

Pengaruh Bauran Pemasaran (*Mix Marketing*) Terhadap Keputusan Pembelian Roti Kacang Hj. Ellya di Kota Tebing Tinggi

Lu'lu' Wulandari

¹Fakultas Pertanian, ²Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

luluwulandari@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini yaitu: 1). Untuk mengetahui bagaimana pengaruh bauran pemasaran (harga, lokasi, promosi, dan produk) terhadap keputusan pembelian Roti kacang Hj. Ellya. Metode analisis data yang digunakan untuk menjawab permasalahan yang pertama adalah metode analisis deskriptif. Metode analisis data yang digunakan untuk menjawab permasalahan yang pertama adalah metode analisis deskriptif dengan jumlah sebanyak 30 orang responden. Hasil penelitian sebagai berikut: 1). Berdasarkan hasil uji statistik diperoleh nilai f -hitung = 20.722 dan nilai signifikan sebesar 0,000 pada taraf tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan variabel bebas harga (X1), lokasi (X2), promosi (X3) dan produk (X4) berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen keputusan pembelian (Y). Dari hasil uji t menggunakan program SPSS diperoleh hasil bahwa variabel harga (X1), lokasi (X2), promosi (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen keputusan pembelian (Y) . Sedangkan variabel produk (X4) tidak berpengaruh secara nyata atau signifikan terhadap keputusan pembelian roti kacang Hj Elya .

Kata Kunci: *Bauran Pemasaran, Roti Kacang Hj Ellya*

1. PENDAHULUAN

Dewasa ini peran agroindustri dirasakan sangat penting dan memiliki nilai strategis dalam upaya peningkatan dan percepatan pertumbuhan ekonomi masyarakat khususnya di pedesaan. Sektor agroindustri telah memberikan nilai tambah bagi hasil pertanian dan merupakan produk yang berkelanjutan dari produk pertanian. Agroindustri memperkaya keragaman lapangan kerja petani, membangun industri hilir dan hulu untuk mendapatkan nilai tambah dan memba-
wa pemerataan pembangunan dan kesejahteraan sosial masyarakat, terutama pedesaan.

Komoditas pertanian sebagian besar adalah komoditas yang mudah rusak apabila langsung dikonsumsi ataupun proses pengolahan lebih lanjut. Adapun dengan proses pengolahan lebih lanjut maka akan memberikan nilai tambah terhadap komoditi tersebut. Disamping itu selain adanya kegiatan pengolahan lebih lanjut terhadap produk pertanian, maka kegiatan perekonomian akan berkembang, hal tersebut ditunjukkan dengan usaha kecil menengah (UKM), yang mampu mengakomodasi keberadaan sumber daya manusia. Salah satu kegiatan usaha pengolahan lebih lanjut komoditi pertanian ialah menjadikan sebagai ma-
kanan atau kuliner.

Kacang hijau dan aneka kacang merupakan komoditas strategis sebagai sumber pendapatan bagi petani yang memiliki arti dan peran dalam peningkatan kesejahteraan petani. Kacang tanah, kacang hijau dan aneka kacang selain dapat dijadikan bahan pangan dimanfaatkan juga sebagai bahan baku industri dan pakan ternak dalam bentuk bungkil. Pentingnya peran tersebut terlihat dengan semakin meningkatnya permintaan di dalam negeri dan semakin be-
ragamnya produk – produk olahan berbahan baku kacang tanah, kacang hijau dan aneka kacang yang dihasilkan oleh industri berskala rumah tangga maupun oleh industri besar (Anonimous, 2010).

Kota Tebing Tinggi ini dikenal sebagai wilayah yang mengandalkan industri dan perdagangan. Sebagai penyumbang kegiatan ekonomi terbesar, sektor industri tidak bisa mengenyampingkan keberadaan industri-industri kecil dan ru-
mahannya yang tersebar di tiga kecamatan. Kedua jenis industri ini yang digolongkan sebagai UKM (Departemen Pekerjaan Umum Direktorat Jenderal Cipta Karya, 2013).

Sejak sekitar tahun 2005 di Kota Tebing Tinggi muncul makanan baru, yakni Roti Kacang. Roti kacang yang terkenal adalah roti kacang Hj Ellya. Namun seiring dengan perjalanan waktu, makin banyak merk lain yang dipasarkan. Kue ka-
cang banyak dijual di terminal Pajak (Pasar) Mini Tebing Tinggi. Karena kelezatannya dan harga yang ekonomis, roti kacang mulai menjadi ikon baru kuliner Kota Tebing Tinggi.

Berbicara bisnis maka berkaitan juga dengan keputusan konsumen dalam membeli suatu produk. Keputusan membeli suatu produk untuk memenuhi kebu-
tuhan hidup ada pada diri konsumen, proses keputusan konsumen terdiri atas tahap pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pembelian dan kepuasan konsumen (Marbun, 2014)

Kurangnya perhatian terhadap konsumen sudah disadari sejak dahulu. Hal ini terlihat dari para pemasar yang lebih memfokuskan pada bagaimana caranya memproduksi dan memasarkan produk. Para pemasar kurang memperhatikan bagaimana sebenarnya reaksi konsumen yang mengkonsumsi produk terse-
but. Bila konsumen merasa tertarik pada suatu produk pada saat itu konsumen hanya dapat mengkonsumsi produk tersebut tanpa dapat memberikan tangga-
pan yang dirasakannya dari produk. (Setiadi, 2013)

Perilaku konsumen menurut Simamora (2012) merupakan tindakan suatu individu dalam membuat keputusan untuk membelanjakan sumber daya yang dimilikinya agar memperoleh barang atau jasa yang akan dikonsumsi nantinya. Dalam menganalisa perilaku konsumen tidak hanya menyangkut faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen tetapi proses pengambilan keputusan yang disertai dengan kegiatan pembelian suatu barang atau jasa.

