

**BAB IV**  
**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**4.1 Deskripsi Data**

Deskripsi data adalah menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa maksud untuk membuat simpulan yang berbentuk umum atau generalisasi. Berikut deskripsi data dalam pengujian ini sebagai berikut :

**4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden**

Deskripsi responden dalam penelitian ini menjelaskan karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin, Usia, Pekerjaan Responden, Penghasilan Responden. Berikut hasil deskripsi responden masing-masing karakter :

**Tabel 4.1**

**Hasil Uji Frekuensi Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin**

| No | Jenis Kelamin | Jumlah | Persentase (%) |
|----|---------------|--------|----------------|
| 1  | Laki-laki     | 50     | 52,63%         |
| 2  | Perempuan     | 45     | 46,32%         |
|    | Jumlah        | 95     | 100%           |

Sumber : data diolah 2024

Hasil karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pada table diatas dari hasil uji frekuensi data bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa karakteristik berdasarkan jenis kelamin. Konsumen dalam penelitian ini didominasi responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 50 orang atau dengan tingkat persentase 52,63%

**Tabel 4.2**

**Hasil Uji Frekuensi Karakteristik Berdasarkan Usia**

| No | Usia         | Jumlah | Persentase (%) |
|----|--------------|--------|----------------|
| 1  | Antara 20-30 | 89     | 93,7 %         |
| 2  | Antara 31-40 | 3      | 3,16%          |
| 3  | Antara 41-50 | 3      | 3,16%          |

|        |    |      |
|--------|----|------|
| Jumlah | 95 | 100% |
|--------|----|------|

Sumber : data diolah 2024

Hasil karakteristik responden berdasarkan usia pada table diatas dari hasil uji frekuensi data bahwa karakteristik responden berdasarkan usia. Didominasi dengan responden berusia antara 20-30 tahun dengan frekuensi sebanyak 89 responden atau dengan persentase 93,7%.

**Tabel 4.3**

**Hasil Uji Frekuensi Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan**

| No     | Pekerjaan         | Jumlah | Persentase (%) |
|--------|-------------------|--------|----------------|
| 1      | Pelajar/Mahasiswa | 40     | 42,11%         |
| 2      | Ibu Rumah Tangga  | 6      | 4,21%          |
| 3      | Wiraswasta        | 27     | 28,42%         |
| 4      | Pegawai Swasta    | 22     | 23,16%         |
| Jumlah |                   | 95     | 100%           |

Sumber : Data diolah 2024

Hasil karakteristik responden berdasarkan pekerjaan pada tabel diatas dari hasil uji frekuensi data bahwa karakteristik responden berdasarkan pekerjaan didominasi dengan pekerjaan Pelajar/Mahasiswa dengan frekuensi terbanyak yaitu 40 responden atau persentase 42,11%.

**Tabel 4.4**

**Hasil Uji Frekuensi Karakteristik Berdasarkan Pendapatan**

| No     | Pendapatan                         | Jumlah | Persentase (%) |
|--------|------------------------------------|--------|----------------|
| 1      | Dibawah Rp.500.000                 | 27     | 28,42%         |
| 2      | Rp.500.000 - Rp.1.000.000          | 13     | 13,68%         |
| 3      | Rp.1.000.000 - Rp.3.000.000        | 37     | 37,89%         |
| 4      | Diatas Rp.3.000.000 - Rp.5.000.000 | 18     | 18,95%         |
| Jumlah |                                    | 95     | 100%           |

Sumber : data diolah 2024

Hasil karakteristik responden berdasarkan penghasilan pada tabel diatas dari hasil uji frekuensi data bahwa karakteristik responden berdasarkan penghasilan didominasi dengan responden berpenghasilan Rp.1.000.000 – Rp.3.000.000 dengan frekuensi sebanyak 37 reponden atau dengan persentase 37,89%.

