

BAB IV

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum UD Surya Hita, Way Kanan Provinsi Lampung

1. Sejarah Perusahaan

Surya Hita berasal dari dua kata, yaitu "surya" yang berarti matahari dan "hita" yang berarti terbit, sehingga secara harfiah Surya Hita berarti "matahari terbit". Perusahaan ini didirikan pada pertengahan tahun 2019, tepatnya pada bulan Juli. Fokus utama usaha ini adalah dalam bidang perabotan rumah tangga, khususnya peralatan dapur, dengan metode penjualan secara keliling dari rumah ke rumah (*door-to-door*). UD Surya Hita, Way Kanan Provinsi Lampung memiliki sekitar 7 karyawan dan telah menjalin kerja sama dengan beberapa perusahaan besar sebagai pemasok atau importir barang dagangan yang siap dijual. Lokasi pemasok tersebut tersebar di beberapa kota besar seperti Surabaya, Mojokerto, Sidoarjo, Bandung, dan Jakarta.

2. Visi dan Misi UD Surya Hita, Way Kanan Provinsi Lampung

a. Visi

Menjadi Perusahaan Perdagangan yang terbaik dan tangguh dalam bidang peralatan dan kebutuhan rumah tangga.

b. Misi

1. Mengutamakan perluasan usaha yang berkesinambungan dan berkualitas.
2. Mengutamakan keandalan pelayanan untuk kepuasan pelanggan dan mitra kerja.
3. Menumbuhkan peluang dan nilai tambah dalam inovasi secara efisien.
4. Membangun karakter secara unggul dan menyeluruh berlandaskan nilai-nilai budaya.

1. Data Perusahaan

Nama Perusahaan : UD Surya Hita

Jenis Perusahaan : Toko perabotan atau seles

Alamat Perusahaan : Jl. Kartini Bhakti Negara, Semarang, Baradatu
Way Kanan, Lampung, Indonesia.

Telepon : (0721) 20748

Gambar 4. 1**UD Surya Hita, Way Kanan Provinsi Lampung**

Sumber : UD Surya Hita, Way Kanan Provinsi Lampung

UD Surya Hita yang terletak di Way Kanan, Provinsi Lampung, adalah sebuah usaha dagang yang mengkhususkan diri dalam penyediaan perabotan rumah tangga melalui sistem kredit. Perusahaan ini menjalankan operasinya dengan metode penjualan keliling, di mana para tenaga penjual akan mengunjungi rumah-rumah pelanggan secara langsung (*door-to-door*) untuk menawarkan berbagai macam perabotan rumah tangga berkualitas tinggi. Metode ini memungkinkan pelanggan untuk melihat langsung produk yang ditawarkan, memberikan kemudahan dalam memilih dan membeli perabotan yang dibutuhkan tanpa harus pergi ke toko. Selain itu, UD Surya Hita, Way Kanan Provinsi Lampung juga menawarkan fleksibilitas dalam pembayaran dengan sistem kredit, sehingga pelanggan dapat mengatur anggaran mereka dengan lebih mudah. Dengan layanan yang personal dan produk yang beragam, perusahaan ini berupaya

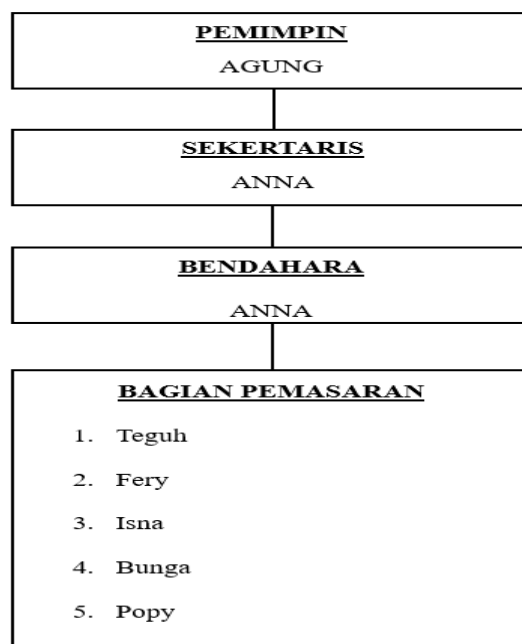
memenuhi kebutuhan rumah tangga masyarakat di Way Kanan dan sekitarnya.