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, apalagi jika mengingat perilaku setiap individu dalam proses pembelian berbeda-beda dan semakin maraknya perkembangan minimarket di Indonesia. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan/pemasar khususnya yang ingin mendirikan atau sedang mengelola bisnis minimarket untuk dapat lebih memahami perilaku konsumen dan untuk mencapai tujuan perusahaan, salah satunya dengan menerapkan strategi bauran pemasaran, agar bisnis minimarket tersebut mampu bersaing dengan minimarket sejenis lainnya. Menurut Ratih Hurriyati dalam), faktor internal terdiri dari 7P yaitu produk (*product*), harga (*price*), promosi (*promotion*), lokasi (*place*), orang (*people*), bukti fisik (*physical evidence*), dan proses (*process*).

Tahap-tahap yang dilewati pembeli untuk mencapai keputusan pembelian melewati lima tahap, yaitu: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan tingkah laku pasca pembelian. Konsumen memerlukan suatu strategi tersendiri untuk mencapai sasaran tersebut dan terdapat beberapa faktor yang turut mempengaruhi, yaitu faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal yaitu faktor yang berada diluar jangkauan perusahaan, seperti: teknologi, keadaan ekonomi, peraturan pemerintah, dan lingkungan sosial budaya (Kotler, 2012).

Bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus-menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasarnya. Para pemasar pada umumnya menggunakan bauran pemasaran ini sebagai alat untuk mendapatkan tanggapan yang diinginkan oleh perusahaan dari pasaran mereka atas produk yang ditawarkan oleh perusahaan atau untuk menciptakan pembelian atas produk perusahaan. Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran mempengaruhi keputusan pembelian konsumen (Kotler, 2012).

Konsumennya tidak hanya konsumen yang tinggal di Kota Tebing Tinggi dan sekitarnya, tetapi karena Kota Tebing Tinggi merupakan kota lintasan sehingga konsumen banyak yang berasal dari luar Kota Tebing Tinggi. Oleh karena itu banyak konsumen yang singgah untuk membeli Roti Kacang Hj Ellya. Pada umumnya, setiap konsumen roti kacang Hj. Ellya memiliki pandangan yang berbeda terhadap roti kacang, sehingga pada akhirnya dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Selain itu tingkat pendidikan dan pendapatan rumah tangga konsumen yang beragam serta kebutuhan yang harus dipenuhi oleh setiap rumah tangga, mempengaruhi permintaan konsumen dalam menjalankan aktifitas-aktifitas ekonomi dalam berbelanja.

Kesadaran untuk memahami faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen merupakan aspek paling utama yang harus diperhatikan oleh suatu produsen. Semakin selektifnya konsumen menentukan pilihan dalam membeli sebuah produk merupakan peringatan bagi para pelaku pasar terhadap upaya untuk memuaskan konsumen. Oleh sebab itu, produsen atau pelaku pemasaran makanan roti kacang harus dapat memahami perilaku konsumen agar strategi pemasaran yang akan dijalankan dapat berjalan dengan efektif sehingga roti kacang yang dipasarkan diminati oleh konsumen.

Permintaan konsumen roti kacang setiap harinya selalu ramai, ada berbagai faktor yang menyebabkan konsumen membeli roti kacang yaitu: tingkat pendapatan konsumen, rasa makanan, harga, varian rasa, tempat, promosi dan produk.

2. METODE

Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan metode studi kasus (*case study*) yaitu penelitian yang dilakukan dengan melihat langsung lapangan, karena studi kasus merupakan metode yang menjelaskan jenis penelitian mengenai suatu objek tertentu selama kurun waktu, atau suatu fenomena yang ditemukan pada suatu tempat yang belum tentu sama dengan daerah lain.

Metode Penentuan Lokasi Penelitian

Penentuan daerah penelitian ditentukan secara purposive yaitu sampel ditentukan secara sengaja karena sesuai karakteristik dan tujuan penelitian yakni di UKM Roti Kacang Hj. Ellya Kota Tebing Tinggi.

Metode Penarikan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah ini adalah para konsumen roti kacang Hj. Ellya. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *accidental sampling* yaitu menentukan sampel berdasarkan kebetulan dengan kriteria tertentu yakni konsumen yang secara kebetulan sedang melakukan permintaan roti kacang. Adapun jumlah sampel yang digunakan sebanyak 30 orang sedang membeli roti kacang Hj. Ellya. Karena menurut Sugiyono (2010), jumlah sampel atau responden sebanyak 30 orang sudah layak dalam penelitian menggunakan uji statistik.

Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara dan kuesioner yang telah dipersiapkan terlebih dahulu sesuai dengan tujuan dan kebutuhan penelitian. Data sekunder merupakan data pelengkap yang diperoleh dari instansi atau lembaga yang berhubungan dengan penelitian.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan untuk menjawab permasalahan yang pertama adalah metode analisis deskriptif, sedangkan untuk menjawab permasalahan yang kedua dan ketiga adalah dengan menggunakan analisis regresi linier berganda, kemudian di implementasikan ke dalam bentuk analisis deskriptif. Analisis deskriptif merupakan analisis yang memberikan gambaran atas data yang dikumpulkan dalam penelitian. Dalam penelitian ini menggunakan angka indeks untuk mengetahui persepsi umum responden mengenai variable yang diteliti (Ferdinand, 2006).

Perumusan masalah kedua yaitu untuk mengetahui pengaruh tingkat pendidikan, pendapatan dan tanggungan terhadap permintaan roti kacang di analisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda, dengan rumus :

a. Skala Likert

Skala pengukuran menggunakan Skala Likert, dimana skala ini untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan *Skala likert*, maka variable yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Dalam mengemukakan *skala likert* atau tingkatan kesetujuan terhadap statement dalam angket diklasifikasikan sebagai berikut :

1. Tidak Setuju
2. Kurang Setuju
3. Cukup Setuju
4. Setuju
5. Sangat Setuju

Untuk scoring di pengukuran setiap variabel dibawah dengan jawaban setiap statement dalam bentuk *skala likert* menggunakan skala 5 yaitu :

1. Tidak Setuju : Nilai 1
 2. Kurang Setuju : Nilai 2
 3. Cukup Setuju : Nilai 3
 4. Setuju : Nilai 4
 5. Sangat Setuju : Nilai 5
- b. Uji Validitas dan Uji Relibilitas

Uji Validitas

Uji validitas adalah untuk mengetahui tingkat kevalidan dari instrument (kuesioner) yang digunakan dalam pengumpulan data. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah item-item yang tersaji dalam kuesioner benar-benar mampu mengungkapkan dengan pasti apa yang akan diteliti. Uji validitas ini diperoleh dengan cara mengkorelasi setiap skor indikator dengan total skor indikator variabel, kemudian hasil korelasi dibandingkan dengan nilai kritis pada taraf signifikan 0,05. Kriteria dalam menentukan validitas suatu kuesioner adalah sebagai berikut :

1. Jika r hitung $>$ r tabel maka pernyataan dinyatakan valid.
2. Jika r hitung $<$ r tabel maka pernyataan dinyatakan tidak valid.

Uji Relibilitas

Sedangkan uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui adanya konsistensi alat ukur dalam penggunaannya, atau dengan kata lain alat ukur tersebut mempunyai hasil yang konsisten apabila digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda. Pernyataan yang telah dinyatakan valid dalam uji validitas, maka akan ditentukan reliabilitasnya dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika r alpha positif atau $>$ dari r tabel maka pernyataan reliabel.
2. Jika r alpha negatif atau $<$ dari r tabel maka pernyataan tidak reliabel

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (independent) terhadap variabel terikat (dependent). Hasil regresi linier berganda diperoleh dengan menggunakan paket program statistik SPSS 20. Bentuk persamaan regresi linier berganda untuk permasalahan kedua adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dimana :

- Y = permintaan roti kacang Hj. Ellya
a = Konstanta /Intercept
X₁ = Harga (Rp)
X₂ = Lokasi
X₃ = Promosi
X₄ = Produk
b = Koefisien Regresi
e = Error

Untuk menguji variabel tersebut apakah berpengaruh secara serempak maka digunakan rumus uji F, yaitu dengan menggunakan rumus:

$$F_{hitung} = \frac{jk_{reg}/k - 1}{jk_{\frac{sis}{n}} - 1}$$

Keterangan :

Jk reg = Jumlah kuadrat regresi

Jk sisa = Jumlah variabel

n = Jumlah sampel

k = Jumlah variabel

1 = Bilangan Konstanta

Dengan kriteria keputusan:

H_0 = Tidak ada pengaruh penggunaan variabel (harga, lokasi, promosi dan produk) terhadap perilaku konsumen roti kacang Hj. Ellya.

H_1 = Ada pengaruh penggunaan variabel (harga, lokasi, promosi dan produk) terhadap perilaku konsumen roti kacang Hj. Ellya. Kriteria :

• Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ = maka H_0 ditolak H_1 diterima taraf kepercayaan 95%

• Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ = maka H_0 diterima H_1 ditolak taraf kepercayaan 95%

Untuk menguji keempat variabel tersebut berpengaruh secara parsial terhadap tingkat produksi kelapa padi sawah digunakan uji t, yaitu:

$$t_{hitung} = \frac{b_i}{se(b_i)}$$

Kriteria :

b_i = Koefisien regresi

Se = Simpangan Baku (standard deviasi)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Roti Kacang Hj. Ellya

Dalam penelitian ini faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian roti kacang di pengaruhi oleh 4 fakto yaitu Harga (X1), loksai (X2), promosi (X3) dan produk (X4). Untuk mengetahui ke empat variable tersebut dalam mempengaruhi keputusan pembelian roti kacang Hj Elya dianalisis dengan metode analisis dekskriptif dengan menggunakan uji instrumen penelitian melalui ujivaliditas, reabilitas dan skala likert kemudian dianalisis dengan menggunakan uji statistic yaitu *Regresi Linier Berganda*. Dari hasil penelitian yang dilakukan dengancara teknik wawancara kepada responden melalui daftar pertanyaan yang diberikan kepada setiap responden tentang bagaimana tanggapan responden terhadap 4 variabel tersebut. Dari hasil penilaian tersebut kemudian dianalisis dengan menggunakan uji validitas dan reabilitas. Berikut adalah hasil uji validitas dari hasil penilaian konsumen:

Uji Validitas Dan Reabilitas

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk melihat seberapa baik hubungan instrumen atau indikator yang dibuat untuk mengukur suatu konsep tertentu. Uji ini menggunakan uji korelasi *Pearson Product Moment*. Dengan kriteria skor total masing – masing variabel $\geq 0,25$ maka dapat dikatakan valid (Prawoto dan Basuki 2016).

