

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian**

##### **4.1.1 Sejarah Perusahaan Sampoerna**

PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk., juga dikenal sebagai "Sampoerna", telah bertahan selama lebih dari seratus tahun dalam industri tembakau Indonesia, dengan produk legendaris Dji Sam Soe, juga dikenal sebagai "Raja Kretek". Pada tahun 2022, perusahaan memiliki pangsa pasar sebesar 28 persen dari pasar rokok Indonesia selama lebih dari sepuluh tahun. Dengan memperkenalkan produk Sampoerna A pada tahun 1989, Sampoerna menjadi pionir dalam kategori Sigaret Kretek Mesin Kadar Rendah (SKM LT) di Indonesia. Selain itu, perusahaan membuat berbagai merek rokok kretek terkenal, seperti Sampoerna Kretek, Marlboro Filter Black, dan Dji Sam Soe Magnum.

Sejak tahun 2005, Sampoerna telah berafiliasi dengan Philip Morris International Inc. (PMI). Sampoerna adalah anak perusahaan PT Philip Morris Indonesia (PMID). PMI adalah perusahaan rokok internasional terkemuka dengan merek Marlboro di seluruh dunia. Perusahaan melakukan banyak hal, seperti memproduksi, memperdagangkan, dan mendistribusikan rokok. PMI juga mendistribusikan Marlboro, merek rokok internasional terkemuka. Lebih dari 20.700

karyawan tetap di Sampoerna dan anak perusahaannya dikelola oleh tim manajemen Sampoerna yang berpengalaman, yang terus menerapkan praktik global terbaik dan sistem kelas dunia. Selain itu, Sampoerna bekerja sama dengan 38 Mitra Produksi Sigaret (MPS) yang memiliki pabrik di seluruh pulau Jawa dan mempekerjakan lebih dari 45.600 karyawan dalam produksi produk Sigaret Kretek Tangan (SKT). Rokok dijual dan didistribusikan oleh perusahaan melalui 109 kantor cabang zona, kantor penjualan, dan pusat distribusi di seluruh Indonesia.

#### **4.1.2 Visi dan Misi Sampoerna**

"Falsafah Tiga Tangan" adalah falsafah yang menggambarkan tujuan dan tempat Sampoerna bekerja. Ketiga "tangan" tersebut adalah perokok dewasa; karyawan dan mitra bisnis; dan masyarakat umum. Ketiganya bertanggung jawab atas pencapaian tujuan Sampoerna untuk menjadi perusahaan paling terkemuka di Indonesia. PT Sampoerna mencapai ketiga pihak ini dengan menyediakan produk berkualitas tinggi untuk perokok dewasa dalam kelas harga pilihan merek Sampoerna berkomitmen penuh untuk memproduksi rokok berkualitas tinggi dengan harga yang wajar bagi konsumen dewasa. Ini dapat dicapai dengan menawarkan produk yang relevan dan inovatif untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang dinamis.

Salah satu aset terpenting Sampoerna adalah memberikan kompensasi yang kompetitif kepada karyawan dan lingkungan kerja yang baik. Memberikan peluang yang baik untuk pengembangan karir dan peluang pengembangan diri adalah kunci utama dalam meningkatkan motivasi dan produktivitas karyawan. Sebaliknya, mitra

usaha Sampoerna juga memainkan peran penting dalam keberhasilan perusahaan, dan kami terus bekerja sama dengan mereka untuk memastikan tetap hidup dan bertahan. Kesuksesan Sampoerna tidak terlepas dari dukungan masyarakat Indonesia. Kami memfokuskan pada pemberdayaan ekonomi, pendidikan, pelestarian lingkungan, dan penanggulangan bencana sebagai bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan dan kontribusi Perseroan.

#### 4.2 Deskripsi Kriteria dan Identitas Responden

Pada penelitian ini data dikumpulkan menggunakan cara menyebar kuesioner pada responden dengan memberikan link Google Form. Waktu penyebaran kuesioner selama 11 hari. Responden yang berhak mengisi harus memenuhi karakteristik yang diberikan peneliti. Total responden yang memenuhi kriteria dan dapat diolah yaitu sebanyak 52 responden.