#### 4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden

Hasil deskripsi data variabel independen yaitu Variasi Produk (X1), Sertifikasi Halal (X2), dengan Keputusan Pembelian sebagai variabel (Y) pada produk UMKM Ara Cakes yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada 96 responden sebagai berikut:

**Tabel 4.5**

Hasil Uji Frekuensi Jawaban Variabel Variasi Produk (X1)

| NO | Pernyataan   | STS |      | TS |      | S  |       | SS |       |
|----|--|-----|------|----|------|----|-------|----|-------|
|    |  | F   | %    | F  | %    | F  | %     | F  | %     |
| 1  | Variasi produk Ara Cakes telah memenuhi kebutuhan konsumen           | 1   | 1,05 | 3  | 3,16 | 53 | 55,79 | 38 | 40    |
| 2  | Produk Ara Cakes mempunyai rasa yang unggul di bandingkan pesaingnya | 1   | 1,05 | 4  | 4,21 | 56 | 58,95 | 34 | 35,79 |
| 3  | Kemasan produk Ara Cakes sudah sesuai keinginan                      | 1   | 1,05 | 2  | 2,11 | 65 | 68,42 | 27 | 28,42 |
| 4  | Merek Ara Cakes konsisten dengan produk yang dijual                  | 1   | 1,05 | 1  | 1,05 | 52 | 54,74 | 41 | 43,16 |
| 5  | Merek Ara Cakes konsisten dengan produk yang dijual                  | 1   | 1,05 | 1  | 1,05 | 55 | 57,89 | 38 | 40,00 |
| 6  | Ukuran produk Ara Cakes sesuai dengan harga                          | 1   | 1,05 | 3  | 3,16 | 51 | 53,68 | 40 | 42,11 |
| 7  | Produk Ara Cakes terjamin keahliannya                                | 1   | 1,05 | 4  | 4,21 | 49 | 51,58 | 41 | 43,16 |

|   |                                       |   |      |   |      |    |       |    |       |
|---|---------------------------------------|---|------|---|------|----|-------|----|-------|
| 8 | Produk Ara Cakes terjamin kualitasnya | 1 | 1,05 | 1 | 1,05 | 46 | 48,42 | 47 | 49,47 |
|---|---------------------------------------|---|------|---|------|----|-------|----|-------|

Hasil deskripsi responden pada tabel 4.5 jawaban responden diatas, pernyataan yang tersebar pada jawaban sangat setuju terdapat pada pernyataan ke 8 dengan jumlah jawaban sebanyak 49 responden atau dengan tingkat persentase 49,47%, dan yang terkecil yaitu pada pernyataan ke 8 setuju dengan jumlah jawaban sebanyak 46 responden dengan tingkat persentase 48,42%.

**Tabel 4.6**

Hasil Uji Frekuensi Jawaban Variabel Sertifikasi Halal (X2)

| NO | Pernyataan  | STS |      | TS |      | S  |       | SS |       |
|----|---|-----|------|----|------|----|-------|----|-------|
|    |   | F   | %    | F  | %    | F  | %     | F  | %     |
| 1  | Logo halal terdapat pada kemasan produk Ara Cakes                             | 1   | 1,05 | 0  | 0,00 | 47 | 49,47 | 47 | 49,47 |
| 2  | Penggunaan logo halal produk Ara Cakes sesuai dengan fungsi dan penggunaannya | 1   | 1,05 | 4  | 4,21 | 42 | 44,21 | 48 | 50,53 |
| 3  | Adanya jaminan kehalalan produk di Ara Cakes                                  | 1   | 1,05 | 7  | 7,73 | 46 | 48,42 | 41 | 43,16 |
| 4  | Produk Ara Cakes sesuai dengan syarat kehalalan                               | 2   | 2,11 | 6  | 6,32 | 45 | 47,37 | 42 | 44,21 |
| 5  | Membeli produk berdasarkan logo kehalalaln                                    | 1   | 1,05 | 3  | 3,16 | 45 | 47,37 | 46 | 48,42 |
| 6  | Mengidentifikasi bahan bahan produk yang digunakan                            | 1   | 1,05 | 6  | 6,32 | 48 | 50,53 | 40 | 42,11 |
| 7  | Melakukan perbandingan logo halal tersertifikasi pada setiap kemasan produk   | 1   | 1,05 | 0  | 0,00 | 48 | 50,53 | 46 | 48,42 |

|   |   |   |      |   |      |    |       |    |       |
|---|---|---|------|---|------|----|-------|----|-------|
| 8 | Melakukan identifikasi logo halal tersertifikai resmi | 1 | 1,05 | 2 | 2,11 | 43 | 45,26 | 49 | 51,58 |
|---|---|---|------|---|------|----|-------|----|-------|

Hasil deskripsi responden pada tabel 4.6 jawaban responden diatas, pernyataan yang tersebar pada jawaban sangat setuju terdapat pada pernyataan ke 8 dengan jumlah jawaban sebanyak 49 orang, atau dengan tingkat persentase 51,58% dan yang terkecil yaitu pada pernyataan ke 2 setuju dengan jumlah jawaban sebanyak 42 responden dengan tingkat persentase 44,21%.