Uji ini menggunakan metode *Cronbach's Alpha* untuk mengetahui konsisten alat ukur, apakah alat ukur digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Dalam hal ini peneliti menggunakan metode

Cronbach's Alpha untuk menilai apakah kuisioner ini realibel atau tidak dengan kriteria menurut Prawoto dan dan Basuki (2016).

Dalam melakukan penyebaran kuisioner kepada konsumen roti kacang Hj.Elya, kuisioner disebarkan sebanyak 30 kuisioner kepada konsumen roti kacang Hj. Elyayang sedang melakukan pembelian roti kacang Hj. ElyadiKota Tebing Tinggi. Dari kuisioner tersebut dibagi menjadi 5 variabel, dari tiap variabel terdapat 5 item pernyataan yang harus ditanggapi oleh responden. Berikut adalah hasil uji validitas dan reabilitas dari tiap indikator pertanyaan yang diajukan pada responden dalam penelitian ini:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Instrumen Variabel	Pertanyaan Yang Diajukan	R hitung	R tabel	Signifikan	Keterangan
Harga	Pertanyaan 1	0.432	0,306	0.047	Valid
	Pertanyaan 2	0.432	0,306	0.027	Valid
	Pertanyaan 3	.393	0,306	0.032	Valid
	Pertanyaan 4	-0.75	0,306	0.035	Valid
	Pertanyaan 5	-0.524	0,306	0.028	Valid
Tempat	Pertanyaan 1	.685**	0,306	0,00	Valid
	Pertanyaan 2	0.613	0,306	0.045	Valid
	Pertanyaan 3	-0.746	0,306	0.008	Valid
	Pertanyaan 4	0.35	0,306	0.044	Valid
	Pertanyaan 5	-0.814	0,306	0.043	Valid
Promosi	Pertanyaan 1	0.65	0,306	0.032	Valid
	Pertanyaan 2	-0.414	0,306	0.023	Valid
	Pertanyaan 3	0.571	0,306	0.03	Valid
	Pertanyaan 4	-0.679	0,306	0.043	Valid
	Pertanyaan 5	-0.691	0,306	0.018	Valid
Produk	Pertanyaan 1	0.332	0,306	0.043	Valid
	Pertanyaan 2	0.556	0,306	0.037	Valid
	Pertanyaan 3	0.651	0,306	0.02	Valid
	Pertanyaan 4	-0.736	0,306	0.034	Valid
	Pertanyaan 5	-0.317	0,306	0.039	Valid
Keputusan Pembelian	Pertanyaan 1	.635**	0,306	0,00	Valid
	Pertanyaan 2	-0.565	0,306	0.046	Valid
	Pertanyaan 3	0.427	0,306	0.027	Valid
	Pertanyaan 4	0.485	0,306	0.037	Valid
	Pertanyaan 5	0.637	0,306	0.045	Valid

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat hasil uji validitas dari instrumen penelitian dari keseluruhan pertanyaan yang diajukan dinyatakan valid. Karena $r_{hitung} > r_{tabel}$, dan $nilai\ signifikansi > 0,050$. Sehingga dapat disimpulkan kuisioner yang diajukan valid dijadikan sebagai instrumen penelitian sesuai dengan pendapat Kuncoro (2013) yang mengatakan bahwa apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ dan $signifikan < 0,050$, maka instrumen tersebut valid dan reliabel untuk digunakan.

Uji Reabilitas

Uji reabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi dan akurasi data yang dikumpulkan dari penggunaan kuisioner. untuk melihat sejauh mana instrumen pertanyaan ini dapat mengukur apa yang seharusnya diukur dan melihat sejauh mana pengukuran ini dilakukan tanpa bias (bebas kesalahan). Dalam uji reabilitas terdapat kriteria yaitu apabila nilai reabilitas dari masing-masing instrumen lebih besar 0,60 maka instrumen tersebut dianggap reliabel, sesuai dengan pendapat Kuncoro (2013) yang mengatakan bahwa apabila nilai $cronbach\ alpha > 0,600$, maka instrumen tersebut reliabel untuk digunakan. Hasil pengujian reabilitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 2. Hasil Uji Reabilitas Instrumen Penelitian

Instrumen Penelitian	Cronbach's Alpha	Batas Reliabilitas	Keterangan
Harga	0.797	0,6	Reliabel
Tempat	0.71	0,6	Reliabel
Promosi	0.61	0,6	Reliabel
Produk	0.86	0,6	Reliabel
Keputusan Pembelian	0.77	0,6	Reliabel

Dari tabel diatas dapat dilihat nilai Cronbach's Alpha dari ketiga instrumen yang diajukan lebih besar daripada 0,60 dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa item pernyataan dari setiap instrumen dalam penelitian ini adalah reliable.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Linieritas

Uji linearitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Suatu variabel dikatakan linear apabila nilai signifikansi $\geq 0,05$ sedangkan jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ($\text{sig} < 0,05$) maka tidak linier. Rangkuman hasil dari uji linearitas tersebut dapat ditunjukkan dengan tabel sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Linieritas

Variabel	F	P(sig)	Keterangan
Harga	1,759	0,161	Linier
Lokasi	2,371	0,71	Linier
Promosi	4,611	0,075	Linier
Produk	0,87	0,516	Linier

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikan dari variable harga lokasi dan produk lebih besar dari 0,05 ($\text{Sig} > 0,05$) maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel harga (X1) lokasi (X2) dan produk (X4) dalam penelitian ini berhubungan linier dengan variable keputusan pembelian roti kacang Hj Elya(Y).