**Tabel 4. 1 Kriteria Responden**

<b>1. Apakah responden berdomisili surabaya selatan ?</b>		
<b>Kriteria Jawaban</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase (%)</b>
<b>Ya</b>	52	100%
<b>Tidak</b>	0	0
<b>Jumlah</b>	52	100%
<b>2. Apakah responden merupakan konsumen rokok sampoerna A mild di surabaya selatan</b>		
<b>Ya</b>	52	100%
<b>Tidak</b>	0	0
<b>Jumlah</b>	52	100%

*Sumber : Hasil Olah Data, 2024*

#### 4.2.1 Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

**Tabel 4. 2 Data Identitas Responden Mengenai Usia**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase</b>
<b>Laki Laki</b>	47	90,4
<b>Perempuan</b>	5	9,6
	52	100,0

*Sumber : Hasil Jawaban Kuesioner Responden*

Dari data pada tabel 4.2 terlihat bahwa jumlah responden pria sebanyak 47 orang, atau mencapai 90,4% , sedangkan responden perempuan berjumlah 5 orang, atau sekitar 9,6.

#### 4.2.2 Berdasarkan Usia Responden

**Tabel 4. 3 Data Identitas Responden Mengenai Usia**

<b>Usia</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase</b>
18-22	32	61,5
23-30	19	36,5
31-40	1	1,9
	52	100,0

*Sumber : Hasil Jawaban Kuesioner Responden*

Dari informasi yang tertera pada Tabel 4.3 dapat disimpulkan bahwa responden yang berusia 18-22 tahun berjumlah 32 orang, atau sekitar 61,5%. Sementara itu, responden yang berusia 23-30 tahun sebanyak 19 orang. Atau mencapai 36,5%. Dan responden yang berusia 30-40 tahun sebanyak 1 orang, atau mencapai 1,9%.

### 4.2.3 Berdasarkan Pekerjaan Responden

**Tabel 4. 4 Data Identitas Mengenai Pekerjaan**

<b>Pekerjaan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase</b>
Pelajar / mahasiswa	30	57,7
Pegawai Swasta	20	38,5
PNS	2	3,8
	52	100,0

*Sumber : Hasil Jawaban Kuesioner Responden*

Dari tabel 4.4 dapat dipahami bahwa responden dari Pelajar / mahasiswa berjumlah 30 orang, atau 57,7%. Sementara itu responden dari pegawai swasta sebanyak 20 orang, atau 38,5%. Dan responden PNS sebanyak 2 orang atau 3,8%.

### 4.3 Deskripsi Jawaban Responden Mengenai Variabel Penelitian

Seluruh jawaban responden mengenai variabel penelitian akan di uraikan. Untuk mengetahui frekuensi dan variasi jawaban serta rata-rata skor jawaban responden dari masing-masing pernyataan tersebut akan diklarifikasikan dengan rentang skala sebagai berikut :

STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

N = Netral

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

Menurut Nuryadi et al. (2017) untuk mengkategorikan rata-rata jawaban responden digunakan interval kelas yang dicari dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Interval Kelas} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kelas}} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

**Tabel 4. 5 Kategori Masing Masing Variabel**

Interval (panjang Kelas)	Kategori
$1,00 < a \leq 1,80$	Sangat Tidak Setuju (STS)
$1,80 < a \leq 2,60$	Tidak Setuju (TS)
$2,60 < a \leq 3,40$	Netral (N)
$3,40 < a \leq 4,20$	Setuju (S)
$4,20 < a \leq 5,00$	Sangat Setuju (SS)

*Sumber : Hasil Olah Data Peneliti*

#### 4.3.1 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk (X1)

Dari data penyebaran kuesioner Kualitas Produk (X1) jawaban lengkap responden :

**Tabel 4. 6 Jawaban Responden Mengenai variabel Kualitas Produk**

No	Pernyataan	Jawaban					Mean	Jumlah
		STS 1	TS 2	N 3	S 4	SS 5		
1	Penampilan rokok Sampoerna A mild sangat menarik buat saya.	2		6	21	23	43,8	52

2	Rokok Sampoerna A mild telah sesuai dengan selera saya	1	1	4	17	28	44,6	52
3	Rokok Sampoerna A mild memiliki rasa yang sangat baik	1		10	14	27	44,4	52
4	Rokok Sampoerna A mild tidak cepat habis ketika di konsumsi	2		4	15	31	45,8	52

*Sumber: Jawaban responden yang diolah*

Dari tabel 4.6 ditarik kesimpulan bahwasannya nilai rata-rata responden partisipan terhadap pertanyaan pertama hingga ketiga berada dalam kisaran 4,20 hingga 5,00. Ini mengidentifikasi bahwa responden secara umum menyatakan tingkat persetujuan yang tinggi (Sangat Setuju – SS) terhadap yang terkait dengan variabel kualitas produk (X1).

