

Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hits Studi Kasus Konsumen Pizza Hits Kecamatan Dau Kabupaten Malang

Junaidi*)
Agus Widarko)**
Mohammad Rizal)**

Email: aydivian736@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

Item development may be a vital figure in supporting the victory of the company itself, both benefit suppliers and fabricating companies. Within the current period of modernization, companies are confronted with competition. Competition requests drive companies to take after shopper requests and advertise changes. This inquire about points to know the affect of item advancements, qualities, and costs on shopper requests of Pizza Hits. As one of the objects of current inquire about, specifically with respect to culinary or handled flour, there are numerous advancements, as one illustration of prepared flour development within the city of Malang is Pizza Cottage, Pizza Ndezo, Domino's Pizza and numerous others, but at Pizza Hits as an outlet that serves different sorts of pizza flavors such as corn pizza, chocolate pizza, and numerous other variations. Each buyer has distinctive characteristics, this has been clarified in buyer behavior. Agreeing to Kotler (2018 :166) customer behavior is the consider of how people, bunches and organizations select, purchase, utilize and how products and administrations, thoughts or encounters fulfill their needs and wants.

Keywords: *Item Advancement, Item Qualties and Costs, Shopper Behaviors*

Pendahuluan

Persaingan keuangan pada masa sekarang ini semakin dekat, individu-individu bersaing satu sama lain teruntuk membentuk kehidupan yang lebih baik; Hal yang sama terjadi di dunia perdagangan, setiap orang bersaing dan bersaing beserta konsep pemasaran yang berbeda teruntuk meningkatkan pemakai pembeli. Biasanya yakni hal yang umum dan penting bagi pelaku perdagangan, baik bisnis lokal maupun global Di Indonesia persaingan telah membawa banyak perubahan, banyak hal yang berhubungan persaingan, beberapa di antaranya yakni target pencapaian, kemajuan dalam kehidupan masyarakat, tingkat kreativitas manusia yang terus meningkat, tuntutan hidup yang terus meningkat, dan manusia. cara hidup yang terus berubah setiap saat. (Extreme, 2019). Dalam membawa kemajuan pembelanja dalam memperoleh pilihan teruntuk memenangkan persaingan yang ketat, ada beberapa hal yang harus diperhatikan, yakni Pengembangan Produk. Pengembangan barang dapat menjadi salah satu perhitungan penting dalam menunjang keberhasilan perusahaan itu sendiri, baik bagi pemasok maupun perusahaan fabrikasi. Perusahaan melakukan pengembangan beserta kepercayaan menciptakan barang-barang yang tidak terpakai atau menciptakan barang-barang yang sudah ada. Bobot barang yakni ciri dan sifat umum suatu barang atau manfaat yang bergantung pada kapasitas teruntuk memenuhi kebutuhan klien yang diantisipasi. Sependapat beserta Handoko (2018), “Mutu yakni suatu keadaan suatu barang yang didasarkan pada penilaian kesesuaiannya beserta standar pengukuran yang telah ditetapkan.” Melihat anggapan tersebut, diketahui bahwasanya mutu suatu barang ditentukan oleh tolok ukur penilaian.

Semakin menyesuaikan beserta ukuran yang ditetapkan, semakin baik bobotnya. Sependapat beserta Lupiyoadi (2018:214) Dalam bobot barang ada beberapa pengukuran yang harus diperhatikan, yakni:

Eksekusi, Sorotan, Bobot Tak Tergoyahkan, Kekokohan dan Estetika. Selain pengembangan barang dan bobot barang, aspek yang berhubungan pilihan pemakai yakni biaya. Seperti yang diungkapkan oleh (Philip Kotler 2018) biaya telah menjadi sudut pandang paling penting dalam menentukan pilihan pembeli. Jadi, secara umum, dampak biaya sangat penting teruntuk menarik pemakai dan mendapatkan manfaat yang berkelanjutan.

Pembeli biasanya membandingkan harga dan produk, jika harga mahal identik beserta barang bagus, jika harga terlalu murah pemakai akan memperhatikan bobot barang itu sendiri. Hal pertama yang dilihat pemakai ketika membeli suatu barang yakni biaya, kemudian diikuti oleh beberapa variabel lainnya. Dikutip dari Brown dalam (Hasan, 2020) pemilihan karakter pada suatu toko disebabkan oleh kesan pembeli pada biaya, bukan harga sebenarnya dari suatu toko. Suatu perusahaan hendaknya mendapatkan biaya yang sepadan beserta bobot dan nilai produknya. Harga yang sangat mahal atau sebaliknya kebiasaan buruk bisa menjadi aspek penentu pembeli. Biaya yang tinggi dapat membuat pembeli beralih ke barang pembanding lainnya dan sebaliknya.

