bandeng Bu Muzanah disajikan dengan kondisi yang bersih. Hal itu dapat diketahui dari sebagian responden menjawab setuju dengan frekuensi 47 atau 62,7%. Dengan demikian diasumsikan berdasarkan opsi jawaban responden bahwa produk makanan otak-otak bandeng disajikan dengan bersih.

Pernyataan ketiga ( $X_{1.3}$ ) dapat diasumsikan bentuk dan tampilan produk makanan otak-otak bandeng Bu Muzanah menarik. Hal itu dapat diketahui dari sebagian besar responden menjawab setuju dengan frekuensi 47 atau 62,7%. Dengan demikian dapat diasumsikan berdasarkan opsi jawaban dari responden bahwa produk makanan otak-otak bandeng Bu Muzanah menarik.

Pernyataan ( $X_{1.4}$ ) menurut data kualitas bahan baku produk makanan otak-otak bandeng Bu Muzanah terbuat dari bahan-bahan pilihan. Diketahui sebagian responden menjawab setuju

dengan frekuensi 59 atau 78,7%. Dengan demikian dapat diasumsikan berdasarkan opsi jawaban dari responden bahwa kualitas bahan baku produk makanan otak-otak bandeng Bu Muzanah terbuat dari bahan-bahan pilihan.

Pernyataan ( $X_{1,5}$ ) menurut data produk makanan otak-otak bandeng Bu Muzanah memiliki cita rasa yang tinggi. Diketahui sebagian responden menjawab setuju dengan frekuensi 47 atau 62,7%. Dengan demikian dapat diasumsikan berdasarkan opsi jawaban dari responden bahwa otak-otak bandeng Bu Muzanah memiliki cita rasa yang tinggi.

## 2) Variabel Harga ( $X_2$ )

Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atau suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk dan jasa.

Indikator harga ( $X_2$ ) terdiri dari 4 item, yaitu:

- a) Kesesuaian antara harga dengan kualitas/rasa makanan otak-otak bandeng Bu Muzanah
- b) Kesesuaian antara harga dengan kuantitas/porsi makanan otak-otak bandeng Bu Muzanah.
- c) Harga yang diberikan sesuai dengan kemampuan membeli masyarakat.

d) Harga otak-otak bandeng Bu Muzanah lebih murah dari otak-otak produksi lain.

Berikut ini tanggapan responden terhadap harga otak-otak bandeng Bu Muzanah di Kota Gresik.

Tabel 4.8  
Distribusi Frekuensi Indikator Harga (X2)

No	Opsis Jawaban	X2.1		X2.2		X2.3		X2.4	
		Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%
1	Sangat Tidak Setuju								
2	Tidak Setuju			1	1,3			6	8,0
3	Netral	5	6,7	4	5,3	12	16,0	22	29,3
4	Setuju	58	77,3	56	74,7	59	78,7	40	53,3
5	Sangat Setuju	12	16,0	14	18,7	4	5,3	7	9,3
Mean		4,09		4,11		3,89		3,64	

Sumber: hasil olahan SPSS (terlampir)

Berdasarkan tabel 4.8 pada pernyataan (X<sub>2.1</sub>) menurut data, harga otak-otak bandeng Bu Muzanah sebanding dengan kualitas/rasa otak-otak bandeng Bu Muzanah. Diketahui sebagian besar responden menjawab setuju dengan frekuensi 58 atau 77,3%. Dengan demikian dapat diasumsikan berdasarkan opsi jawaban dari responden bahwa adanya kesesuaian harga dengan kualitas/rasa otak-otak bandeng Bu Muzanah.

Pernyataan kedua (X<sub>2.2</sub>) menurut data, harga otak-otak bandeng Bu Muzanah sebanding dengan kuantitas/porsi otak-otak bandeng Bu Muzanah. Diketahui sebagian besar responden menjawab setuju dengan frekuensi 56 atau 74,7%.

Dengan demikian dapat diasumsikan berdasarkan opsi jawaban dari responden bahwa adanya kesesuaian harga dengan kuantitas/ porsi otak-otak bandeng Bu Muzanah.