**Tabel 4.7**

Hasil Uji Frekuensi Jawaban Variabel Keputusan Pembelian (Y)

| NO | Pernyataan   | STS |      | TS |      | S  |       | SS |       |
|----|--|-----|------|----|------|----|-------|----|-------|
|    |  | F   | %    | F  | %    | F  | %     | F  | %     |
| 1  | Produk Ara Cakes merupakan minuman dan makanan utama dibandingkan makanan ringan | 1   | 1,05 | 1  | 1,05 | 49 | 51,58 | 44 | 46,32 |
| 2  | Merasa puas dengan rasa yang ada dalam produk Ara Cakes                          | 1   | 1,05 | 2  | 2,11 | 43 | 45,26 | 49 | 51,58 |
| 3  | Membeli produk di Ara Cakees sesuai dengan kebutuhan                             | 2   | 2,11 | 2  | 2,11 | 43 | 45,26 | 48 | 50,53 |
| 4  | Merasa cocok dengan produk di Ara Cakes  | 1   | 1,05 | 1  | 1,05 | 53 | 55,79 | 40 | 42,11 |
| 5  | Merasa Puas dalam melakukan pembelian produk di Ara Cakes                        | 1   | 1,05 | 0  | 0,00 | 50 | 52,63 | 44 | 46,32 |
| 6  | Tertarik membeli ulang produk Ara Cakes  | 1   | 1,05 | 3  | 3,16 | 36 | 37,89 | 55 | 57,89 |
| 7  | Membeli produk Ara Cakes diwaktu yang akan datang                                | 1,  | 1,05 | 3  | 3,16 | 48 | 50,53 | 43 | 45,26 |

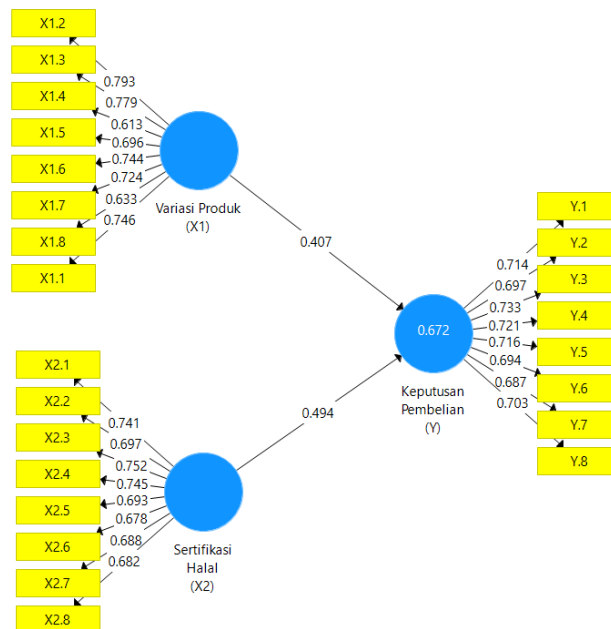
|   |   |   |      |   |      |    |       |    |       |
|---|---|---|------|---|------|----|-------|----|-------|
| 8 | Kesesuaian Variasi produk dan Label halal mempengaruhi untuk membeli produk Ara Cakes | 1 | 1,05 | 2 | 2,11 | 39 | 41,05 | 53 | 55,79 |
|---|---|---|------|---|------|----|-------|----|-------|

Hasil deskripsi responden pada tabel 4.7 jawaban responden diatas, pernyataan yang tersebar pada jawaban sangat setuju terdapat pada pernyataan ke 6 dengan jumlah jawaban sebanyak 55 responden, atau dengan tingkat persentase 57,89% dan yang terkecil yaitu pada pernyataan 6 setuju dengan jumlah jawaban sebanyak 36 responden dengan tingkat persentase 37,89%.

#### 4.2 Analisi Data

Teknik pengolahan data dengan menggunakan metode SEM berbasis *Partial Least Square* (PLS) memerlukan 2 tahap untuk melihat Fit Model dari sebuah penelitian (Ghozali, 2006).