2. Struktur Organisasi

Organisasi merupakan sekumpulan orang yang terkait dalam suatu wadah untuk mencapai tujuan tertentu yang telah disepakati. Dalam suatu organisasi terdapat pembagian tugas dan tanggung jawab dari setiap anggota atau bagian di dalamnya. Di samping itu, organisasi juga memiliki fungsi sebagai manajemen, maka kerja sama dalam suatu organisasi sangat diperlukan untuk mewujudkan suatu organisasi yang bersifat solidaritas. Sebagai pembeda fungsi dan tanggung jawab dari orang-orang yang ada didalamnya, maka dibentuklah suatu tingkatan atau jabatan tersebut, dibentuklah struktur organisasi.

Gambar 4. 2

Struktur Organisasi UD Surya Hita, Way Kanan Provinsi Lampung



Sumber : Data Internal UD Surya Hita, Way Kanan Provinsi Lampung

Dan berikut ini tugas dan wewenang dari struktur organisasi di atas :

a. Pemimpin

Pemimpin UD Surya Hita di Way Kanan, Provinsi Lampung adalah individu yang memiliki kepemilikan sah atas perusahaan tersebut, dibuktikan dengan sertifikat dan dokumen resmi pendirian usaha. Selain itu, pemimpin ini bertanggung jawab untuk mengawasi jalannya perusahaan, memastikan ketertiban operasional, dan memantau semua kegiatan yang dilakukan demi mencapai tujuan perusahaan.

b. Sekertaris

Sekretaris bertugas membantu dalam merumuskan rencana program dan kegiatan, serta mengoordinasikan monitoring. Tanggung jawabnya juga meliputi urusan administrasi umum, kepegawaian, keuangan, perencanaan, serta melakukan evaluasi dan pelaporan.

c. Bendahara

Bertanggung jawab dalam mengelola uang persediaan, termasuk menerima, menyimpan, dan menatausahakan dana tersebut. Tugasnya juga meliputi pengujian dan pembayaran berdasarkan instruksi dari pemimpin, serta menolak pembayaran jika tidak memenuhi persyaratan yang ditetapkan. Selain itu, tugas lainnya dilakukan sesuai dengan peraturan yang ditetapkan oleh pemimpin.

d. Pemasaran

Bagian ini bertanggung jawab memberikan informasi kepada pembeli produk dan calon konsumen. Selain itu, bagian ini juga selalu menyiapkan bahan-bahan yang akan didemonstrasikan kepada calon konsumen atau

pelanggan. Tugas lainnya termasuk merakit dan memeriksa alat yang akan dijual untuk memastikan tidak ada cacat, sehingga konsumen tidak merasa kecewa.

B. Hasil Analisis

1. Hasil Penulisan

Pada bab ini, akan disajikan hasil analisis data yang telah diperoleh dari penulisan yang dilakukan. Tujuan utama dari analisis ini adalah untuk menjawab pertanyaan penulisan dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Hasil analisis ini disajikan dalam bentuk tabel, grafik, dan narasi untuk memudahkan pemahaman dan interpretasi. Setiap hasil yang ditemukan akan diuraikan dan dihubungkan dengan tujuan penulisan serta tinjauan pustaka yang telah diuraikan pada bab sebelumnya. Selain itu, interpretasi hasil akan dilakukan dengan mempertimbangkan konteks penulisan dan teori yang relevan.

Secara keseluruhan, penyajian hasil analisis ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai temuan penulisan serta kontribusinya terhadap bidang studi yang terkait. Pembahasan yang komprehensif juga akan dilakukan untuk menjelaskan implikasi temuan, keterbatasan penulisan, serta saran untuk penulisan selanjutnya.

a. Presentase jawaban responden terhadap variabel kualitas produk

Persentase jawaban responden terhadap pertanyaan yang berkaitan dengan variabel kualitas produk yang disajikan secara rinci dalam Tabel 4.1. Setiap kategori jawaban diuraikan secara jelas, memungkinkan

analisis yang mendalam terhadap persepsi responden mengenai variabel kualitas produk. Data dalam tabel ini memberikan wawasan penting tentang bagaimana kualitas produk mendominasi keputusan dan pandangan responden. Melalui analisis tabel ini, dapat diidentifikasi pola-pola yang signifikan serta kesimpulan yang relevan yang dapat mendukung hipotesis penulisan.