Pernyataan ketiga ( $X_{2,3}$ ) menurut data, harga yang diberikan otak-otak bandeng Bu Muzanah sesuai kemampuan membeli. Diketahui sebagian besar responden menjawab setuju dengan frekuensi 59 atau 78,7%. Dengan demikian dapat diasumsikan berdasarkan opsi jawaban dari responden bahwa adanya harga yang diberikan otak-otak bandeng Bu Muzanah sesuai dengan kemampuan beli masyarakat.

Pernyataan keempat ( $X_{2,4}$ ) menurut data, harga otak-otak bandeng Bu Muzanah lebih murah dari produk otak-otak di toko lain. Diketahui sebagian besar responden menjawab setuju dengan frekuensi 40 atau 53,3%. Dengan demikian dapat diasumsikan berdasarkan opsi jawaban dari responden bahwa harga yang diberikan kepada masyarakat umum adalah harga yang murah.

### 3) Variabel Tempat ( $X_3$ )

Lokasi yang mudah dijangkau oleh pembeli dan dekat dengan pusat keramaian merupakan lokasi yang tepat. Lokasi yang strategis bagi konsumen akan memperkecil pengorbanan energi dan waktu.

- a) Nyaman bagi para konsumen untuk membeli oleh-oleh khas Kota Gresik
- b) Area parkir yang luas
- c) Dekorasi interior indah
- d) Kedekatan lokasi toko otak-otak bandeng Bu Muzanah dengan pusat Kota Gresik.

Berikut ini tanggapan responden terhadap faktor tempat otak-otak bandeng Bu Muzanah di Kota Gresik.

Tabel 4.9  
Distribusi Frekuensi Indikator Tempat (X3)

No	Opsi Jawaban	X3.1		X3.2		X3.3		X3.4	
		Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%
1	Sangat Tidak Setuju								
2	Tidak Setuju			38	50,7				
3	Netral	3	4,0	22	29,3	13	17,3	3	4,0
4	Setuju	53	70,7	11	14,7	54	72,2	49	65,3
5	sangat Setuju	19	25,3	4	5,3	8	10,7	23	30,7
Mean		4,09		2,75		3,93		4,27	

Sumber: hasil olahan SPSS (terlampir)

Berdasarkan tabel 4.9 pada pernyataan ( $X_{3.1}$ ) menurut data, nyaman bagi konsumen untuk membeli oleh-oleh khas Kota Gresik. Diketahui sebagian besar responden menjawab setuju dengan frekuensi 53 atau 70,7%. Dengan demikian dapat diasumsikan berdasarkan opsi jawaban diatas bahwa kondisi nyaman untuk membeli oleh-oleh khas Kota Gresik.

Pernyataan kedua ( $X_{3.2}$ ) menurut data, area parkir yang luas. Diketahui sebagian besar responden menjawab tidak setuju dengan frekuensi 38 atau 50,7%. Dengan demikian



dapat diasumsikan berdasarkan opsi jawaban diatas bahwa pada otak-otak bandeng Bu Muzanah tidak adanya area parkir yang luas.

Pernyataan ketiga ( $X_{3,3}$ ) menurut data, dekorasi interior pada toko otak-otak bandeng Bu Muzanah indah. Diketahui sebagian besar responden menjawab setuju dengan frekuensi 54 atau 72,2%. Dengan demikian dapat diasumsikan berdasarkan opsi jawaban diatas bahwa dekorasi toko otak-otak bandeng Bu Muzanah indah dan nyaman.

Pernyataan keempat ( $X_{3,4}$ ) menurut data, kedekatan lokasi toko otak-otak bandeng Bu Muzanah dengan pusat Kota Gresik. Diketahui sebagian besar responden menjawab setuju dengan frekuensi 49 atau 65,3%. Dengan demikian dapat diasumsikan berdasarkan opsi jawaban diatas bahwa tepat otak-otak bandeng Bu Muzanah sangat dekat dengan pusat kota Gresik.

#### 4) Variabel Promosi ( $X_4$ )

Promosi adalah pesan-pesan yang dikomunikasikan sehingga keunggulan produk otak-otak bandeng dapat disampaikan kepada konsumen.

- a) Kejelasan dalam pemberian informasi
- b) Kemenarikan interaksi produsen dan konsumen

- c) Tingkat kesesuaian penawaran promosi berupa diskon atau bonus.