Kerangka Teoritis & Pengembangan Hipotesis

Pilihan membeli

Kotler dan Armstrong (2014:226) mengatakan bahwasanya pilihan perolehan dapat berupa suatu pengorganisasian dimana pembeli telah mengambil pilihan teruntuk benar-benar membeli. Beberapa waktu belakangan ini dalam menentukan pilihan, tentunya pemakai/pembeli telah meneliti hal-hal yang berkaitan beserta barang tersebut. Jadi, setelah pembeli benar-benar merasa yakin beserta suatu produk, barulah mereka dapat menentukan pilihan teruntuk melakukan pemakai.

Kemajuan Barang

Kemajuan barang Setuju Tjiptono (2015:444) mencirikan perkembangan sebagai pemanfaatan praktis suatu gagasan menjadi suatu barang atau persiapan modern. Demikian pula pembangunan dapat menjadi tokoh penting dalam mendukung keberhasilan perusahaan, baik itu pemasok manfaat maupun produsen. Inovasi mengarah pada penyajian

Bobot barang

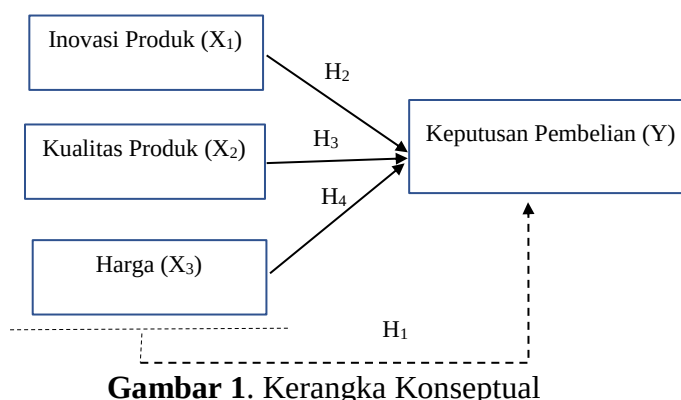
Sependapat beserta Kotler & Armstrong (2014; 283) yakni “kapasitas suatu barang teruntuk menjalankan kapasitasnya, mencakup ketangguhan barang secara umum, bobot yang tak tergoyahkan, keakuratan, kemudahan pengoperasian dan perbaikan, dan sifat-sifat berharga lainnya” yang berarti kapasitas suatu item teruntuk menjalankan fungsinya, ini mencakup keseluruhan soliditas, bobot yang tak tergoyahkan, presisi, kemudahan pengoperasian dan perbaikan item serta properti item lainnya.

Biaya

Pengertian biaya yakni ukuran perkiraan kepuasan seseorang pada barang yang dibelinya Indriyo (2014). Seseorang akan rela membayar mahal teruntuk suatu barang jika dia merasa bahwasanya harapan pemenuhannya pada barang yang akan dibelinya tinggi. Di sisi lain, jika seseorang merasa puas beserta suatu barang, dia tidak akan bersedia membayar atau membeli barang tersebut beserta harga yang mahal. Penghargaan finansial dibentuk melalui aktivitas yang terjadi dalam komponen periklanan antara pembeli dan dealer. Dalam pertukaran beli, kedua belah pihak akan mendapatkan imbalan. Sedangkan kelimpahan harga yang diperoleh pembeli berada dalam bingkai kepuasan yang diperoleh dari memiliki barang yang diperolehnya atas harga uang yang dibayarkannya. Pertanyaan Sebelumnya tentang

Ernawati (2019) dalam riset ini berjudul “Pengaruh Bobot Barang, Kemajuan Barang, dan Kemajuan Pada Perolehan Pilihan Barang Hello There Jack Shoes Bandung”. Riset ini bertujuan teruntuk memutuskan dan menganalisis pengaruh bobot barang, pengembangan barang dan kemajuan dalam memperoleh pilihan teruntuk barang "Halo Jack Shoes Bandung". Pengumpulan informasi dilakukan beserta teknik penyebaran soal beserta memanfaatkan skala likert. Populasi dalam pemikiran ini diperoleh dari informasi bursa "Hello There Jack Shoes Bandung" pada bulan Januari-Juli 2017 yakni sebanyak 3.033 bursa. Pengujian dipilih beserta memanfaatkan metode purposive sampling dan diperoleh sampel sebanyak 100 partisipan. Pengujian teori dalam riset ini memanfaatkan uji kecurigaan klasik dan kekambuhan langsung banyak beserta $\alpha 0,05$, koefisien jaminan, uji kesesuaian demonstrasi (uji F), dan uji t beserta program SPSS versi 24. Hasil dari riset ini terlihat bahwasanya aspek bobot barang dan aspek pengembangan mempunyai pengaruh yang positif dan penting dalam pengambilan keputusan, namun sebaliknya variabel pengembangan barang tidak mempunyai pengaruh yang signifikan pada pengambilan keputusan.