Tabel 4. 1

Presentase Jawaban Responden Terhadap Pertanyaan Variabel Kualitas Produk

Alternatif Pertanyaan	Jawaban				Total	
	Ya		Tidak			
	T	%	T	%	T	%
1	93	49%	98	51%	100	100%
2	112	59%	79	41%	100	100%
3	102	53%	89	47%	100	100%
Rata – Rata	102	54%	88,7	46%	100	100%

Sumber : Hasil Jawaban Kuesioner Penulis

Tabel 4.1 di atas menjelaskan 3 pertanyaan mengenai variabel kualitas produk yang diisi oleh 191 responden, dimana ada 54% yang menjawab ya dan 46% menjawab tidak. Sehingga dapat dijelaskan 54% dari responden menyetujui bahwa kualitas produk mendominasi keputusan konsumen dalam memilih produk di UD Surya Hita, Way Kanan, Provinsi Lampung, sedangkan 46% responden menjawab tidak menyetujui bahwa kualitas produk mendominasi keputusan konsumen

dalam memilih produk di UD Surya Hita, Way Kanan, Provinsi Lampung.

b. Presentase Jawaban Responden Terhadap Variabel Citra Merek

Persentase jawaban responden terhadap pertanyaan yang berkaitan dengan variabel citra merek yang disajikan secara rinci dalam Tabel 4.2. Setiap kategori jawaban diuraikan secara jelas, memungkinkan analisis yang mendalam terhadap persepsi responden mengenai variabel citra merek. Data dalam tabel ini memberikan wawasan penting tentang bagaimana citra merek mendominasi keputusan dan pandangan responden. Melalui analisis tabel ini, dapat diidentifikasi pola-pola yang signifikan serta kesimpulan yang relevan yang dapat mendukung hipotesis penulisan.

Tabel 4. 2

Presentase Jawaban Responden Terhadap Pertanyaan Variabel Citra Merek

Alternatif Pertanyaan	Jawaban				Total	
	Ya		Tidak			
	T	%	T	%	T	%
1	97	51%	94	49%	100	100%
2	95	50%	96	50%	100	100%
3	94	49%	97	51%	100	100%
Rata – Rata	95	50%	96	50%	100	100%

Sumber : Hasil Jawaban Kuesioner Penulis

Tabel 4.2 di atas menjelaskan 3 pertanyaan mengenai variabel citra merek yang diisi oleh 191 responden, dimana ada 50% yang menjawab ya dan 50% menjawab tidak. Sehingga dapat dijelaskan 50% dari responden menyetujui bahwa citra merek mendominasi keputusan konsumen dalam memilih produk di UD Surya Hita, Way Kanan, Provinsi Lampung, sedangkan 50% responden menjawab tidak menyetujui bahwa citra merek mendominasi keputusan konsumen dalam memilih produk di UD Surya Hita, Way Kanan, Provinsi Lampung.

c. Presentase Jawaban Responden Terhadap Variabel Pelayanan

Persentase jawaban responden terhadap pertanyaan yang berkaitan dengan variabel pelayanan yang disajikan secara rinci dalam Tabel 4.3. Setiap kategori jawaban diuraikan secara jelas, memungkinkan analisis yang mendalam terhadap persepsi responden mengenai variabel pelayanan. Data dalam tabel ini memberikan wawasan penting tentang bagaimana pelayanan mendominasi keputusan dan pandangan responden. Melalui analisis tabel ini, dapat diidentifikasi pola-pola yang signifikan serta kesimpulan yang relevan yang dapat mendukung hipotesis penulisan.

Tabel 4. 3**Presentase Jawaban Responden Terhadap Pertanyaan Variabel Pelayanan**

Alternatif Pertanyaan	Jawaban				Total	
	Ya		Tidak			
	T	%	T	%	T	%
1	118	62%	73	38%	100	100%
2	96	50%	95	50%	100	100%
3	104	54%	87	46%	100	100%
Rata – Rata	106	55%	85	45%	100	100%

Sumber : Hasil Jawaban Kuesioner Penulis

Tabel 4.3 di atas menjelaskan 3 pertanyaan mengenai variabel citra merek yang diisi oleh 191 responden, dimana ada 55% yang menjawab ya dan 45% menjawab tidak. Sehingga dapat dijelaskan 55% dari responden menyetujui bahwa pelayanan mendominasi keputusan konsumen dalam memilih produk di UD Surya Hita, Way Kanan, Provinsi Lampung, sedangkan 45% responden menjawab tidak menyetujui bahwa pelayanan mendominasi keputusan konsumen dalam memilih produk di UD Surya Hita, Way Kanan, Provinsi Lampung.

d. Presentase Jawaban Responden Terhadap Variabel Harga

Persentase jawaban responden terhadap pertanyaan yang berkaitan dengan variabel harga yang disajikan secara rinci dalam Tabel 4.4. Setiap kategori jawaban diuraikan secara jelas, memungkinkan analisis yang mendalam terhadap persepsi responden mengenai variabel harga. Data dalam tabel ini memberikan wawasan penting tentang bagaimana harga

mendominasi keputusan dan pandangan responden. Melalui analisis tabel ini, dapat diidentifikasi pola-pola yang signifikan serta kesimpulan yang relevan yang dapat mendukung hipotesis penulisan.