Berikut ini tanggapan responden terhadap faktor promosi untuk mempengaruhi minat konsumen otak-otak bandeng Bu Muzanah di Kota Gresik.

Tabel 4.10  
Distribusi frekuensi indikator faktor promosi

No	Opsi Jawaban	X4.1		X4.2		X4.3	
		Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%
1	Sangat Tidak Setuju						
2	Tidak Setuju			2	2,7	7	9,3
3	Netral	14	18,7	18	24,0	17	22,7
4	Setuju	48	64,0	46	61,3	43	57,3
5	Sangat Setuju	13	17,3	9	12,0	8	10,7
Mean		3,99		3,89		3,69	

Sumber: hasil olahan SPSS (terlampir)

Berdasarkan tabel 4.10 pada pernyataan ( $X_{4,1}$ ) menurut data, informasi yang jelas akan adanya otak-otak bandeng Bu Muzanah di Kota Gresik. Diketahui sebagian besar responden menjawab setuju dengan frekuensi sebesar 48 atau 64,0%. Dengan demikian diasumsikan berdasarkan opsi jawaban dari responden bahwa promosi yang sudah dikerjakan memberikan kejelasan akan adanya otak-otak bandeng Bu Muzanah di Kota Gresik.

Pernyataan kedua ( $X_{4,2}$ ) menurut data, interaksi produsen dengan konsumen Diketahui sebagian besar responden menjawab setuju dengan frekuensi sebesar 46 atau

61,3%. Dengan demikian diasumsikan berdasarkan opsi jawaban dari responden bahwa interaksi yang dilakukan produsen otak-otak bandeng Bu Muzanah terhadap konsumen sangat aktif dibuktikan dengan layanan yang dilakukan dengan baik.

Pernyataan ketiga ( $X_{4,3}$ ) menurut data, penawaran promosi berupa diskon atau bonus. Diketahui sebagian besar responden menjawab setuju dengan frekuensi sebesar 43 atau 57,3%. Dengan demikian diasumsikan berdasarkan opsi jawaban dari responden bahwa adanya diskon dan bonus terhadap konsumen yang melakukan pembelian otak-otak bandeng Bu Muzanah.

b. Deskripsi Variabel Terikat (Y) Minat Konsumen

Minat konsumen adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan memnginginkan suatu produk.

Indikator minat konsumen (Y) terdiri dari 6 item, yakni:

1. Konsumen memiliki keinginan untuk membeli kembali
2. Pelanggan memutuskan membeli karena sesuai dengan selera
3. Pelanggan memiliki minat untuk merekomendasikan kepada orang lain (teman, keluarga atau sahabat)

4. Kenyamana otak-otak bandeng sebagai tempat membeli oleh-oleh Khas Gresik
5. Kesesuaian variasi otak-otak bandeng Bu Muzanah dengan selera masyarakat
6. Kesesuaian dengan kemampuan financial masyarakat.

Berikut ini tanggapan responden terhadap minat konsumen produk otak-otak bandeng Bu Muzanah di Kota Gresik.

Tabel 4.11  
Distribusi Frekuensi Indikator Minat Konsumen (Y)

No	Opsis Jawaban	Y1.1		Y1.2		Y1.3		Y1.4		Y1.5		Y1.6	
		Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%
1	Sangat Tidak Setuju												
2	Tidak Setuju			1	1,3							1	1,3
3	Netral	6	8,0	1	1,3	3	4,0	2	2,7	4	5,3	11	14,7
4	Setuju	50	66,7	51	68,0	52	69,3	45	60,0	56	74,7	48	64,0
5	Sangat Setuju	19	25,3	22	29,3	20	26,7	28	37,3	15	20,0	15	20,0
	Mean	4,17		4,25		4,23		4,35		4,15		4,03	

Sumber: hasil olahan SPSS (terlampir)

Berdasarkan tabel 4.11 pada pernyataan (Y<sub>1</sub>) menurut data, konsumen memiliki keinginan untuk membeli kembali. Diketahui sebagian besar responden menjawab setuju dengan frekuensi 50 atau 66,7%. Dengan demikian dapat diasumsikan berdasarkan opsi jawaban dari responden bahwa konsumen memiliki keinginan untuk membeli kembali otak-otak bandeng.