Adapun tahap-tahapnya sebagai berikut :



**Gambar 4.1**

*Full Model Structural  
Partial Least Square*

### 4.3 Menilai Outer Model Measurement Model

Terdapat tiga kriteria didalam penggunaan teknik analisa data dengan smartPLS untuk menilai *outer model* yaitu *Convergent validity*, *Discriminant validity* dan *Composite Reliability* dari model pengukuran dengan refleksi indicator dinilai berdasarkan korelasi antara item *score/component score* yang diestimasi dengan *software* PLS. Ukuran refleksif individual dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,80 dengan konstruk yang diukur. Namun menurut Chin, 1998 (dalam Ghazali, 2006) untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran *loading* 0,5 sampai 0,6 dianggap cukup memadai. Dalam penelitian ini digunakan batas *loading factor* sebesar 0,05.

**Tabel 4.8**

*Outer Loading (Measurement Model)*

|      | <b>Model Awal</b> |
|------|-------------------|
|      | Variasi Produk    |
| X1.1 | 0,746             |
| X1.2 | 0,793             |
| X1.3 | 0,779             |
| X1.4 | 0,613             |
| X1.5 | 0,696             |
| X1.6 | 0,744             |
| X1.7 | 0,724             |
| X1.8 | 0,633             |

Sumber : Pengolahan data dengan PLS 2024

**Tabel 4.9 (Lanjutan)**

*Outer Loading (Measurement Model)*

|      | <b>Model Awal</b> |
|------|-------------------|
|      | Sertifikasi Halal |
| X2.1 | 0,741             |
| X2.2 | 0,697             |
| X2.3 | 0,752             |

|      |       |
|------|-------|
| X2.4 | 0,745 |
| X2.5 | 0,693 |
| X2.6 | 0,678 |
| X2.7 | 0,688 |
| X2.8 | 0,682 |

Sumber : Pengolahan data dengan PLS 2024

**Tabel 4.10 (Lanjutan)**

*Outer Loading (Measurement Model)*

|     | <b>Model Awal</b>   |
|-----|---------------------|
|     | Keputusan Pembelian |
| Y.1 | 0,714               |
| Y.2 | 0,697               |
| Y.3 | 0,733               |
| Y.4 | 0,721               |
| Y.5 | 0,716               |
| Y.6 | 0,694               |
| Y.7 | 0,687               |
| Y.8 | 0,703               |

Sumber : Pengolahan data dengan PLS 2024

Hasil pengolahan dengan menggunakan SmartPLS dapat dilihat pada tabel outer loading. Nilai outer atau koreksi antara konstruk dengan variable menunjukkan bahwa loading factor memiliki nilai diatas 0,50 dan sudah belum memenuhi convergen validity.

#### **4.4 Mengevaluasi Average Variance Extrated (AVE)**

Kriteria Validity dan realibilitas juga dapat dilihat dari nilai reliabilitas suatu konstruk dan nilai Average Variance Extracted (AVE) dari masing-masing konstruk. Konstruk dikatakan memiliki realibilitas yang sangat tinggi jika nilainya Composite Reliability dan AVE untuk seluruh variable diatas 0,5. Berikut hasil evaliasi nilai Average Variance Extracted (AVE) pada penelitian ini:

**Tabel 4.11**

*Average Variance Extracted (AVE)*



|                     | <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> |
|---------------------|---|
| Variasi Produk      | 0.502                                   |
| Sertifikasi Halal   | 0.504                                   |
| Keputusan Pembelian | 0.516                                   |

Sumber : Pengolahan Data SmartPLS 2024

Berdasarkan tabel Average Variance Extracted dapat disimpulkan nilai AVE diatas 0,5 sebagaimana kriteria yang direkomendasikan dengan demikian dapat dinyatakan bahwa setiap variable Variasi Produk, Sertifikasi Halal, Keputusan Pembelian telah memiliki discriminant validity yang baik.

#### 4.5 Mengevaluasi Composite Reability

Uji Reabilitas dilakukan dengan melihat nilai Composite Reability dari blok dimensi yang mengukur konstruk. Hasil Composite Reability akan menunjukkan nilai yang memuaskan jika diatas 0,7. Artinya data yang diperoleh reliable, berikut adalah nilai Composite Reability pada Output:

**Tabel 4.12**

*Composite Reability*

|                     | <i>Composite Reability</i> | <b>Kesimpulan</b> |
|---------------------|----------------------------|-------------------|
| Variasi Produk      | 0.895                      | Reabiable         |
| Sertifikasi Halal   | 0.890                      | Reabiable         |
| Keputusan Pembelian | 0.889                      | Reabiable         |