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah antar variabel bebas memiliki hubungan yang sama tinggi atau tidak. Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinearitas adalah dengan melihat nilai Variance Inflation Factor (VIF). Dengan kriteria apabila nilai VIF tersebut < 4 maka tidak terjadi multikolinearitas, sedangkan jika nilai VIF > 4 maka terjadi multikolinearitas. Rangkuman hasil uji multikolinearitas tersebut dapat ditunjukkan dengan tabel sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Multikoreanitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Harga	0.9	1.111	Bebas Multikolinieritas
Lokasi	0.625	1.6	Bebas Multikolinieritas
Promosi	0.338	2.957	Bebas Multikolinieritas
Produk	0.483	2.07	Bebas Multikolinieritas

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa nilai tolerance dari setiap variabel penelitian lebih besar daripada nilai signifikan $> 0,05$ dan nilai VIF < 4 maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini bebas dari Multikolinieritas.

c. Uji Heterokedasitas

Untuk mengetahui perbedaan varians error untuk setiap nilai variabel X. Pengujian heteroskedastisitas ini diuji menggunakan Uji Glesjer dengan melihat hasil pengujian F. Jika pengujian F signifikan ($\text{sig } F \leq 0,05$) maka menunjukkan terjadinya heteroskedasitas, sedangkan jika $\text{sig } F \geq 0,05$ maka tidak terjadi heterokedasitas. Syarat dalam penelitian ini adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Rangkuman hasil uji heteroskedastisitas tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Heterokedasitas

Coefficients ^a	
Model	Sig.
1 (Constant)	.032
Harga	.059
Lokasi	.051
promosi	.083
Produk	.526

Berdasarkan hasil analisis di atas maka ditemukan menunjukkan hasil nilai sig variabel harga sebesar 0,059, nilai sig variabel lokasi sebesar 0,51, nilai sig variabel promosi sebesar 0,083, nilai sig variabel produk sebesar 0,526. Oleh karena nilai sig semua variabel tersebut $> 0,05$ dengan nilai F sebesar 1,455, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedasitas. Dengan demikian prasyarat analisis regresi dalam penelitian ini dinyatakan terpenuhi.

d. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Uji normalitas dilakukan dengan melihat bagian baris Kolmogorov-Smirnov Z dan Asymp. Sig. (2-tailed). Memiliki syarat jika Asymp Sig $> 0,05$ maka data berdistribusi normal, jika Asymp Sig $< 0,05$ maka distribusi data tidak normal. Rangkuman hasil uji normalitas secara residual ditunjukkan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.54526298
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.066
	Negative	-.081
Kolmogorov-Smirnov Z		.443
Asymp. Sig. (2-tailed)		.989

Berdasarkan data diatas dapat dilihat nilai signifikan 2-tailed adalah sebesar 0,989. Nilai signifikan 2-tailed $0,989 > 0,05$ hal ini dapat diartikan bahwa Berdasarkan hasil uji normalitas diatas dapat dinyatakan bahwa semua variabel dalam penelitian ini berdistribusi normal, dengan terpenuhinya prasyarat normalitas, maka analisis bisa dilakukan dengan statistik parametrik.

Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

Faktor Bauran Pemasaran dalam penelitian ini digolongkan menjadi 4 faktor factor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian kentang goreng di pengaruhi oleh 4 fakto yaitu harga (X1), loksai (X2), promosi (X3) dan produk (X4).Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).untuk menguji pengaruh variable tersebut terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian Roti kacang Hj Elya , dianalisis dengan analisis regresi linier berganda. Berikut adalah hasil analisis regresi pengaruh variable bebas terhadap variable terikat:

Tabel 7. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Pengaruh variabel bebas Terhadap Keputusan Pembelian

No	variabel Bebas	Koefisien Regresi	Signifikan	Keterangan	
				5%	10%
1	(Constant)	-14.095	.044		
2	Harga	.633	.008	N	N
3	Lokasi	.601	.038	N	N
4	Promosi	.539	.029	N	N
5	Produk	.186	.588	TN	TN
6	R-Square	.768			
7	Adjusted R-Square	.505			
8	Multiple R	.711 ^a			
9	Signifikansi F	6.382	0,000		

Berdasarkan hasil diatas dapat diketahui bahwa persamaan fungsi regresi linierberganda antara lain :

$$Y = -14.095 + 0,633X_1 + 0,601X_2 + 0,539X_3 - 0,186X_4 + e$$

Analisis Determinasi (R²)