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Hipotesis

- H₁:** bahwasanya inovasi produk, bobot produk, dan harga secara simultan berhubungan positif dan signifikan terhadap keputusan pemakai pizza hits.
- H₂:** bahwasanya inovasi barang berhubungan pada keputusan pemakai Pizza Hits.
- H₃:** bahwasanya bobot barang berhubungan pada keputusan pemakai Pizza Hits.
- H₄:** bahwasanya harga berhubungan pada keputusan pemakai pada Pizza Hits.

Metodologi Riset

Riset semacam ini melaksanakan beserta memanfaatkan kerangka riset kuantitatif. Riset kuantitatif yakni riset dalam bingkai angka dan pemeriksaan beserta memanfaatkan pengukuran Sugiyono (2019). Melihat latar belakang dan definisi permasalahan yang telah dibahas pada bab sebelumnya, riset tentang strategi yang akan dimanfaatkan analisis dalam riset ini dapat berupa strategi kuantitatif. Strategi kuantitatif dapat diartikan sebagai strategi bertanya tentang yang didasarkan pada pemikiran positivisme, dimanfaatkan teruntuk menanyakan tentang suatu populasi tertentu atau tes, dimana pekerjaan pengumpulan informasi menanyakan tentang pemberontakan beserta pemeriksaan informasi kuantitatif/statistik, beserta maksud teruntuk mencoba spekulasi yang telah ditentukan. Beserta cara ini, riset ini mempelajari pekerjaan-pekerjaan yang berhubungan beserta soal kuantitatif. Acquainted question yakni penyelidikan yang menyelidiki hubungan antara dua aspek atau lebih Sugiyono, 2019.

Dalam penyelidikan ini melalui beberapa tahapan yakni mengumpulkan informasi melalui penyampaian survei, menganalisis informasi dan mencoba teori.

Hasil Riset dan Pembahasan

Ciri Partisipan Melihat Jenis Kelamin

Informasi deskripsi partisipan melihat jenis kelamin yakni sebagai yakni:

Kolom 1.1 Frekuensi Partisipan Melihat Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1.	Laki-laki	28	40%
2.	Perempuan	42	60%
Total		70	100%

Sumber: Informasi primer yang diolah, 2024

Ciri Partisipan Melihat umur

Informasi deskripsi partisipan melihat usia yakni sebagai yakni:

Kolom 1.2 Frekuensi Partisipan Melihat Umur

No	Umur	Frekuensi	Persentase
1.	21	16	23%
2.	22	14	20%
3.	23	13	19%
4.	24	7	10%
5.	19	7	10%
6.	20	6	9,9%
7.	25	4	6%
8.	30	2	1,4%
9.	29	1	0,7%
Total		70	100%

Sumber: Informasi primer yang diolah, 2024

Penyebaran Soal dan Distribusi Frekuensi Pilihan Partisipan

Jumlah penyebaran dan pengumpulan soal serta jumlah pilihan yang diolah dapat dilihat pada kolom yakni ini:

Kolom 1.3 Penyebaran Soal

Uraian	Keterangan
Soal yang terisi	70
Soal yang tidak diolah	0
Soal yang diolah	70

Sumber: Informasi primer yang diolah, 2024

Variabel Inovasi Barang (X1)

Kolom 1.4 Distribusi Frekuensi Pilihan Partisipan Inovasi Barang (X1)

ITEM	Sebaran Pilihan Partisipan												Rata-Rata
	SS		S		N		TS		STS		Total		
	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	
X1.1	20	100	33	132	16	48	1	2	0	0	70	282	4.03
X1.2	15	75	37	148	17	51	1	2	0	0	70	276	3.94
X1.3	6	30	42	168	19	57	3	6	0	0	70	261	3.73
RATA-RATA													3.9

Sumber: Informasi primer yang diolah, 2024

Melihat kolom 1.4 dapat dijelaskan beberapa respon partisipan pada Variabel Inovasi Barang yang terdiri dari 5 item soal.