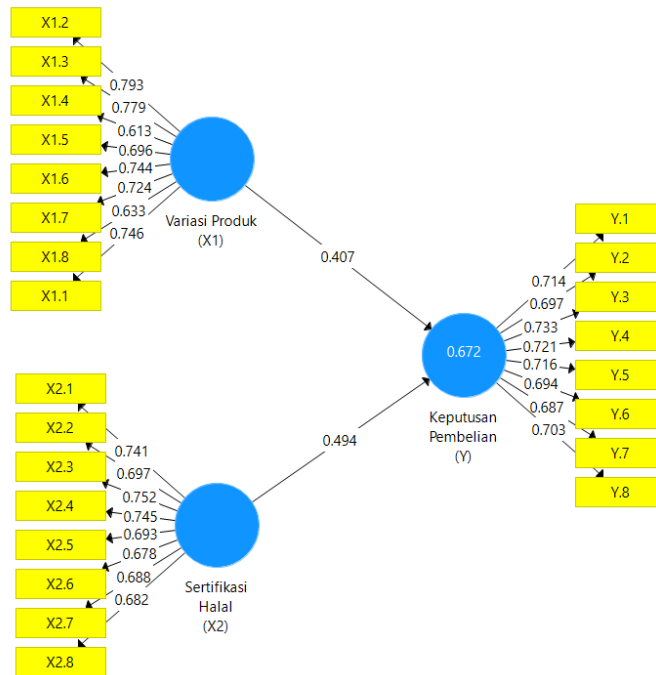
Sumber: Output SmartPLS Report 2024

Dari table Composite Reability dapat dilihat setiap konstruk atau variable tersebut memiliki nilai Composite Reability diatas 0,7 yang menandakan bahwa interval consistency dari variable eksogen Variasi Produk, Sertifikasi Halal, Keputusan Pembelian memiliki reabilitas yang baik.

#### 4.6 Pengujian Model Struktural (inner model)

Pengujian Model Struktural (inner model) secara statistik dilakukan untuk melihat setiap hubungan yang dihipotesiskan dilakukan dengan menggunakan simulasi. Menguji hipotesis yang telah dilakukan dalam penelitian ini dilakukan metode bootstrap terhadap

sampel Pengujian dengan bootstrap juga dimaksudkan untuk meminimalkan masalah ketidaknormalan data penelitian. Hasil pengujian dengan bootstrapping dari analisis SmartPLS adalah sebagai berikut:



**Gambar 4.2**

Hasil *Bootstrapping Model*

#### 4.7 Nilai R-square

Pengujian inner model atau model structural dilakukan untuk melihat hubungan antara konstruk, nilai signifikan dan R-square dari model penelitian. Model structural dievaluasi dengan menggunakan R-square untuk konstruk dependen uji t serta signifikan dari koefisien parameter jalur structural. Dalam menilai model dengan SmartPLS dimulai dari nilai R-square untuk setiap variable laten dependen tabel merupakan hasil setimasi R-square dengan menggunakan SmartPLS.

**Tabel 4.13**

Nilai *R-square*

|                         | <i>R-Square</i> |
|-------------------------|-----------------|
| Keputusan Pembelian (Y) | 0.672           |

Sumber: Pengolahan data dengan SmartPLS 2024

Tabel 4.6 Nilai R-square menunjukkan nilai R-square untuk variable ekosgen yaitu Variasi Produk, Sertifikasi Halal, terhadap Keputusan Pembelian sebesar 0.672. Hasil ini menunjukkan bahwa variable Variasi Produk, Sertifikasi Halal dapat menjelaskan variable Keputusan Pembelian. Dalam hal ini besaran pengaruh Variasi Produk, Sertifikasi halal dapat menjelaskan variable Keputusan Pembelian sebesar 0.672 atau 67.2% sisanya 0.328 atau 32.8% dipengaruhi oleh variable lain.