Tabel 4. 4

Presentase Jawaban Responden Terhadap Pertanyaan Variabel Harga

Alternatif Pertanyaan	Jawaban				Total	
	Ya		Tidak			
	T	%	T	%	T	%
1	84	44%	86	45%	100	100%
2	94	49%	107	56%	100	100%
3	92	48%	97	51%	100	100%
4	105	55%	99	52%	100	100%
Rata – Rata	94	49%	97	51%	100	100%

Sumber : Hasil Jawaban Kuesioner Penulis

Tabel 4.4 di atas menjelaskan 3 pertanyaan mengenai variabel harga yang diisi oleh 191 responden, dimana ada 49% yang menjawab ya dan 51% menjawab tidak. Sehingga dapat dijelaskan 49% dari responden menyetujui bahwa harga mendominasi keputusan konsumen dalam memilih produk di UD Surya Hita, Way Kanan, Provinsi Lampung, sedangkan 51% responden menjawab tidak menyetujui bahwa harga mendominasi keputusan konsumen dalam memilih produk di UD Surya Hita, Way Kanan, Provinsi Lampung.

e. Presentase Jawaban Responden Terhadap Variabel Ekonomi Konsumen

Persentase jawaban responden terhadap pertanyaan yang berkaitan dengan variabel ekonomi konsumen yang disajikan secara rinci dalam Tabel 4.5. Setiap kategori jawaban diuraikan secara jelas, memungkinkan analisis yang mendalam terhadap persepsi responden mengenai variabel ekonomi konsumen. Data dalam tabel ini memberikan wawasan penting tentang bagaimana ekonomi konsumen mendominasi keputusan dan pandangan responden. Melalui analisis tabel ini, dapat diidentifikasi pola-pola yang signifikan serta kesimpulan yang relevan yang dapat mendukung hipotesis penulisan.

Tabel 4. 5

Presentase Jawaban Responden Terhadap Pertanyaan Variabel Ekonomi Konsumen

Alternatif Pertanyaan	Jawaban				Total	
	Ya		Tidak			
	T	%	T	%	T	%
1	86	45%	105	55%	100	100%
2	86	45%	99	52%	100	100%
3	86	45%	98	51%	100	100%
Rata - Rata	86	45%	101	53%	100	100%

Sumber : Hasil Jawaban Kuesioner Penulis

Tabel 4.5 di atas menjelaskan 3 pertanyaan mengenai variabel ekonomi konsumen yang diisi oleh 191 responden, dimana ada 45% yang menjawab ya dan 53% menjawab tidak. Sehingga dapat dijelaskan 45% dari responden menyetujui bahwa ekonomi konsumen mendominasi keputusan konsumen dalam memilih produk di UD Surya Hita, Way Kanan, Provinsi Lampung, sedangkan 53% responden menjawab tidak menyetujui bahwa ekonomi konsumen mendominasi keputusan konsumen dalam memilih produk di UD Surya Hita, Way Kanan, Provinsi Lampung.

2. Analisis Statistik

Berikut ini adalah hasil analisis data yang diperoleh dari kuesioner yang telah didistribusikan kepada 191 responden konsumen UD Surya Hita, Way Kanan, Provinsi Lampung. Pengolahan data dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS 27 untuk memastikan keakuratan dan validitas hasil. Data yang terkumpul mencakup berbagai aspek seperti kualitas produk, citra merek, pelayanan, harga, dan ekonomi konsumen. Analisis ini memberikan wawasan mendalam tentang perilaku konsumen dan akan menjadi dasar untuk pengambilan keputusan strategis bagi UD Surya Hita, Way Kanan, Provinsi Lampung. Berikut adalah hasil dari analisis tersebut :

Tabel 4. 6
Tabel Test Statistik Hasil Pengolahan SPSS 27

Test Statistics	
N	191
Cochran's Q	25,511 ^a
Df	15
Asymp. Sig.	,043

a. 1 is treated as a success.

Sumber : Hasil Pengolahan Menggunakan SPSS 27

Pada penulisan ini dalam pengambilan keputusan adalah :

Jika $Q_{\text{Hitung}} < Q_{\text{Tabel}}$ maka H_a ditolak dan H_o diterima

Jika $Q_{\text{Hitung}} > Q_{\text{Tabel}}$ maka H_a diterima dan H_o ditolak

Berdasarkan hasil analisis dari gambar uji statistik, dapat disimpulkan bahwa jumlah anggota sampel adalah 191, dengan nilai Cochran's Q sebesar 25,511, *deviasi of freedom* (df) adalah 15, dan nilai Asymp. Sig adalah 0,045. Dengan demikian, dapat dibandingkan antara nilai Q hitung (25,511) dan Q tabel (24,996), di mana $25,511 > 24,996$ dan nilai signifikansi $0,043 < 0,05$. Oleh karena itu, hipotesis alternatif (H_a) diterima namun tidak memiliki pengaruh yang signifikan, artinya semua hipotesis (H_a) diterima pada hipotesis ini, yaitu :

1. Diduga kualitas produk merupakan faktor yang paling mendominasi keputusan konsumen dalam memilih produk di bagi UD Surya Hita, Way Kanan, Provinsi Lampung.