### 4.3.2 Deskripsi Jawaban Responden Variabel Harga

Data hasil penyebaran kuesioner Harga (X2), didapatkan data dan jawaban kuesioner:

**Tabel 4. 7 Jawaban Responden Mengenai Variabel Harga (X2)**

No	Pernyataan	Jawaban					Mean	Jumlah
		STS 1	TS 2	N 3	S 4	SS 5		
1	Harga rokok Sampoerna A mild sangat terjangkau bagi saya	1	2	7	17	25	43,8	52
2	Harga rokok Sampoerna A mild memiliki kualitas yang sangat baik	1	1	8	18	24	43,8	52
3	Harga rokok Sampoerna A mild terjangkau di bandingkan rokok lain	1	1	11	15	24	43,2	52
4	Harga rokok Sampoerna A mild sesuai dengan manfaat yang saya rasakan	1	2	3	16	30	4,6	52

*Sumber: Jawaban responden yang diolah*



Pada tabel 4.7 disimpulkan bahwasannya means jawaban partisipan terhadap pertanyaan pertama hingga ketiga dalam kisaran 4,20 hingga 5,00. Ini menunjukkan bahwa responden secara umum menyatakan tingkat persetujuan yang tinggi (Sangat Setuju-SS) terhadap pertanyaan yang terkait dengan variabel Harga (X2).

#### 4.3.3 Deskripsi Jawaban Responden Variabel keputusan Pembelian

Data hasil penyebaran kuesioner mengenai keputusan pembelian (Y), di dapatkan data jawaban kuesioner :

**Tabel 4. 8 Jawaban Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian (Y)**

No	Pernyataan	Jawaban					Mean	Jumlah
		STS	TS	N	S	SS		
1	Saya ingin mengkonsumsi rokok Sampoerna A mild karena kualitasnya yang baik	2		2	19	29	45,8	52
2	Saya cenderung membeli rokok Sampoerna A mild daripada mencoba merek lain yang belum pernah saya beli	2		3	20	27	45,2	52

3	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli rokok Sampoerna A mild karena informasi mengenai produk dijelaskan dengan baik	1	5	4	17	25	43,2	52
4	Saya memutuskan membeli rokok Sampoerna A mild rutin per hari	1	2	5	17	27	44,6	52

*Sumber: Jawaban responden yang diolah*

Dari tabel 4.8 dapat disimpulkan bahwasannya nilai mean partisipan untuk pertanyaan 1-4 berada dalam rentang 4,20 hingga 5,00. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum, partisipan memberikan statement sangat Sangat Setuju (SS) terhadap pernyataan yang terkait dengan variabel Keputusan pembelian (Y).

#### 4.4 Analisis Model atau Pengujian Hipotesis

##### 4.4.1 Hasil Uji Instrumen

##### 4.4.1.1 Hasil Uji Validitas

**Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas**

<b>Variabel</b>	<b>Item</b>	<b>Pearson Correlation</b>	<b>Signifikan</b>	<b>Keterangan</b>
<b>Kualitas Produk (X1)</b>	<b>X1.1</b>	<b>0,852</b>	<b>0,000</b>	<b>Valid</b>
	<b>X1.2</b>	<b>0,882</b>	<b>0,000</b>	<b>Valid</b>
	<b>X1.3</b>	<b>0,845</b>	<b>0,000</b>	<b>Valid</b>
	<b>X1.4</b>	<b>0,866</b>	<b>0,000</b>	<b>Valid</b>
<b>Harga (X2)</b>	<b>X2.1</b>	<b>0,916</b>	<b>0,000</b>	<b>Valid</b>
	<b>X2.2</b>	<b>0,951</b>	<b>0,000</b>	<b>Valid</b>
	<b>X2.3</b>	<b>0,908</b>	<b>0,000</b>	<b>Valid</b>
	<b>X2.4</b>	<b>0,824</b>	<b>0,000</b>	<b>Valid</b>
<b>Keputusan pembelian (Y)</b>	<b>Y1.1</b>	<b>0,872</b>	<b>0,000</b>	<b>Valid</b>
	<b>Y1.2</b>	<b>0,895</b>	<b>0,000</b>	<b>Valid</b>
	<b>Y1.3</b>	<b>0,872</b>	<b>0,000</b>	<b>Valid</b>
	<b>Y1.4</b>	<b>0,906</b>	<b>0,000</b>	<b>Valid</b>