#### **4.8 Pengujian Hipotesis**

Signifikan parameter yang di estimasi memberikan informasi yang sangat berguna mengenai hubungan anatara variable-variabel penelitian. Dasar yang digunakan dalam pengujian hipotesis adalah nilai yang terdapat pada output result for inner weight. Pengujian Hipotesis dalam penelitian ini menggunakan T-hitung dan t-tabel berikut hasil uji Path Coefficient dalam penelitian ini :

**Tabel 4.14**  
*Path Coefficients*

|   | <b>Original<br/>Sample<br/>(O)</b> | <b>T Statistics<br/>(O/STDEV)</b> | <b>P Values</b> |
|---|------------------------------------|-----------------------------------|-----------------|
| Sertifikasi Halal (X2)-><br>Keputusan Pembelian (Y) | 0.494                              | 5.666                             | 0.000           |
| Variasi Produk (X1)-><br>Keputusan Pembelian (Y)    | 0.407                              | 4.336                             | 0.000           |

Sumber : Pengolahan data dengan SmartPLS 2024

#### **4.8.1 Pengujian Hipotesis 1 (Pengaruh Sertifikasi Halal terhadap Keputusan Pembelian)**

H0 : Tidak ada Pengaruh Sertifikasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Ara Cakes

H1 : Ada Pengaruh Sertifikasi Halal terhadap Keputusan Pembelian customer UMKM Ara Cakes

Kriteria :

Jika P-Value < Alpha (0,05) maka H0 di Tolak

Jika P-Value > Alpha (0,05) maka H1 di Terima

Hasil pengujian hipotesis pertama Pengaruh Sertifikasi Halal terhadap Keputusan Pembelian customer UMKM Ara Cakes didapatkan nilai koefisien jalur P-Value sebesar 0.000. Jika nilai P-Value dibandingkan nilai Alpha (0,05) hal tersebut menunjukkan bahwa P-Value lebih kecil dari nilai Alpha (0,05). Dengan demikian hasil pengujian hipotesis menyatakan bahwa variable Pengaruh Sertifikasi Halal terhadap Keputusan Pembelian customer UMKM Ara Cakes berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Ara Cakes.

#### **4.8.2 Pengujian Hipotesis 2 (Pengaruh Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian)**

H0 : Tidak ada Pengaruh Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Ara Cakes

H1 : Ada Pengaruh Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian customer UMKM Ara Cakes Kriteria :

Jika P-Value < Alpha (0,05) maka H0 di Tolak

Jika P-Value > Alpha (0,05) maka H1 di Terima

Hasil pengujian hipotesis pertama Pengaruh Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian customer UMKM Ara Cakes didapatkan nilai koefisien jalur P-Value sebesar 0.000. Jika nilai P-Value dibandingkan nilai Alpha (0,05) hal tersebut menunjukkan bahwa P-Value lebih kecil dari nilai Alpha (0,05). Dengan demikian hasil pengujian hipotesis menyatakan bahwa variable Pengaruh Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian produk UMKM Ara Cakes berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Ara Cakes.

## **4.9 Pembahasan**

### **4.9.1 Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian**

Sertifikasi halal merupakan sertifikasi halal yang dikeluarkan oleh Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika (LPPOM-MUI) yang menyatakan suatu produk sudah sesuai dengan syariat islam. Sertifikat halal ini dapat digunakan pembuatan label halal. Undang-undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan (LPH), dan MUI. BPJPH melaksanakan penyelenggaraan jaminan produk halal. Perdana et al (2018) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa label halal berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian terhadap peningkatan profit oleh perusahaan. Hal ini disebabkan dengan adanya percantuman label halal pada produk, maka tingkat kepercayaan konsumen bertambah serta pihak pemerintah disarankan menjalin kerjasama kepada pihak lembaga sertifikasi. Berdasarkan hasil uji hipotesis dalam penelitian ini bahwa sertifikasi halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk UMKM Ara Cakes dengan terdapatnya label halal yang sudah tersertifikasi pada kemasan produknya.

**H1 : Sertifikasi halal berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian**

### **4.9.2 Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian**

Variasi produk adalah pengembangan dari suatu produk sehingga menghasilkan bermacam macam pilihan. Keragaman produk (product assortment) adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada

pembeli (Kotler dalam indrasari, 2019). Pada penelitian Ayu (2021) menyatakan bahwa variabel Variasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, indikator yang terdapat dalam variasi produk adalah Ukuran, Harga, Tampilan, dan Komposisi. Hasil penelitian ini yang menyatakan bahwa konsumen berpengaruh terhadap variasi produk. Berdasarkan uji hipotesis menunjukkan bahwa Variasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian terhadap produk UMKM Ara Cakes. Terdapat banyak Variasi Produk yang ditawarkan untuk konsumen contohnya seperti, Risol coklat, dimsum Bandung, asinan buah, es teller, pudding, jongkong, dll.

**H2 : Variasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.**