2. Diduga citra merek merupakan faktor yang paling mendominasi keputusan konsumen dalam memilih produk di bagi UD Surya Hita, Way Kanan, Provinsi Lampung.
3. Diduga pelayanan merupakan faktor yang paling mendominasi keputusan konsumen dalam memilih produk di bagi UD Surya Hita, Way Kanan, Provinsi Lampung.
4. Diduga harga merupakan faktor yang paling mendominasi keputusan konsumen dalam memilih produk di bagi UD Surya Hita, Way Kanan, Provinsi Lampung.
5. Diduga ekonomi konsumen merupakan faktor yang paling mendominasi keputusan konsumen dalam memilih produk di bagi UD Surya Hita, Way Kanan, Provinsi Lampung.

Setelah dilakukan analisis dan pengujian menggunakan perangkat lunak SPSS versi 27, khususnya untuk pengujian Cochran Q Test, diperoleh hasil yang spesifik. Pengujian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengevaluasi perbedaan proporsi pada lebih dari dua sampel terkait. Hasil yang didapatkan dari pengujian ini kemudian dianalisis secara mendalam untuk menentukan apakah terdapat perbedaan yang signifikan di antara grup yang diuji. Analisis ini penting untuk memastikan validitas data dan memberikan gambaran yang jelas mengenai distribusi data yang dianalisis. Hasil yang diperoleh ini menjadi landasan untuk interpretasi lebih lanjut dan langkah-langkah berikutnya dalam penulisan. Dan didapatkan hasil sebagai berikut ini :

Tabel 4. 7**Tabel Frequencies Hasil Pengelolaan SPSS 27**

	Frequencies	
	Value	
	0	1
Kualitas Produk	98	93
Kualitas Produk	79	112
Kualitas Produk	89	102
Citra Merek	94	97
Citra Merek	96	95
Citra Merek	97	94
Pelayanan	73	118
Pelayanan	95	96
Pelayanan	87	104
Harga	86	105
Harga	107	84
Harga	97	94
Harga	99	92
Ekonomi Konsumen	105	86
Ekonomi Konsumen	99	92
Ekonomi Konsumen	98	93

Sumber : Hasil Pengelolaan Menggunakan SPSS 27

Dalam penulisan ini, hipotesis alternatif (H_a) yang diajukan sebelumnya telah diterima sebagai dasar analisis lebih lanjut. Hipotesis ini menyatakan adanya perbedaan atau pengaruh tertentu yang diharapkan muncul dalam hasil penulisan. Penerimaan hipotesis alternatif ini menunjukkan bahwa data yang dikumpulkan mendukung adanya efek yang signifikan atau perbedaan yang relevan, sesuai dengan tujuan penulisan. Dengan demikian, hipotesis alternatif yang diterima ini akan menjadi pijakan penting dalam memahami hasil penulisan dan menyusun kesimpulan yang dapat diandalkan. Proses ini tidak hanya menegaskan

hipotesis, tetapi juga memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang fenomena yang sedang diteliti.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, berikut ini adalah tabel deskriptif yang menunjukkan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk di UD Surya Hita, Way Kanan, Provinsi Lampung :

Tabel 4. 8

Tabel Deskriptif Statistik Hasil Pengelolaan SPSS 27

Descriptive Statistics					
	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
Kualitas Produk	191	,49	,501	0	1
Kualitas Produk	191	,59	,494	0	1
Kualitas Produk	191	,53	,500	0	1
Citra Merek	191	,51	,501	0	1
Citra Merek	191	,50	,501	0	1
Citra Merek	191	,49	,501	0	1
Pelayanan	191	,62	,487	0	1
Pelayanan	191	,50	,501	0	1
Pelayanan	191	,54	,499	0	1
Harga	191	,55	,499	0	1
Harga	191	,44	,498	0	1
Harga	191	,49	,501	0	1
Harga	191	,48	,501	0	1
Ekonomi Konsumen	191	,45	,499	0	1
Ekonomi Konsumen	191	,48	,501	0	1
Ekonomi Konsumen	191	,49	,501	0	1