Variabel Bobot Barang (X2)

Kolom 1.5 Distribusi Frekuensi Pilihan Variabel Bobot Barang (X2)

ITEM	Sebaran Pilihan Partisipan												Rata-Rata
	SS		S		N		TS		STS		Total		
	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	
X2.1	14	70	43	172	11	33	2	4	0	0	70	279	3.99
X2.2	18	90	40	160	12	36	0	0	0	0	70	286	4.09
X2.3	11	55	41	164	18	54	0	0	0	0	70	273	3.9
X2.4	20	100	43	172	6	18	1	2	0	0	70	292	4.17
RATA-RATA													4.04

Sumber: Informasi primer yang diolah, 2024

Melihat kolom 1.5 harusnya dapat di jelaskan dapat dijelaskan beberapa respon partisipan pada Variabel Bobot Barang yang terdiri dari 4 item soal.

Variabel Harga (X3)

Kolom 1.6 Distribusi Frekuensi Pilihan Variabel Harga (X3)

ITEM	Sebaran Pilihan Partisipan												Rata-Rata
	SS		S		N		TS		STS		Total		
	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	
X3.1	6	30	42	168	19	57	3	6	0	0	70	261	3.73
X3.2	5	25	16	64	32	96	16	32	1	1	70	218	3.11
X3.3	14	70	44	176	11	33	1	2	0	0	70	281	4.01
X3.4	5	25	21	84	32	96	11	22	1	1	70	228	3.26
RATA-RATA													3.52

Sumber: Informasi primer yang diolah, 2024

Melihat kolom 1.6 harusnya dapat di jelaskan dapat dijelaskan beberapa respon partisipan pada variabel Harga yang terdiri dari 4 item soal.

Variabel Keputusan Pemakai(Y)

Kolom 1.7 Distribusi Frekuensi Pilihan Variabel Keputusan Pemakai(Y)

ITEM	Sebaran Pilihan Partisipan												Rata-Rata
	SS		S		N		TS		STS		Total		
	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	F	Σ	
Y1.1	8	40	39	156	23	69	0	0	0	0	70	265	3.79
Y1.2	11	55	36	144	22	66	0	0	1	1	70	266	3.8
Y1.3	5	25	21	84	32	96	11	22	1	1	70	228	3.26
RATA-RATA													3.61

Sumber: Informasi primer yang diolah, 2024

Melihat kolom 4.7 harusnya dapat dijelaskan beberapa respon partisipan pada variabel Harga yang terdiri dari 3 item soal.

Pembahasan

Uji Instrumen Riset

Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji legitimasi dapat berupa pengujian yang menjangkau sejauh mana ketepatan suatu alat ukur dalam melaksanakan pekerjaan pengukurannya. Atau dapat disebut suatu alat ukur dapat dinyatakan mempunyai legitimasi yang tinggi apabila alat ukur tersebut dapat melaksanakan pekerjaan pengukurannya atau dapat menghasilkan hasil pengukuran yang sesuai. Sependapat beserta Sugiyono (2019), menyatakan bahwasanya suatu soal disebut bermakna apabila penjelasan-penjelasan dalam survei tersebut mampu menjelaskan sesuatu yang akan diukur oleh survei tersebut. Jika r dihitung

(tingkat sentralitas 5%). Jadi bisa disebut survei itu hal yang substansial. Dalam hal r dihitung teruntuk r kolom (tingkat sentralitas 5%). Jadi bisa disebut survei tersebut tidak valid

Kolom 4.8 Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r Hitung	r Table	Keterangan
Inovasi Barang (X1)	X1.1	0,863	0,2352	Valid
	X1.2	0,882	0,2352	Valid
	X1.3	0,813	0,2352	Valid
Bobot Produk (X2)	X2.1	0,466	0,2352	Valid
	X2.2	0,331	0,2352	Valid
	X2.3	0,258	0,2352	Valid
	X2.4	0,256	0,2352	Valid
Harga (X3)	X3.1	0,755	0,2352	Valid
	X3.2	0,813	0,2352	Valid
	X3.3	0,715	0,2352	Valid
	X3.4	0,848	0,2352	Valid
Keputusan Pemakai (Y)	Y1.1	0,851	0,2352	Valid
	Y1.2	0,803	0,2352	Valid
	Y1.3	0,776	0,2352	Valid