Berdasarkan tabel di atas diperoleh angka R² (R Square) sebesar 0,505 atau (50,5%). Hal ini menunjukkan bahwa presentase sumbangan pengaruh variabel independen Harga (X1), Loksai (X2), promosi (X3) dan Produk (X4) terhadap variabel dependen keputusan pembelian konsumen terhadap pembelian kecap ABC (Y) sebesar 50,5%, atau keputusan konsumen dalam melakukan pembelian roti kacang Hj Elya sebanyak 50,5% dipengaruhi oleh variabel bebas. Sedangkan sisanya sebesar 49,5% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Uji Koefisien Regresi Secara Simultan (F-hitung)

Berdasarkan hasil uji statistik diperoleh nilai f-hitung = 6,382 dan nilai signifikan sebesar 0,000 pada taraf tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$). Dengan demikian dapat disimpulkan bah H₁ diterima dan H₀ ditolak. Hal ini menunjukkan variabel bebas Harga (X1), Loksai (X2), promosi (X3) dan Produk (X4) berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen keputusan pembelian (Y).

Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (T-hitung)

Uji parsial ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini uji parsial digunakan untuk mengetahui apakah Harga (X1), Loksai (X2), promosi (X3) dan Produk (X4) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y). Hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS dapat dilihat pada tabel 18 dengan tingkat kepercayaan 95 %. Berikut ini adalah penjelasan keterkaitan antara variabel bebas (X1, X2, X3 dan X4) dan variabel terikat (Y).

1. Harga (X1)

Tabel 11 menunjukkan bahwa variable Harga memiliki nilai signifikansi t sebesar 0,008. Nilai yang diperoleh lebih kecil dari probabilitas kesalahan yang ditolerir, yaitu 95 % atau 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak atau H_1 diterima, yaitu variabel Harga (X1), secara parsial, berpengaruh nyata terhadap variabel keputusan pembelian roti kacang Hj Elya. Nilai koefisien regresi dalam penelitian ini sebesar 2,905, artinya jika variabel harga (X1) bertambah sebesar satu satuan maka akan meningkatkan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian roti kacang Hj Elya sebanyak 2,905 unit atau bungkus.

2. Lokasi (X2)

Tabel 11 menunjukkan bahwa variable Lokasi (X2) memiliki nilai signifikansi t sebesar 0,038. Nilai yang diperoleh lebih kecil dari probabilitas kesalahan yang ditolerir, yaitu 95 % atau 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak atau H_1 diterima, yaitu variabel Lokasi (X2), secara parsial, berpengaruh nyata terhadap variabel keputusan pembelian Roti kacang Hj Elya. Nilai koefisien regresi dalam penelitian ini sebesar 2,195 hal ini menunjukkan bahwa setiap adanya penambahan variabel Lokasi (X2) sebesar satu satuan akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen dalam membeli roti kacang Hj Elya sebesar 3,112.

3. Promosi (X3)

Tabel 11 menunjukkan bahwa variable Promosi (x3) memiliki nilai signifikansi t sebesar 0,029. Nilai yang diperoleh lebih kecil dari probabilitas kesalahan yang ditolerir, yaitu 95 % atau 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak atau H_1 diterima, yaitu variabel promosi (X3), secara parsial, berpengaruh nyata terhadap variabel keputusan pembelian roti kacang Hj Elya. Nilai koefisien regresi dalam penelitian ini sebesar 3,288 hal ini menunjukkan bahwa setiap adanya penambahan variabel Promosi (X3) sebesar satu satuan akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen dalam membeli roti kacang Hj Elya sebesar 0,539.

4. Produk (X4)

Berdasarkan pada tabel 11 dapat dilihat hasil pengujian statistik yang dilakukan secara regresi linier berganda diperoleh $\text{sig. } 0.588 > 0,05$ pada tingkat kepercayaan 95 % berarti H_0 diterima H_1 ditolak secara parsial tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variable Produk (X4) terhadap variabel keputusan pembelian roti kacang Hj Elya.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil uji statistik diperoleh nilai f -hitung = 20.722 dan nilai signifikan sebesar 0,000 pada taraf tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan variabel bebas harga (X1), lokasi (X2), promosi (X3) dan produk (X4) berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen keputusan pembelian (Y). Dari hasil uji t menggunakan program SPSS diperoleh hasil bahwa variabel harga (X1), lokasi (X2), promosi (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen keputusan pembelian (Y). Sedangkan variabel produk (X4) tidak berpengaruh secara nyata atau signifikan terhadap keputusan pembelian roti kacang Hj Elya.

REFERENSI

- Affandi, R., Siregar, M. R., Sari, D. I., Savira, N., Wulantiya, S., & Habib, A. (2019). Financial Feasibility Analysis Of Voerseri Business (Packaging Bird Feed From Kersen/Singapore Cherry). *JASc (Journal of Agribusiness Sciences)*, 2(2), 42-46.
- Alqamari, M., Kabeakan, N. T. M. B., & Yusuf, M. (2021). PELATIHAN PEMBUATAN PUPUK ORGANIK DARI LIMBAH BAGLOG UNTUK PENINGKATAN PENDAPATAN PADA KELOMPOK TANI JAMUR TIRAM DI KELURAHAN MEDAN DENAI KECAMATAN MEDAN DENAI. *IHSAN: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 3(1), 73-81.
- Alridiwersah, A., Panjaitan, S. B., & Putra, I. (2018). Pengaruh Pemberian Bio Urin Sapi dan Pangkasan Batang Terhadap Pertumbuhan dan Produksi Ratus Padi (*Oryza Sativa* L.) di Atap Beton Rumah. *AGRIUM: Jurnal Ilmu Pertanian*, 21(2), 136-146.
- Anissa, A., Anggraini, A., Putri, S. M., & Putra, Y. A. (2019). Analysis Of Business Feasibility Of Bio Solid Rubber (Bsr) As A Content Of Rubber Vibration. *JASc (Journal of Agribusiness Sciences)*, 2(2), 47-52.
- Apriyanti, I., Siregar, G., & Dalimunthe, M. A. (2018). FINANCIAL FEASIBILITY OF RICE RED RICE FARMING *Oryza nivara* (CASE STUDY: VILLAGE OF SARAN PADANG, DOLOK SILAU SUBDISTRICT, SIMALUNGUN REGENCY). *JASc (Journal of Agribusiness Sciences)*, 1(1).
- Arianty, N., & Masyhura, M. (2019, October). Strategi Pemasaran Susu Kedelai Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Keluarga. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 1, No. 1, pp. 257-264).
- Barus, W. A., Khair, H., & Pratama, H. P. (2020). Karakter Pertumbuhan dan Hasil Tanaman Lobak (*Raphanus sativus* L.) terhadap Aplikasi Ampas Tahu dan POC Daun Gamal. *AGRIUM: Jurnal Ilmu Pertanian*, 22(3), 183-189.
- Bismala, L., & Siregar, G. (2020, February). Development Model Of Halal Destination: A Literature Review. In *Proceeding International Seminar of Islamic Studies* (Vol. 1, No. 1, pp. 624-632).
- Cemda, A. R. (2021). [HAKI] FIGUR RUKO DALAM RUANG KOTA (Sebuah Kajian Tentang Perkembangan Struktur Ruang dan Morfologi Kota pada Kawasan Berkas Pusat Kesulitan Deli Kota Medan). *KUMPULAN BERKAS KEPANGKATAN DOSEN*.
- Efrida, R., & Fitria, F. (2019, October). Pelatihan Pembuatan Asinan Buah Rambutan di Desa Petanguhan. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 1, No. 1, pp. 274-278).
- Fuadi, M., & Arianingrum, W. (2019). Studi Pembuatan Minuman Instan Cangkang Telur Berkalsium Tinggi. *Agritech: Jurnal Teknologi Pangan dan Hasil Pertanian*, 2(1).
- Julia, H. (2017). SIGNIFIKANSI SKENARIO PEMBANGUNAN CHECK DAM DALAM MENAHAN LAJU SEDIMENTASI DI WADUK SEMPOR. *AGRIUM: Jurnal Ilmu Pertanian*, 21(1), 78-88.
- Kabeakan, N. T. M. B., Alqamari, M., & Yusuf, M. (2020). Pemanfaatan Teknologi Fermentasi Pakan Komplet Berbasis Hijauan Pakan Untuk Ternak Kambing. *IHSAN: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 2(2), 196-203.
- Khair, H., Hasyim, H., & Ardinata, R. (2015). Pengaruh pemberian pupuk organik terhadap pertumbuhan beberapa benih asal klon kakao (*Theobroma cacao* L.) di pembibitan. *AGRIUM: Jurnal Ilmu Pertanian*, 17(3).
- LUBIS, E., PINEM, M. I., & FEBRIAN, R. (2020, February). Contributions of IAA (Indole Acetic Acid) and 2-Ip (Dimethyl Allyl Amino Purine) on Multiplication of Red Plant Banana Explants (*Musa Paradisiaca*) in Ms Media By in Vitro. In *Proceeding International Conference Sustainable Agriculture and Natural Resources Management (ICoSAaNRM)* (Vol. 2, No. 01).
- Manik, J. R., Alqamari, M., & Hanif, A. (2018). Usaha Pemanfaatan Lahan Pekarangan Budidaya Tanaman Sayuran Secara Vertikultur Pada Kelompok Ibu-Ibu 'Aisyiyah. *JURNAL PRODIKMAS Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1).
- MEDAN, V. S. B. S., & SALSABILA, S. S. PENGEMBANGAN BAHAN AJAR BERBASIS E-MODUL MENGGUNAKAN KVISOFT FLIPBOOK MAKER PADA MATERI RELASI DAN FUNGSI KELAS.

- Munar, A., Sumarta, D. J., & Fajar, M. (2020, November). Growth of Palm Oil Seeds (*Elaeis Guineensis* Jacq.) on Solid Organic Fertilizer and Waste Tea Compost in Pre Nursery. In *Proceeding International Conference Sustainable Agriculture and Natural Resources Management (ICoSAaNRM)*.
- Nusa, M. I., Siregar, S. N., & Muzdalifah, L. (2018). PEMBUATAN EDIBLE FILM DARI PATI TEMU HITAM (*Curcuma aeruginosa* Roxb.) DENGAN PENAMBAHAN GLISEROL. *Agritech: Jurnal Teknologi Pangan dan Hasil Pertanian*, 1(1).
- Rahayu, S. E., & Harahap, M. (2019). Model Peningkatan Daya Saing Petani Dengan Pendekatan Koperasi Agribisnis di Kota Medan. *JASc (Journal of Agribusiness Sciences)*, 2(1), 18-25.
- Rangkuti, K. (2018). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN TANAMAN ANGGREK (*Orchidaceae*) DI KOTA MEDAN. *BIOLINK (Jurnal Biologi Lingkungan Industri Kesehatan)*, 4(2), 129-137.
- Risnawati, R. (2017). Pengaruh Kelelahan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Medan Imam Bonjol. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 17(1).
- Rizky, R. N., & Mavianti, M. (2019, October). Keripik Kelapa: Peluang Usaha Baru di Dusun 3 Tanjung Anom, Deli Serdang. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 1, No. 1, pp. 311-318).
- Saragih, S. A., Takemoto, S., Kusumoto, D., & Kamata, N. (2021). Fungal diversity in the mycangium of an ambrosia beetle *Xylosandrus crassiusculus* (Coleoptera: Curculionidae) in Japan during their late dispersal season. *Symbiosis*, 84(1), 111-118.
- Siregar, M. H. F. F., & Novita, A. (2021). SOSIALISASI BUDIDAYA SISTEM TANAM HIDROPONIK DAN VELTIKULTUR. *IHSAN: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 3(1), 113-117.
- Siregar, R. S., & Julia, H. (2017). DETERMINAN KARAKTERISTIK SOSIAL KONSUMEN TERHADAP KUANTITAS KONSUMEN DAGING SAPI DI KOTA MEDAN. *AGRIUM: Jurnal Ilmu Pertanian*, 21(1), 97-103.
- Siregar, R. S., Siregar, A. F., Manik, J. R., & Lubis, R. F. (2017). Factors Affecting Demand Requests Of Beef Cuts In The Market Sibuhuan. *AGRIUM: Jurnal Ilmu Pertanian*, 20(3).
- Siregar, S., Harahap, G., Erawati, E. E., & Putra, Y. A. (2015). Peranan Program Pengembangan Usaha Agribisnis Pedesaan (PUAP) Terhadap Peningkatan Pendapatan Petani. *AGRIUM: Jurnal Ilmu Pertanian*, 18(1).
- Suarti, B., & Budijanto, S. (2021). Bio-active compounds, their antioxidant activities, and the physicochemical and pasting properties of both pigmented and non-pigmented fermented de-husked rice flour. *AIMS Agriculture and Food*, 6(1), 49-64.
- Sulasmis, E., Sibuea, M. B., Eriska, P., & AirLangga, E. (2020). COVID 19 & KAMPUS MERDEKA Di Era New Normal. *Kumpulan Buku Dosen*.
- Susanti, R., Hanif, A., & Lisdayani, L. (2018). Analisa Kadar Kualitatif Senyawa Lutein dari Tanaman Kenikir (*Tagetes erecta* L) Sebagai Mikrohabitat Dari Musuh Alami Hama. *AGRIUM: Jurnal Ilmu Pertanian*, 21(3), 230-233.
- Syofia, I., Khair, H., & Anwar, K. (2015). RESPON PERTUMBUHAN DAN PRODUKSI TANAMAN KACANG HIJAU (*Vigna radiata* L) TERHADAP PEMBERIAN PUPUK ORGANIK PADAT DAN PUPUK ORGANIK CAIR. *AGRIUM: Jurnal Ilmu Pertanian*, 19(1).
- TANJUNG, A. F., ISKANDARINI, I., & LUBIS, S. N. (2020, January). Analysis Of Rice Farmer's Income In District Labuhan Batu. In *Proceeding International Conference Sustainable Agriculture and Natural Resources Management (ICoSAaNRM)* (Vol. 2, No. 01).
- Taufik, M., Ardilla, D., Tarigan, D. M., Thamrin, M., Razali, M., & Afritorio, M. I. (2018). Studi Awal: Analisis Sifat Fisika Lemak Babi Hasil Ekstraksi Pada Produk Pangan Olahan. *Agritech: Jurnal Teknologi Pangan dan Hasil Pertanian*, 1(2).
- Thamrin, M., & Ardilla, D. (2016). Analysis Of Production Efficiency Factor Rice Rainfed Through Ptt Approach. *AGRIUM: Jurnal Ilmu Pertanian*, 20(2).

- Utami, S. (2021). *Proses Penyesuaian Kode Bahasa Dalam Komunikasi Antarbudaya* (Doctoral dissertation, UMSU).
- Utami, S., Marbun, R. P., & Suryawaty, S. (2019). Pertumbuhan dan Hasil Bawang Sabrang (*Eleutherine americana* Merr.) akibat Aplikasi Pupuk Kandang Ayam dan KCL. *AGRIUM: Jurnal Ilmu Pertanian*, 22(1), 52-55.
- Widad, F., Ibrahim, M., Thamrin, M., & Kasiyun, S. (2021). Implementasi Penggunaan Media Pembelajaran Berbasis Video Melalui Daring Di Sekolah Dasar. *EDUKATIF: JURNAL ILMU PENDIDIKAN*, 3(5), 3263-3270.
- Widihastuty, W., Tobing, M. C., Marheni, M., & Kuswardani, R. A. (2018). KEMAMPUAN MEMANGSA SEMUT *Myopone castanea* (Hymenoptera: Formicidae) TERHADAP LARVA *Oryctes rhinoceros* Linn (Coleoptera: Scarabidae). *Jurnal Ilmiah Simantek*, 1(4).
- Yolandra, Y. (2019). *Pemanfaatan Limbah Ampas Tahu Dan Pemberian Poc Kulit Pisang Kepok Terhadap Pertumbuhan Dan Hasil Tanaman Lobak Putih (*Raphanus Sativus* L.)* (Doctoral dissertation).