Pernyataan kedua (Y<sub>2</sub>) menurut data, konsumen memutuskan membeli otak-otak bandeng Bu Muzanah karena sesuai dengan selera. Diketahui sebagian besar responden

menjawab setuju dengan frekuensi 51 atau 68,0%. Dengan demikian dapat diasumsikan berdasarkan opsi jawaban dari responden bahwa konsumen membeli otak-otak bandeng Bu Muzanah Karen sesuai selera pribadi masing-masing.

Pernyataan ketiga ( $Y_3$ ) menurut data, konsumen memiliki minat untuk merekomendasikan kepada orang lain (teman, keluarga atau sahabat). Diketahui sebagian besar responden menjawab setuju dengan frekuensi 52 atau 69,3%. Dengan demikian dapat diasumsikan berdasarkan opsi jawaban dari responden bahwa Pelanggan memiliki minat untuk merekomendasikan kepada orang lain (teman, keluarga atau sahabat)

Pernyataan keempat ( $Y_4$ ) menurut data, Kenyamanan otak-otak bandeng Muzanah sebagai tempat membeli oleh-oleh khas Kota Gresik. Diketahui sebagian besar responden menjawab setuju dengan frekuensi 45 atau 60,0%. Dengan demikian dapat diasumsikan berdasarkan opsi jawaban dari responden Kenyamanan otak-otak bandeng Muzanah sebagai tempat membeli oleh-oleh khas Kota Gresik.

Pernyataan keempat ( $Y_5$ ) menurut data, Kesesuaian variasi otak-otak bandeng Bu Muzanah dengan selera masyarakat. Diketahui sebagian besar responden menjawab setuju dengan frekuensi 56 atau 74,7%. Dengan demikian dapat diasumsikan berdasarkan opsi

jawaban dari responden Kesesuaian variasi otak-otak bandeng Bu Muzanah dengan selera masyarakat.

Pernyataan keenam ( $Y_6$ ) menurut data, Kesesuaian dengan kemampuan financial masyarakat. Diketahui sebagian besar responden menjawab setuju dengan frekuensi 48 atau 64,0%. Dengan demikian dapat diasumsikan berdasarkan opsi jawaban dari responden Kesesuaian dengan kemampuan financial masyarakat.

## 2. Uji Validitas dan Reliabilitas

### a. Uji Validitas

Tabel 4.12  
Hasil Uji Validitas Variabel.

No	Variabel	Item	R	Keterangan
1	Produk	(X <sub>1.1</sub> )	0,623	Valid
		(X <sub>1.2</sub> )	0,726	Valid
		(X <sub>1.3</sub> )	0,668	Valid
		(X <sub>1.4</sub> )	0,745	Valid
		(X <sub>1.5</sub> )	0,653	Valid
2	Harga	(X <sub>2.1</sub> )	0,799	Valid
		(X <sub>2.2</sub> )	0,738	Valid
		(X <sub>2.3</sub> )	0,664	Valid
		(X <sub>2.4</sub> )	0,710	Valid
3	Tempat	(X <sub>3.1</sub> )	0,641	Valid
		(X <sub>3.2</sub> )	0,892	Valid
		(X <sub>3.3</sub> )	0,721	Valid
		(X <sub>3.4</sub> )	0,892	Valid
4	Promosi	(X <sub>4.1</sub> )	0,817	Valid
		(X <sub>4.2</sub> )	0,826	Valid
		(X <sub>4.3</sub> )	0,848	Valid
5	Minat Konsumen	(Y <sub>1.1</sub> )	0,777	Valid
		(Y <sub>1.2</sub> )	0,830	Valid
		(Y <sub>1.3</sub> )	0,560	Valid
		(Y <sub>1.4</sub> )	0,777	Valid
		(Y <sub>1.5</sub> )	0,573	Valid
		(Y <sub>1.6</sub> )	0,830	Valid

Sumber: hasil olahan SPSS (terlampir)

Dari tabel 4.12 dapat diketahui bahwa hasil perhitungan dari masing-masing variabel Produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ), Tempat ( $X_3$ ), Promosi ( $X_4$ ), dan Minat Konsumen ( $Y$ ) memiliki korelasi lebih dari 0,227 sehingga dapat dikatakan bahwa dari seluruh item variabel yang ada dalam instrument penelitian ini valid.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 4.13  
Hasil Uji Reliabilitas Variabel