Sumber: Informasi primer yang diolah, 2024

Uji legitimasi dapat berupa pengujian yang menjangkau sejauh mana ketepatan suatu alat ukur dalam melaksanakan pekerjaan pengukurannya. Atau dapat disebut suatu alat ukur dapat dinyatakan mempunyai legitimasi yang tinggi apabila alat ukur tersebut dapat melaksanakan pekerjaan pengukurannya atau dapat menghasilkan hasil pengukuran yang sesuai. Sependapat beserta Sugiyono (2019), menyatakan bahwasanya suatu soal disebut bermakna apabila penjelasan-penjelasan dalam survei tersebut mampu menjelaskan sesuatu yang akan diukur oleh survei tersebut. Jika r dihitung (tingkat sentralitas 5%). Jadi bisa disebut survei itu hal yang substansial. Dalam hal r dihitung teruntuk r kolom (tingkat sentralitas 5%). Jadi bisa disebut survei tersebut tidak valid

b. Uji Reliabilitas

Sependapat beserta Ghazali (2016), uji bobot tetap dimanfaatkan teruntuk menentukan apakah suatu survei tetap stabil jika dimanfaatkan lebih dari satu kali teruntuk indikasi yang sama beserta alat ukur yang sama. Uji mutu yang teguh sendiri sebenarnya yakni suatu alat teruntuk menjangkau suatu survey yang yakni penunjuk suatu aspek atau build. Suatu survei disebut padat atau padat bila pilihan partisipan pada artikulasi dapat diandalkan atau mantap sepanjang waktu. Jadi semakin tinggi tingkat keteguhan mutu suatu alat ukur, harusnya semakin mantap pula alat ukur tersebut. Jika nilai Cronbach's Alpha yang dihitung yakni 0,6, harusnya dapat disebut bahwasanya survei riset dapat diandalkan. Jika nilai Cronbach's Alpha yang dihitung yakni 0,6, harusnya dapat disebut bahwasanya survei soal tersebut tidak solid. Dalam hal ini, uji bobot tetap melaksanakan beserta memanfaatkan SPSS dan dapat dilihat alpha Cronbach.

Kolom 4.9 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Kriteria Reliabilitas	Keterangan
Inovasi Barang (X ₁)	0,610	>0,6	Reliabel
Bobot Barang (X ₂)	0,810	>0,6	Reliabel
Harga (X ₃)	0,826	>0,6	Reliabel
Keputusan Pemakai(Y)	0,847	>0,6	Reliabel

Sumber: Informasi primer yang diolah, 2024

Sependapat beserta Ghozali (2016), uji bobot tetap dimanfaatkan teruntuk menentukan apakah suatu survei tetap stabil jika dimanfaatkan lebih dari satu kali teruntuk indikasi yang sama beserta alat ukur yang sama. Uji mutu yang teguh sendiri sebenarnya yakni suatu alat teruntuk menjangkau suatu survey yang yakni penunjuk suatu aspek atau build. Suatu survei disebut padat atau padat bila pilihan partisipan pada artikulasi dapat diandalkan atau mantap sepanjang waktu. Jadi semakin tinggi tingkat keteguhan mutu suatu alat ukur, harusnya semakin mantap pula alat ukur tersebut. Jika nilai Cronbach's Alpha yang dihitung yakni 0,6, harusnya dapat disebut bahwasanya survei riset dapat diandalkan. Jika nilai Cronbach's Alpha yang dihitung yakni 0,6, harusnya dapat disebut bahwasanya survei soal tersebut tidak solid. Dalam hal ini, uji bobot tetap melaksanakan beserta memanfaatkan SPSS dan dapat dilihat alpha Cronbach.

c. Uji Normalitas

Sependapat beserta Ghozali (2016), uji kekhasan tersebut bermaksud teruntuk mencoba apakah dalam mencoba tersebut memperlihatkan, aspek-aspek yang membingungkan atau yang tersisa mempunyai sebaran yang biasa, suatu tayangan mencoba yang baik mencakup sebaran informasi yang khas. Contoh mencoba yang baik yakni beserta melaksanakan penyebaran informasi yang normal atau hampir normal memanfaatkan Kolmogorov-Smirnov. Jika kemungkinannya 0,05 harusnya informasi biasanya tersebar. Jika probabilitasnya 0,05 harusnya informasinya biasanya tidak tersebar

Kolom 4.10 Uji Normalitas

No	Variabel	Nilai (signifikansi) <i>Asymp. Sig</i>	Keterangan
1	Inovasi Barang (X1)	0,056	Berdistribusi Normal
2	Bobot Barang (X2)	0,412	Berdistribusi Normal
3	Harga (X3)	0,343	Berdistribusi Normal
4	Keputusan Pemakai (Y)	0,691	Berdistribusi Normal

Sumber: Informasi primer yang diolah, 2024

Sependapat beserta Ghozali (2016), uji kekhasan tersebut bermaksud teruntuk mencoba apakah dalam mencoba tersebut memperlihatkan, aspek-aspek yang membingungkan atau yang tersisa mempunyai sebaran yang biasa, suatu tayangan mencoba yang baik mencakup sebaran informasi yang khas. Contoh mencoba yang baik yakni beserta melaksanakan penyebaran informasi yang normal atau hampir normal memanfaatkan Kolmogorov-Smirnov. Jika kemungkinannya 0,05 harusnya informasi biasanya tersebar. Jika probabilitasnya 0,05 harusnya informasinya biasanya tidak tersebar