*Sumber : Data diolah oleh peneliti menggunakan SPSS*

Dari tabel 4.9 dapat disimpulkan bahwasannya nilai signifikan untuk setiap item pertanyaan dari variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Keputusan

pembelian (Y) lebih kecil dari 0,5 oleh karena itu, semua item pertanyaan dari masing- masing indikator tersebut dianggap valid.

#### 4.4.1.2 Hasil Uji Reabilitas

Keandalan instrument penelitian dianggap memadai jika menghasilkan Cronbach Alpha yang  $> 0,6$  Berikut hasil uji realibilitas untuk masing – masing aspek, yaitu Keputusan Pembelian (Y), Kualitas produk (X1), dan Harga (X2) :

**Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach Alpha	Reliabiitas Minimum	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,884	0,6	Reliabel
Harga (X2)	0,922	0,6	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,907	0,6	Reliabel

*Sumber : Data diolah penelitian menggunakan SPSS*

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas kuesioner ditemukan nilai Cronbach alpha untuk setiap kuesioner pada semua factor  $> 0,6$ . Maka, dapat ditarik kesimpulan bahwasannya kuesioner pada setiap factor dianggap teruji dan terbukti.

#### 4.4.2 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4. 11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.094	1.459		2.806	.007
	Total X1	-.249	.156	-.236	-1.589	.118
	Total X2	1.025	.148	1.028	6.913	.000

a. Dependent Variable: Total Y

*Sumber : Hasil olah data SPSS*

Berdasarkan table diatas dapat diketahui besarnya signifikansi:

- Var X1 = 0,118 > dari 0,05 dengan demikian dapat dinyatakan bahwa variable X1 tidak berpengaruh signifikan terhadap variable Y .
- Var X2 = 0,000 < dari 0,05 dengan demikian dapat dinyatakan bahwa variable X1 berpengaruh signifikan terhadap variable Y.

Persamaan regresi linier berganda:

$$Y = (4,094) - 0,249 X1 + 1,025 X2 + e$$

a. Nilai Konstanta = 4,094

Nilai konstanta 4,094 menunjukkan pengaruh yang searah, yang artinya bahwa apabila variabel bebas dalam kondisi tetap atau konstan, maka besarnya Y sebesar 4,094 satuan.

b. Nilai koefisien regresi untuk variable  $X_1 = -0,249$

Nilai tersebut menunjukkan pengaruh negative ( berlawanan arah )Yang artinya bahwa jika variable  $X_2$  mengalami kenaikan 1 satuan, maka sebaliknya variable  $Y$  akan turun sebesar  $-0,249$  satuan, dengan asumsi variable independent lainnya dianggap konstan.

c. Nilai koefisien regresi untuk variabel  $X_2 = 1,025$

Nilai tersebut menunjukkan pengaruh positif ( searah )Yang artinya bahwa jika variable  $X_2$  mengalami kenaikan 1 satuan, maka variable  $Y$  akan naik sebesar 1,025 dengan asumsi variable independent lainnya dianggap konstan.

#### 4.4.3 Uji T

**Tabel 4. 12 Hasil Uji T**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.094	1.459		2.806	.007
	Total X1	-.249	.156	-.236	-1.589	.118
	Total X2	1.025	.148	1.028	6.913	.000

a. Dependent Variable: Total Y

Tabel 4.13 menunjukkan hasil uji t untuk variabel-variabel penelitian ini, dengan nilai t tabel sebesar 2,009 (  $\alpha/2; n-k-1 = 52-2-1 = (0,025; 49)$  ). Berdasarkan hasil pengujian, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. *Kualitas Produk (X1)* memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $-1.589 < t_{tabel}$  (2,009) dengan taraf signifikansi lebih besar  $0,118 > 0,05$ . Oleh karena itu,  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, menunjukkan bahwa Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian . Dengan demikian, hipotesis pertama yang mengatakan bahwasannya Kualitas Produk tidak berpengaruh kepada *keputusan pembelian* Produk Sampoerna A mild di surabaya selatan tidak dapat dibuktikan kebenarannya.
2. *Harga (X2)* memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $6.913 > t_{tabel}$  (2,009 ) dengan taraf signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Maka,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian, hipotesis kedua yang mengatakan bahwasannya Harga berpengaruh penting terhadap keputusan pembelian di surabaya selatan dapat dibuktikan