Sumber : Hasil Pengelolaan Menggunakan SPSS 27

Berdasarkan tabel diatas maka dapat dijelaskan faktor pelayanan memiliki nilai mean sebesar 0,62 dan nilai value sebesar 118 yang berarti faktor pelayanan mendominasi keputusan konsumen dalam memilih produk di UD Surya Hita, Way Kanan, Provinsi Lampung. Dengan angka kesalahan hitung sebesar $0,487 < 0,5$ yang berarti hipotesis diterima kemudian

didukung dengan hasil rata-rata jawaban kuesioner yang menyatakan bahwa 62% konsumen memilih produk di UD Surya Hita, Way Kanan, Provinsi Lampung disebabkan oleh faktor pelayanan, dan menjadi faktor dominan, hal ini juga sesuai dengan yang diungkapkan Lewis & Booms (dalam Tjiptono 2020, hlm. 142) yang menyatakan bahwa kualitas layanan adalah seberapa baik tingkat layanan yang diberikan mampu memenuhi atau bahkan melebihi harapan yang dimiliki oleh pelanggan.

Selanjutnya, dapat dijelaskan faktor kualitas produk memiliki nilai mean sebesar 0,59 dan nilai value sebesar 112 yang berarti faktor pelayanan mendominasi keputusan konsumen dalam memilih produk di UD Surya Hita, Way Kanan, Provinsi Lampung. Dengan angka kesalahan hitung sebesar $0,494 < 0,5$ yang berarti hipotesis diterima kemudian didukung dengan hasil rata-rata jawaban kuesioner yang menyatakan bahwa 59% konsumen memilih produk di UD Surya Hita, Way Kanan, Provinsi Lampung disebabkan oleh faktor kualitas produk, dan menjadi faktor dominan urutan kedua. Hal ini juga sesuai dengan yang diungkapkan oleh Kotler & Armstrong yang menyatakan bahwa produk yang berkualitas akan mampu memuaskan pelanggan dengan kinerja yang baik, daya tahan yang kuat, kemudahan penggunaan, dan keandalan yang tinggi, serta aspek lain yang dianggap penting oleh pelanggan (Kotler & Armstrong, 2018, hlm. 261).

Faktor ke tiga yang mendominasi keputusan konsumen dalam memilih produk di UD Surya Hita, Way Kanan, Provinsi Lampung adalah faktor harga, yang memiliki nilai mean sebesar 0,55 dan nilai value sebesar 105

yang berarti faktor harga mendominasi keputusan konsumen dalam memilih produk di UD Surya Hita, Way Kanan, Provinsi Lampung. Dengan angka kesalahan hitung sebesar $0,499 < 0,5$ yang berarti hipotesis diterima kemudian didukung dengan hasil rata-rata jawaban kuesioner yang menyatakan bahwa 55% konsumen memilih produk di UD Surya Hita, Way Kanan, Provinsi Lampung. Hal ini juga sesuai dengan yang diungkapkan oleh Kotler yang menyatakan harga yang terjangkau adalah harapan konsumen akan mencari produk – produk yang harganya dapat mereka terjangkau (Kotler,200).

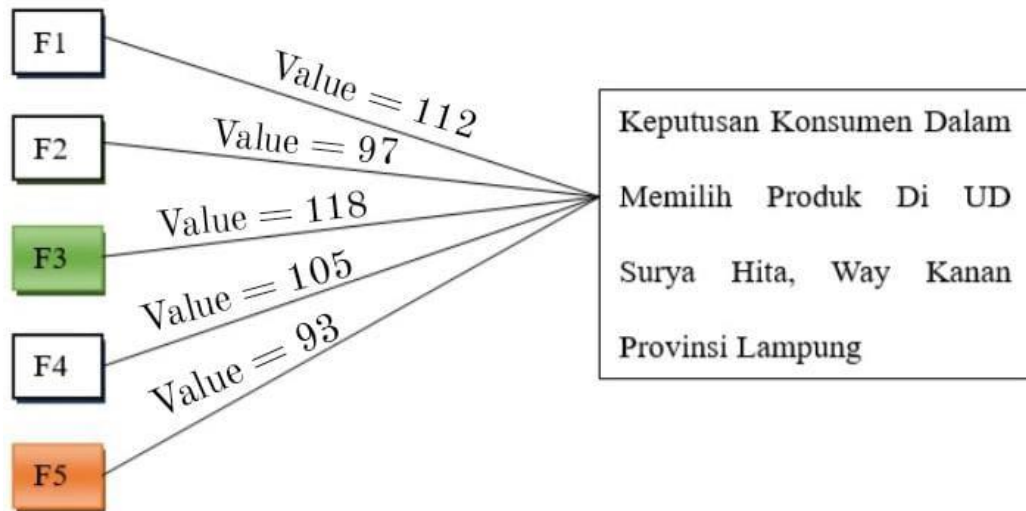
Faktor ke empat yang mendominasi keputusan konsumen dalam memilih produk di UD Surya Hita, Way Kanan, Provinsi Lampung adalah faktor citra merek, yang memiliki nilai mean sebesar 0,51 dan nilai value sebesar 97 yang berarti faktor citra merek mendominasi keputusan konsumen dalam memilih produk di UD Surya Hita, Way Kanan, Provinsi Lampung. Dengan angka kesalahan hitung sebesar $0,501 \geq 0,5$ yang berarti hipotesis diterima karena tidak ada bukti yang menolak hipotesis, kemudian didukung dengan hasil rata-rata jawaban kuesioner yang menyatakan bahwa 51% konsumen memilih produk di UD Surya Hita, Way Kanan, Provinsi Lampung. Hal ini juga sesuai dengan yang diungkapkan oleh Setiadi yang menyatakan bahwa segala informasi dan pengalaman yang dimiliki konsumen dari interaksi sebelumnya dengan merek tersebut akan membentuk citra atau gambaran yang menjadi dasar dari persepsi konsumen terhadap merek tersebut, (Setiadi 2016, hlm. 109).