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Asumsi Multikolineritas

Senada beserta Ghozali (2016), uji multikolineritas bermaksud teruntuk mencoba apakah dalam mencoba memperlihatkan ditemukannya hubungan antar aspek otonom. Uji multikolineritas melaksanakan beserta membandingkan nilai resistansi dan nilai pembengkakan fluktuasi (VIF)

beserta nilai yang ditentukan. Nilai yang diinginkan teruntuk nilai resistansi lebih besar dari 0,1, dan teruntuk nilai VIF kurang dari 10.

Kolom 4.11 Uji Asumsi Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.273	1.055		1.206	.232		
	Inovasi Produk	.323	.112	.328	2.875	.005	.364	2.748
	Bobot produk	.265	.052	.437	2.106	.012	.431	2.011
	Harga	.405	.085	.543	4.772	.000	.366	2.731

a. Dependent Variable: Y1

a. Dependent Variable: Y1

Sumber: Informasi primer yang diolah, 2024

Senada beserta Ghozali (2016), uji multikolinearitas bermaksud teruntuk mencoba apakah dalam mencoba memperlihatkan ditemukannya hubungan antar aspek otonom. Uji multikolinearitas melaksanakan beserta membandingkan nilai resistansi dan nilai pembengkakan fluktuasi (VIF) beserta nilai yang ditentukan. Nilai yang diinginkan teruntuk nilai resistansi lebih besar dari 0,1, dan teruntuk nilai VIF kurang dari 10.

b. Heteroskedastisitas

Senada beserta Ghozali (2016), uji heteroskedastisitas bermaksud teruntuk mencoba apakah dalam mencoba memperlihatkan adanya disparitas perubahan dari sisa persepsi yang satu beserta persepsi yang lain. Apabila perubahan persepsi yang satu ke persepsi yang lain terjadi secara konsisten harusnya disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Tes ini memanfaatkan tes Glejser, yang menghasilkan nilai tertinggi sisa beserta masing-masing 1 aspek otonom. Suatu tayangan disebut tidak mengandung heteroskedastisitas apabila probabilitas kepentingannya 0,05 harusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. apabila probabilitas kekeliruan yakni 0,05 harusnya terjadi heteroskedastisitas.

Kolom 4.12 Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.442	.650		.680	.499
	Inovasi Produk	.077	.069	.222	1.119	.267
	Bobot produk	.037	.032	.140	1.165	.248
	Harga	-.077	.052	-.291	-1.472	.146

a. Dependent Variable: ABS RES

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Informasi primer yang diolah, 2024

Senada beserta Ghozali (2016), uji heteroskedastisitas bermaksud teruntuk mencoba apakah dalam mencoba memperlihatkan adanya disparitas perubahan dari sisa persepsi yang satu beserta persepsi yang lain. Apabila perubahan persepsi yang satu ke persepsi yang lain terjadi secara konsisten harusnya disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Tes ini memanfaatkan tes Glejser, yang menghasilkan nilai tertinggi sisa beserta masing-masing 1 aspek otonom. Suatu tayangan disebut tidak mengandung heteroskedastisitas apabila probabilitas kepentingannya 0,05 harusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. apabila probabilitas kekeliruan yakni 0,05 harusnya terjadi heteroskedastisitas.

c. Analisis Regresi Linier Berganda

Soal ini memanfaatkan tes mencoba yang berbeda teruntuk mencoba apakah ada dampak setengah-setengah dalam dikumpulkan pilihan, baik sebagian atau sekaligus. Metode pemeriksaan ganda ini melaksanakan beserta bantuan program komputer yang terukur, yakni SPSS (Measurable Item and Benefit Arrangement). Kondisi mencoba yang banyak dimanfaatkan dalam riset ini yakni

sebanyak mungkin pemicu koordinat, yakni kombinasi masalah tampilan informasi pada aspek terendah dan kombinasi masalah tampilan data. Banyak pemicu koordinat yang berguna teruntuk menentukan hubungan masalah pengumpulan informasi tingkat tinggi beserta aspek-aspek yang diperiksa. Masalah terbesar dalam mencari dan menggabungkan beberapa bagian informasi yakni membuat sketsa hubungan antara satu bagian informasi beserta informasi lainnya sehingga mencari masalah kombinasi. dan masalah tampilan gabungan dari beberapa bagian informasi yang dikarakterisasi