#### 4.4.4 Uji F

**Tabel 4. 13 Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	401.578	2	200.789	57.036	.000 <sup>b</sup>
	Residual	172.498	49	3.520		
	Total	574.077	51			
a. Dependent Variable: Total Y						
b. Predictors: (Constant), Total X2, Total X1						

Berdasarkan tabel 4.3 hasil uji f menunjukkan bahwa nilai  $f_{hitung}$  sebesar 57,036 sedangkan nilai  $f_{tabel}$  yaitu sebesar 2,734 ( $df_1 = 2$  dan  $df_2 = 52-3 = 49$ ) serta nilai signifikansi uji f sebesar 0,000 dengan nilai  $\alpha$  (alpha) sebesar 0,05. Hal ini menunjukkan hasil  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $57,036 > 3,187$  dan signifikansi uji  $F < \alpha$  (alpha) atau  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal tersebut membuktikan bahwa variabel independen terdiri Kualitas Produk dan Harga memiliki hasil yang bersama-sama dan memberikan pengaruh pada Keputusan Pembelian Rokok Sampoerna A Mild Di Surabaya Selatan.

#### 4.4.5 Koefisien Determinasi

**Tabel 4. 14 Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.836a	.700	.687	1.876
a. Predictors: (Constant), Total X2, Total X1				

Untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel (X1), (X2), terhadap (Y) dapat diketahui dari besarnya koefisien determinasi berganda ( $R^2$ ).

Nilai R sebesar  $0,836 > 0,5$  menunjukkan cukup kuatnya hubungan ke dua variabel penelitian terhadap variabel terikat. Sedangkan nilai  $R^2$  sebesar 0,700 atau menunjukkan bahwa ke dua variabel penelitian memberikan kontribusi sebesar 70,0



% terhadap (Y), sedangkan sisanya sebesar 0,30 atau sebesar 30,0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model analisis.

#### **4.5 Pembahasan Hasil Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y) dipengaruhi oleh variabel independent yaitu Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2). Hasil analisis data dapat dijelaskan sebagai berikut :

##### **4.5.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis (Uji t atau uji independen) terbukti bahwa Kualitas Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Sampoerna A mild di Surabaya selatan yang dibuktikan di dalam tabel 4.12. Maka H1 ditolak, Karena kualitas produk masih belum menjadi dasar utama dalam keputusan pembelian oleh konsumen karena pada penjelasan karakteristik responden berdasarkan usia pada penelitian ini yang tergolong masih muda dan cenderung lebih mengutamakan trend serta harga dibandingkan kualitas produk Sampoerna A mild. Maka hal ini tidak sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Sutisna (2002:26) dalam Marlius dan Kesy (2021), "Pemahaman konsumen tentang kualitas produk dapat di jadikan dasar terhadap proses keputusan pembelian konsumen". Selain itu, dapat dilihat dari pernyataan kuisioner tentang penampilan rokok, selera, rasa dan tidak cepat habis ketika dikonsumsi belum tentu membuat konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini memperkuat penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nadiya dan wahyuningsih (2020), Pengaruh Kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian fashion 3second di marketplace menunjukkan hasil bahwa kualitas produk tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

#### **4.5.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis (Uji t atau uji independen) terbukti bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Sampoerna A mild di surabaya selatan yang dibuktikan di dalam tabel 4.13. Harga adalah nilai uang yang dapat ditukarkan oleh pembeli untuk memiliki atau menggunakan barang atau jasa yang ditawarkan oleh penjual. Dalam hal harga, konsumen mempunyai persepsi bahwa semakin tinggi harga suatu produk, maka semakin tinggi pula kualitas produk tersebut. Hal ini juga terbukti dengan melihat jawaban responden melalui penyebaran kuisisioner yang menyatakan sangat setuju pada tabel 4.7 dimana dapat disimpulkan bawasannya Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini memperkuat penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Suwardi dan Berliana (2022), Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk sepatu vans menunjukkan hasil bahwa harga berpengaruh secara persial terhadap keputusan pembelian.