Kemudian, dapat dijelaskan faktor ekonomi konsumen memiliki nilai mean sebesar 0,49 dan nilai value sebesar 93 yang berarti faktor ekonomi konsumen yang merupakan faktor terakhir yang mendominasi keputusan konsumen dalam memilih produk di UD Surya Hita, Way Kanan, Provinsi Lampung. Dengan angka kesalahan hitung sebesar $0,501 \geq 0,5$ yang berarti hipotesis diterima karena tidak ada bukti yang menolak hipotesis, kemudian didukung dengan hasil rata-rata jawaban kuesioner yang menyatakan bahwa 49% konsumen memilih produk di UD Surya Hita, Way Kanan, Provinsi Lampung disebabkan oleh faktor ekonomi konsumen. Hal ini juga sesuai dengan yang diungkapkan oleh Jeremy Bentham yang menyatakan bahwa konsumen membuat keputusan pembelian berdasarkan *margin utilitas*, yaitu tingkat tambahan kepuasan yang diperoleh dari konsumsi satu unit tambahan dari suatu barang atau jasa. Konsep margin utilitas ini menjadi dasar bagi teori nilai-*utilitas margin*, (Jeremy Bentham 1769).

C. Pembahasan

Penulisan ini dilakukan oleh penulis dengan tujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi konsumen dalam memilih produk di UD Surya Hita, Way Kanan, Provinsi Lampung. Selain itu, hasil perhitungan dan pengujian hipotesis menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini berarti hipotesis penulisan ini telah terbukti benar. Dengan demikian, asumsi yang mendasari teori didukung oleh data empiris dari penulisan lapangan. Penjelasan lebih lanjut adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 9
Rangkuman Uji Cochran Q Test



Sumber : Hasil Analisis Diolah Penulis

1. H_a : Pelayanan merupakan faktor dominan terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk di UD Surya Hita, Way Kanan Provinsi Lampung

Faktor pelayanan merupakan faktor pertama yang mendominasi keputusan konsumen untuk memilih produk di UD Surya Hita, Way Kanan Provinsi Lampung dengan nilai value 118 dengan angka kesalahan hitung sebesar $0,487 < 0,5$ yang berarti hipotesis diterima kemudian didukung dengan hasil rata-rata jawaban kuesioner yang menyatakan bahwa 62% konsumen memilih produk di UD Surya Hita, Way Kanan, Provinsi Lampung. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh antara variabel pelayanan terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk di UD Surya Hita, Way Kanan Provinsi Lampung. Meskipun pengaruh yang diberikan kecil tetapi tetap signifikan. Dengan nilai Q

hitung sebesar hasil ini akan digunakan untuk membuat kesimpulan pada bab berikutnya.

2. H_a : Kualitas produk merupakan faktor dominan terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk di UD Surya Hita, Way Kanan Provinsi Lampung

Faktor kualitas produk merupakan faktor kedua yang mendominasi keputusan konsumen untuk memilih produk di UD Surya Hita, Way Kanan Provinsi Lampung dengan nilai value 112 dengan angka kesalahan hitung sebesar $0,494 < 0,5$ yang berarti hipotesis diterima kemudian didukung dengan hasil rata-rata jawaban kuesioner yang menyatakan bahwa 59% konsumen memilih produk di UD Surya Hita, Way Kanan, Provinsi Lampung. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh antara variabel kualitas produk terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk di UD Surya Hita, Way Kanan Provinsi Lampung. Meskipun pengaruh yang diberikan kecil tetapi tetap signifikan.

3. H_a : Harga merupakan faktor dominan terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk di UD Surya Hita, Way Kanan Provinsi Lampung

Faktor harga merupakan faktor ke tiga yang mendominasi keputusan konsumen untuk memilih produk di UD Surya Hita, Way Kanan Provinsi Lampung dengan nilai value 105 dengan angka kesalahan hitung sebesar $0,499 < 0,5$ yang berarti hipotesis diterima kemudian didukung dengan hasil rata-rata jawaban kuesioner yang menyatakan bahwa 55% konsumen memilih produk di UD Surya Hita, Way Kanan, Provinsi Lampung.

Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh antara variabel harga terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk di UD Surya Hita, Way Kanan Provinsi Lampung. Meskipun pengaruh yang diberikan kecil tetapi tetap signifikan.

4. H_a : Citra merek merupakan faktor dominan terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk di UD Surya Hita, Way Kanan Provinsi Lampung

Faktor kualitas produk merupakan faktor ke empat yang mendominasi keputusan konsumen untuk memilih produk di UD Surya Hita, Way Kanan Provinsi Lampung dengan nilai value 97 dengan angka kesalahan hitung sebesar $0,501 \geq 0,5$ yang berarti hipotesis diterima karena tidak ada bukti yang menolak hipotesis, kemudian didukung dengan hasil rata-rata jawaban kuesioner yang menyatakan bahwa 51% konsumen memilih produk di UD Surya Hita, Way Kanan, Provinsi Lampung. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh antara variabel kualitas produk terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk di UD Surya Hita, Way Kanan Provinsi Lampung. Meskipun pengaruh yang diberikan kecil dan tidak signifikan.

5. H_a : Ekonomi Konsumen merupakan faktor dominan terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk di UD Surya Hita, Way Kanan Provinsi Lampung

Faktor ekonomi konsumen merupakan faktor terakhir yang mendominasi keputusan konsumen untuk memilih produk di UD Surya Hita, Way Kanan Provinsi Lampung dengan nilai value 93 dengan angka kesalahan hitung

sebesar $0,501 \geq 0,5$ yang berarti hipotesis diterima karena tidak ada bukti yang menolak hipotesis, kemudian didukung dengan hasil rata-rata jawaban kuesioner yang menyatakan bahwa 49% konsumen memilih produk di UD Surya Hita, Way Kanan, Provinsi Lampung. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh antara variabel ekonomi konsumen terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk di UD Surya Hita, Way Kanan Provinsi Lampung. Meskipun pengaruh yang diberikan kecil dan tidak signifikan.

6. Hasil penulisan ini sejalan dengan penulisan terdahulu milik Ni Made Hartini (2022) yang berjudul “Faktor-Faktor Yang Mendominasi keputusan Konsumen Dalam Memilih Produk Yamaha Lexi Di *Dealer* Istana Motor Klungkung-Bali”, dimana hasil penulisannya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif signifikan dari pelayanan dan minat beli produk terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk di *dealer* Istana Motor Klungkung,Bali.
7. Hasil penulisan ini sejalan dengan penulisan terdahulu milik Sulastri Alaida Putri (2021) yang berjudul “Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Frozen Food di UD Mitra Abadi Kecamatan Maduran Kabupaten Lamongan”, dimana hasil penulisannya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari faktor harga, kualitas produk, pelayanan, citra merek terhadap perilaku konsumen dalam pembelian frozen food di UD Mitra Abadi.
8. Sebagai temuan dari penulisan ini mendukung teori ekonomi konsumen terdahulu yang dikemukakan oleh temuan Niluh Hartanti (2020) di mana

konsumen cenderung membeli produk halal dengan mempertimbangkan faktor persepsi harga dan faktor ekonomi konsumen.

9. Sebagai temuan dari penulisan ini mendukung teori keputusan konsumen terdahulu yang dikemukakan oleh temuan Yakult Dekrita Sari (2019) di mana keputusan konsumen timbul akibat pengaruh dari beberapa faktor utama. Faktor-faktor tersebut meliputi kualitas produk, harga, promosi, dan distribusi. Keputusan konsumen untuk memilih produk Yakult dipengaruhi oleh sejauh mana produk tersebut memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen dalam aspek-aspek tersebut. Penulisan ini menemukan bahwa faktor kualitas produk, harga, pelayanan, citra merek, ekonomi konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.