Kolom 4.13 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.273	1.055		1.206	.232
	Inovasi Produk	.323	.112	.328	2.875	.005
	Bobot produk	.265	.052	.437	2.106	.012
	Harga	.405	.085	.543	4.772	.000

a. Dependent Variable: Y1

Sumber: Informasi primer yang diolah, 2024

Soal ini memanfaatkan tes mencoba yang berbeda teruntuk mencoba apakah ada dampak setengah-setengah dalam dikumpulkan pilihan, baik sebagian atau sekaligus. Metode pemeriksaan ganda ini melaksanakan beserta bantuan program komputer yang terukur, yakni SPSS (Measurable Item and Benefit Arrangement). Kondisi mencoba yang banyak dimanfaatkan dalam riset ini yakni sebanyak mungkin pemicu koordinat, yakni kombinasi masalah tampilan informasi pada aspek terendah dan kombinasi masalah tampilan data. Banyak pemicu koordinat yang berguna teruntuk menentukan hubungan masalah pengumpulan informasi tingkat tinggi beserta aspek-aspek yang diperiksa. Masalah terbesar dalam mencari dan menggabungkan beberapa bagian informasi yakni membuat sketsa hubungan antara satu bagian informasi beserta informasi lainnya sehingga mencari masalah kombinasi. dan masalah tampilan gabungan dari beberapa bagian informasi yang dikarakterisasi

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3 + e$$

$$Y = 1,273 + 0,323X_1 + 0,265X_2 + 0,405X_3 + e$$

Uji Hipotesis

a. Pengujian Hipotesis F

Sependapat beserta Ghazali (2016), uji terukur F pada hakekatnya muncul apakah seluruh aspek bebas (free) yang dimasukkan dalam demonstrasi mempunyai dampak secara bersama-sama pada aspek terendah (terendah). Premis teruntuk membuat pilihan uji F yakni jika nilai sig. 0,05, atau F hitung F kolom, harusnya terdapat hubungan sinkron aspek X pada aspek Y. Apabila sig. 0,05, atau F hitung F kolom, pada saat itu tidak ada hubungan aspek X sekaligus pada aspek Y.

Kolom 4.14 Hasil Pengujian Hipotesis F

Model		ANOVA ^a				
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	156.121	3	52.040	48.273	.000 ^b
	Residual	71.151	66	1.078		
	Total	227.271	69			

a. Dependent Variable: Keputusan Pemakai

b. Predictors: (Constant), Harga, Bobot Produk, Inovasi Produk

Sumber: Informasi primer yang diolah, 2024

Sependapat beserta Ghazali (2016), uji terukur F pada hakekatnya muncul apakah seluruh aspek bebas (free) yang dimasukkan dalam demonstrasi mempunyai dampak secara bersama-sama pada aspek terendah (terendah). Premis teruntuk membuat pilihan uji F yakni jika nilai sig. 0,05,

atau F hitung F kolom, harusnya terdapat hubungan sinkron aspek X pada aspek Y. Apabila sig. 0,05, atau F hitung F kolom, pada saat itu tidak ada hubungan aspek X sekaligus pada aspek Y.

b. Pengujian Hipotesis t

Uji t terukur secara mendasar memperlihatkan seberapa besar hubungan suatu aspek otonom secara eksklusif dalam memperjelas keragaman dalam aspek terendahnya, Ghazali (2016). Pengujian ini melaksanakan beserta membandingkan hitung beserta tkolom atau beserta menganalisis sentralitas masing-masing hitung Sujarweni (2019). Dalam riset ini, uji t dua sisi (uji dua sisi atau 1 sisi) dimanfaatkan. Premis teruntuk membuat pilihan uji t yakni sebagai Jika nilai sig 0,05, atau hitung kolom harusnya ada hubungan aspek X pada aspek Y. Jika nilai sig 0,05, atau hitung kolom harusnya tidak ada hubungan aspek X pada aspek Y.