No	Variabel	Cronbachs Alpha	Keterangan
1	Produk ( $X_1$ )	0,710	Reliabel
2	Harga ( $X_2$ )	0,670	Reliabel
3	Tempat ( $X_3$ )	0,769	Reliabel
4	Promosi ( $X_4$ )	0,797	Reliabel
5	Minat Konsumen ( $Y$ )	0,800	Reliabel

Sumber: hasil olahan SPSS (terlampir)

Berdasarkan tabel 4.13 diatas, maka didapat empat *output* dari yang pertama adalah variabel produk ( $X_1$ ) nilai Cronbachs Alpha sebesar 0,710, variabel harga ( $X_2$ ) nilai Cronbachs Alpha sebesar 0,670, variabel tempat ( $X_3$ ) nilai Cronbachs Alpha sebesar 0,769, variabel promosi ( $X_4$ ) nilai Cronbachs Alpha sebesar 0,797, dan untuk variabel minat konsumen ( $Y$ ) nilai Cronbach Alpha sebesar 0,800. Karena nilai kelima variabel tersebut diatas 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa alat ukur dalam penelitian ini reliabel.

3. Analisis Kuantitatif
- a. Uji Asumsi Klasik
- 1) Uji Normalitas

Tabel 4.14  
Hasil Uji Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.00335454
Most Extreme Differences	Absolute	.111
	Positive	.111
	Negative	-.091
Kolmogorov-Smirnov Z		.966
Asymp. Sig. (2-tailed)		.309

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

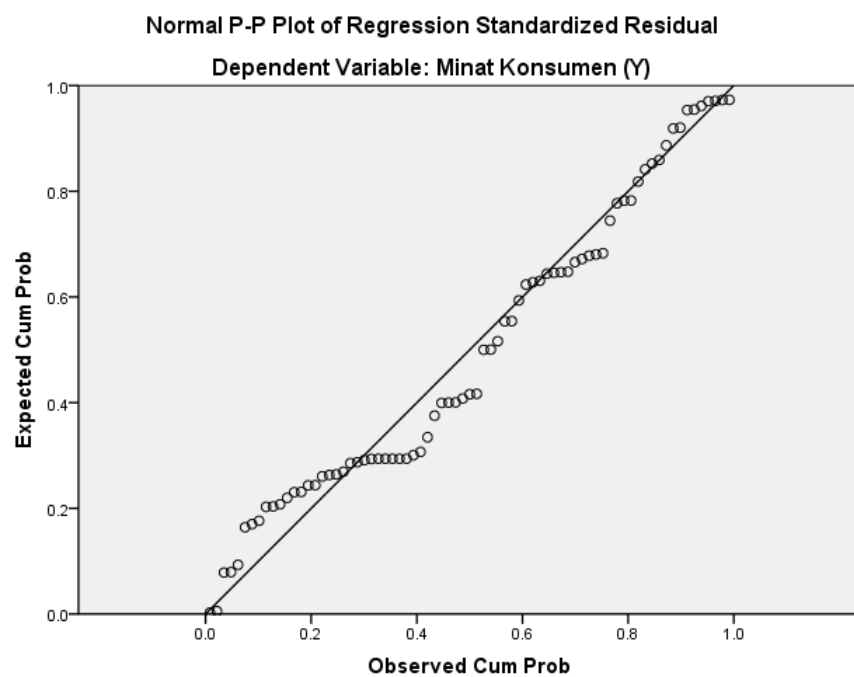
Sumber: hasil SPSS

Hasil uji normalitas dengan menggunakan metode One Sample Kolmogorov-Smirnov Z test sudah menunjukkan distribusi normal pada model yang digunakan dengan nilai



signifikan (Asym. Sig 2-tailed) sebesar 0,309. Karena signifikansi lebih dari 0,05, maka residual berdistribusi normal.

Gambar 4.1  
Hasil Uji Normalitas Dengan Metode P-Plot



Dari grafik diatas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal, maka residual pada model regresi tersebut terdistribusi secara normal.

## 2) Uji Multikolonieritas

Tabel 4.15  
Hasil Uji Multikolonieritas

Model	Collinearity Statistic		Keterangan
	Tolerance	VIF	
1 ( <i>Costant</i> )			
Produk	0,697	1,435	Non Multikoloniaritas
Harga	0,733	1,364	Non Multikoloniaritas
Tempat	0,665	1,505	Non Multikoloniaritas
Promosi	0,686	1,457	Non Multikoloniaritas

Sumber: hasil olahan SPSS (terlampir)

Hasil uji multikoloniaritas pada tabel 4.15 terlihat bahwa tidak terjadi masalah multikoloniaritas pada masing-masing variabel bebas dimana nilai *tolerance* lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi masalah multikoloniaritas.

### 3) Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.16  
Hasil Uji Heteroskedastisitas

No	Variabel	Signifikan	Keterangan
1	Produk	0,798	Non Heteroskedastisitas
2	Harga	0,723	Non Heteroskedastisitas
3	Tempat	0,949	Non Heteroskedastisitas
4	Promosi	0,837	Non Heteroskedastisitas

Sumber: hasil olahan SPSS (terlampir)

Berdasarkan output di atas dapat diketahui bahwa Korelasi produk dengan Unstandardized Residual nilai signifikansi sebesar 0,798, korelasi Harga dengan Unstandardized Residual nilai signifikansi sebesar 0,723, korelasi Tempat dengan Unstandardized Residual nilai signifikansi sebesar 0,949, korelasi Promosi dengan Unstandardized Residual nilai signifikansi sebesar 0,837. Karena signifikansi lebih dari 0,05, maka dapat disimpulkan

bahwa pada model regresi tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

b. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk memeriksa kuatnya hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Persamaan regresi linier berganda merupakan persamaan regresi dengan menggunakan dua atau lebih variabel bebas.

Berdasarkan perhitungan regresi linier berganda antara produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), tempat ( $X_3$ ), promosi ( $X_4$ ) terhadap minat konsumen ( $Y$ ), dengan dibantu program spss dalam proses perhitungannya diperoleh hasil persamaan sebagai berikut:

$$Y = 12,516 + 0,002 X_1 + 0,082 X_2 + 0,105 X_3 + 0,798 X_4$$

Hasil persamaan regresi berganda tersebut diatas memberikan pengertian bahwa:

- 1) Nilai konstanta ( $a$ ) sebesar 12,516, penjelasan tersebut dapat diartikan bahwa jika tidak dipengaruhi oleh variabel bebas, yaitu produk, harga, tempat dan promosi tidak akan mengalami perubahan (konstanta).
- 2)  $b_1$  (nilai koefisien regresi  $X_1$ ) sebesar 0,002 dengan tanda positif, maka diartikan jika produksi mengalami kenaikan satu satuan, maka minat konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 0,002 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya bernilai tetap.

- 3)  $b_2$  (nilai koefisien regresi  $X_2$ ) sebesar 0,082 dengan tanda positif, maka diartikan jika faktor harga mengalami kenaikan satu satuan, maka minat konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 0,082 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.
- 4)  $b_3$  (nilai koefisien regresi  $X_3$ ) sebesar 0,105 dengan tanda positif, maka diartikan jika faktor tempat mengalami kenaikan satu satuan, maka minat konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 0,105 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.
- 5)  $b_4$  (nilai koefisien regresi  $X_4$ ) sebesar 0,798 dengan tanda positif, maka diartikan jika faktor promosi mengalami kenaikan satu satuan, maka minat konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 0,798 satuan dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.

c. Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen digunakan nilai  $R^2$ , nilai  $R^2$  seperti dalam tabel 4.17 dibawah ini:

Tabel 4.17  
Hasil Koefisien Determinasi

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.601 <sup>a</sup>	.362	.325	2.060

Sumber: Hasil olahaan SPSS

Dari analisis pada tabel 4.17 diperoleh hasil  $R^2$  (koefisien determinasi) sebesar 0,325 atau (32,5%) yang memiliki arti bahwa pengaruh variabel produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), tempat ( $X_3$ ), dan promosi ( $X_4$ ) terhadap minat konsumen ( $Y$ ) adalah sebesar 32,5% dari sisanya 67,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

#### d. Pengajuan Hipotesis

##### 1) Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk menguji apakah variabel independen secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel dependen. Untuk lebih jelasnya mengenai hasil dari uji F dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.18

Hasil Uji F

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	168.153	4	42.038	9.908	.000 <sup>a</sup>
	Residual	296.994	70	4.243		
	Total	465.147	74			

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	168.153	4	42.038	9.908	.000 <sup>a</sup>
	Residual	296.994	70	4.243		
	Total	465.147	74			

a. Predictors: (Constant), Promosi, Harga, Produk, Tempat

b. Dependent Variable: Minat Konsumen

Berdasarkan tabel hasil uji F diatas dapat diketahui bahwa  $F_{hitung}$  menunjukkan nilai sebesar 9,908 dengan hasil signifikannya sebesar 0,000, sedangkan *degree of freedom* pada angka 4 dan 70 dalam tabel F diperoleh sebesar 2,503, sehingga nilai F hitung sebesar 9,908 lebih besar dari nilai F tabel = 2,503.

Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel produk ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), tempat ( $X_3$ ), dan promosi ( $X_4$ ) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variabel minat konsumen (Y). Maka hipotesis menyatakan adanya pengaruh variabel produk, harga, tempat dan promosi secara simultan terhadap minat konsumen produk makanan otak-otak bandeng Bu Muzanah di Kota Gresik ditolak.

## 2) Uji t (Uji Koefisien Regresi Secara Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap dependen. Untuk lebih jelasnya mengenai hasil dari uji dapat dilihat tabel di bawah ini:

Tabel 4.19  
Hasil Uji t  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12.516	3.371		3.713	.000
Produk	.002	.167	.001	.011	.991
Harga	.082	.173	.053	.471	.639
Tempat	.105	.179	.069	.586	.560
Promosi	.798	.169	.545	4.728	.000

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12.516	3.371		3.713	.000
Produk	.002	.167	.001	.011	.991
Harga	.082	.173	.053	.471	.639
Tempat	.105	.179	.069	.586	.560
Promosi	.798	.169	.545	4.728	.000

a. Dependent Variable: Minat Konsumen

Dari hasil pengujian t pada tabel 4.19 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi yaitu:

- a) Variabel produk ( $X_1$ ) adalah nilai  $t_{hitung}$  sebesar 0,011 < nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,665 dan nilai  $P = 0,991$ . Karena nilai signifikansi lebih besar  $0,991 > 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa variabel produk ( $X_1$ ), maka  $H_2$  menyatakan tidak ada pengaruh positif yang signifikan secara parsial dari variabel produk terhadap minat konsumen produk makanan otak-otak bandeng Bu Muzanah di Kota Gresik.
- b) Variabel harga ( $X_2$ ) adalah nilai  $t_{hitung}$  sebesar 0,471 <  $t_{tabel}$  sebesar 1,665 dan nilai  $P = 0,639$ . Karena nilai signifikansi lebih besar  $0,639 > 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga ( $X_2$ ), maka  $H_3$  menyatakan tidak ada



pengaruh positif yang signifikan secara parsial dari variabel harga terhadap minat konsumen produk makanan otak-otak bandeng Bu Muzanah di Kota Gresik.

- c) Variabel tempat ( $X_3$ ) adalah nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $0,584 < t_{tabel}$  sebesar  $1,665$  dan nilai  $P = 0,560$ . Karena nilai signifikansi lebih besar  $0,560 > 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa variabel tempat ( $X_3$ ), maka  $H_4$  menyatakan tidak ada pengaruh positif yang signifikan secara parsial dari variabel tempat terhadap minat konsumen produk makanan otak-otak bandeng Bu Muzanah di Kota Gresik.
- d) Variabel promosi ( $X_4$ ) adalah nilai  $t_{hitung}$   $4,728$  lebih dari  $t_{tabel}$  sebesar  $1,665$  dan nilai  $P = 0,000$ . Karena nilai signifikansi lebih kecil  $0,000 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa variabel promosi ( $X_4$ ), maka  $H_5$  menyatakan adanya pengaruh positif yang signifikan secara parsial dari variabel promosi terhadap minat konsumen produk makanan otak-otak bandeng Bu Muzanah di Kota Gresik.