Kolom 4.15 Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	1.273	1.055		1.206	.232
	Inovasi Produk	.323	.112	.328	2.875	.005
	Bobot produk	.265	.052	.437	2.106	.012
	Harga	.405	.085	.543	4.772	.000

a. Dependent Variable: Y1

Sumber: Informasi primer yang diolah, 2024

Uji t terukur secara mendasar memperlihatkan seberapa besar hubungan suatu aspek otonom secara eksklusif dalam memperjelas keragaman dalam aspek terendahnya, Ghazali (2016). Pengujian ini melaksanakan beserta membandingkan hitung beserta tkolom atau beserta menganalisis sentralitas masing-masing hitung Sujarweni (2019). Dalam riset ini, uji t dua sisi (uji dua sisi atau 1 sisi) dimanfaatkan. Premis teruntuk membuat pilihan uji t yakni sebagai Jika nilai sig 0,05, atau hitung kolom harusnya ada hubungan aspek X pada aspek Y. Jika nilai sig 0,05, atau hitung kolom harusnya tidak ada hubungan aspek X pada aspek Y.

c. Koefisien Determinasi Adjusted R²

Koefisien jaminan (R²) pada dasarnya menjangkau seberapa jauh kemampuan model dalam memperjelas varietas terendah. Koefisien jaminan penghargaan berada di antara dan 1. Nilai R² yang kecil memperlihatkan bahwasanya kapasitas aspek-aspek terendah sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 menyiratkan bahwasanya aspek bebas mengalihkan semua informasi yang diperlukan teruntuk meramalkan keragaman dalam aspek terikat Sugiyono (2019). Dalam riset ini dimanfaatkan Balanced R² yang berkisar antara dan 1. Semakin dekat nilai Balanced R² ke 1, harusnya semakin baik kemampuan model dalam menjelaskan aspek terendah. Di sisi lain, jika nilai Balanced R² menjauh dari 1 harusnya kemampuan model teruntuk memperjelas aspek terendah menjadi berkurang.

Kolom 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi Adjusted R²

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.829 ^a	.687	.673	1.03829

a. Predictors: (Constant), Harga, Bobot Produk, Inovasi Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pemakai

Sumber: Informasi primer yang diolah, 2024

Koefisien jaminan (R²) pada dasarnya menjangkau seberapa jauh kemampuan model dalam memperjelas varietas terendah. Koefisien jaminan penghargaan berada di antara dan 1. Nilai R² yang kecil memperlihatkan bahwasanya kapasitas aspek-aspek terendah sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 menyiratkan bahwasanya aspek bebas mengalihkan semua informasi yang diperlukan teruntuk meramalkan keragaman dalam aspek terikat Sugiyono (2019). Dalam riset ini dimanfaatkan Balanced R² yang berkisar antara dan 1. Semakin dekat nilai Balanced R² ke 1,

harusnya semakin baik kemampuan model dalam menjelaskan aspek terendah. Di sisi lain, jika nilai Balanced R2 menjauh dari 1 harusnya kemampuan model teruntuk memperjelas aspek terendah menjadi berkurang.

Kesimpulan, Keterbatasan, dan Saran

Kesimpulan

Melihat gambaran penyelidikan dan pembicaraan yang terjadi, harusnya dapat disimpulkan dari penyelidikan ini bahwasanya aspek-aspek Peningkatan Barang, Bobot Barang dan Biaya sekaligus berhubungan perolehan pilihan di Pizza Hits. Bahwasanya aspek Pengembangan Barang berdampak pada perolehan pilihan di Pizza Hits. Bahwasanya variabel Bobot Barang berhubungan pada perolehan pilihan di Pizza Hits. Bahwasanya variabel biaya berhubungan perolehan pilihan di Pizza Hits.

Keterbatasan

Batasan penyelidikan ini hanyalah satu pertanyaan, khususnya Pizza Hits. Aspek otonom yang memanfaatkan seperti Peningkatan Barang, Bobot Barang dan Biaya sehingga masih kecil peluang teruntuk menanyakan berbagai hal kepada pemakai.

Saran

Dari hasil riset yang telah dilakukan, diajukan usulan kepada Pizza teruntuk terus memperhatikan bobot dan ciri Pizza Hits itu sendiri. Jika ingin melakukan inovasi produk, diharapkan mengutamakan rasa dan bobot demi kenyamanan pembeli. Memperoleh aspek pilihan dapat dikembangkan beserta memperluas informasi kebutuhan pemakai.

Referensi

- Ernawati, Diah. 2019., *pengaruh kualitas produk, inovasi produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian produk hi jack sandals bandung*.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handoko, T. Hani. 2018. *Manajemen*. Yogyakarta : BPFE
- Kotler, P., & Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran, jilid 1 dan 2 (12 ed., 1)*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip & Kevin L. Keller. (2012). *Marketing Management, 14th edition*. New Jersey: Prentice Hall
- Philip dan Gary Armstrong. 2018. *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan*
- Lupiyoadi, R (2018), *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono, 2013, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. (Bandung: ALFABETA)
- Tjiptono Ph.D, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa prinsip Penerapan Penelitian*. Andi. Yogyakarta

Junaidi*) Adalah Mahasiswa FEB Unisma

Agus widarko**) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Mohammad Rizal**) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma