

# **PENGARUH INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN BISNIS PADA UMKM KERIPIK PISANG DHARMA JAYA**

**NOVITA EKASARI<sup>\*)</sup>**

**SUSWITA ROZA<sup>\*\*)</sup>**

<sup>\*)\*\*)</sup> Dosen Jurusan Manajemen FEB Universitas Jambi

---

## **ABSTRAK**

*Di Indonesia UMKM berperan dalam pertumbuhan pembangunan dan ekonomi, Inovasi adalah hal yang sangat penting dalam mengembangkan suatu usaha, dimana sebuah produk ingin meningkatkan harga dan nilai jualnya, maka inovasi produk sangat dibutuhkan dalam hal ini. Di dunia yang semakin modern ini banyak sekali usaha yang sudah berkembang di Indonesia, bukan hal aneh lagi apabila di Indonesia ini sendiri banyak sekali usaha yang sudah berkembang berkat inovasi pada produk mereka sendiri. Inovasi produk itu sendiri sangat penting bagi sebuah usaha itu sendiri guna mencapai tujuan perusahaan dan loyalitas pelanggan. Salah satu usaha UMKM yang cukup berkembang di Propinsi Jambi adalah usaha keripik pisang Dharma Jaya yang terletak di kebun kopi kecamatan Jambi Selatan. Dharma Jaya Snack sudah berdiri sejak tahun 2006 dimana yang merupakan objek pada penelitian ini. Penelitian ini mengambil sampel sebanyak 100 konsumen bisnis yang membeli produk Dharma Jaya sedangkan variabel yang diteliti adalah variabel inovasi produk yang terdiri dari jenis produk, kualitas produk, macam model dan desain serta variabel keputusan pembelian. Dengan teknik pengambilan data menggunakan kuesioner dan perhitungan hasil menggunakan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan secara simultan Inovasi Produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan Pembelian sebesar 41,3% dan 58,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Secara parsial variabel yang memberikan pengaruh terbesar terhadap keberhasilan usaha adalah variabel Jenis Produk dengan pengaruh sebesar 51,4%*

*Kata Kunci : Inovasi, Produk, UMKM, Keputusan Pembelian*

---

## **Latar Belakang**

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) memiliki peranan yang sangat vital didalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya dinegara-negara berkembang seperti Indonesia tetapi juga di negara maju. Di Indonesia peran UMKM selain berperan dalam pertumbuhan pembangunan dan ekonomi, Inovasi adalah hal yang sangat penting dalam mengembangkan suatu usaha, dimana apabila sebuah produk ingin meningkatkan harga dan nilai jualnya, maka inovasi produk sangat dibutuhkan dalam hal ini. Di dunia yang semakin modern ini banyak sekali usaha yang sudah berkembang di Indonesia, bukan hal aneh lagi apabila di Indonesia ini sendiri banyak sekali usaha yang sudah berkembang berkat inovasi pada produk mereka sendiri. Inovasi produk itu sendiri sangat penting bagi sebuah usaha itu sendiri guna mencapai tujuan

perusahaan dan loyalitas pelanggan. Inovasi produk ini sangat bagus digunakan pada usaha mikro kecil dan menengah, dimana usaha yang masih kecil seperti inilah yang sangat memerlukan inovasi produk agar menambah nilai jual barang atau jasa tersebut.

UMKM juga memiliki peran yang sangat penting dalam mengatasi masalah pengangguran. Industri kreatif yang digalakan pemerintah provinsi jambi sejak tahun 2010 lalu, ternyata mampu mendongkrak pertumbuhan ekonomi jambi secara berkesinambungan. Bahkan peningkatan pendapatan asli daerah (PAD) provinsi jambi dari tahun ketahun tidak terlepas dari pertumbuhannya industri kreatif bidang pertanian tanaman pangan, perikanan, perkebunan hingga sektor jasa lainnya.

Salah satu usaha UMKM yang cukup berkebang di Propinsi Jambi adalah usaha keripik pisang Dhama Jaya yang terletak di kebun kopi kecamatan Jambi Selatan. Dharma Jaya Snack sudah berdiri sejak tahun 2006, pada tahap awal berdirinya Dharma Jaya Snack mengalami jatuh bangun serta keterbatasan modal dan pengetahuan, tetapi, saat ini usaha Dharma Jaya Snack telah mengalami peningkatan dan bahkan berencana untuk membangun sebuah pabrik yang tidak jauh dari rumah mereka. Usaha ini juga pernah menjadi peserta dalam pameran pangan nusantara dan pameran produk dalam negeri yang diadakan oleh kementrian perdagangan.

Tabel 1.1. Produk yang dihasilkan Dharma Jaya

No	Jenis Produk	Varian Rasa
1	Keripik pisang	Original, jagung manis, cokelat, balado, gurih
2	Keripik buah nangka	Original, manis
3	Stik Bawang	original

Produk Dharma Jaya sendiri selain dijual secara retail langsung kepada konsumen akhir juga disalurkan melalui konsumen bisnis (*reseller*) berupa supermarket-supermarket yang tersebar di Kota Jambi, diantaranya terlihat pada table berikut.

Tabel 1.2. Konsumen Bisnis (*Reseller*) Produk Dharma Jaya

No	Nama Reseller	jumlah
1	Meranti swalayan	1
2	JPM Trona	1
3	Jantos	1
4	Hypermat	2
5	Enha supermarket	1
6	Ramayana	1
7	Mitra Media	1
8	Trona express	1
9	Frescho	1
10	Fresh one	2
11	MM Cahaya Prima	1
12	Alfamart Jambi	73
13	Minimarket lainnya di kota jambi	11
14	Toko Konvensional	6
	Total Konsumen Bisnis	103

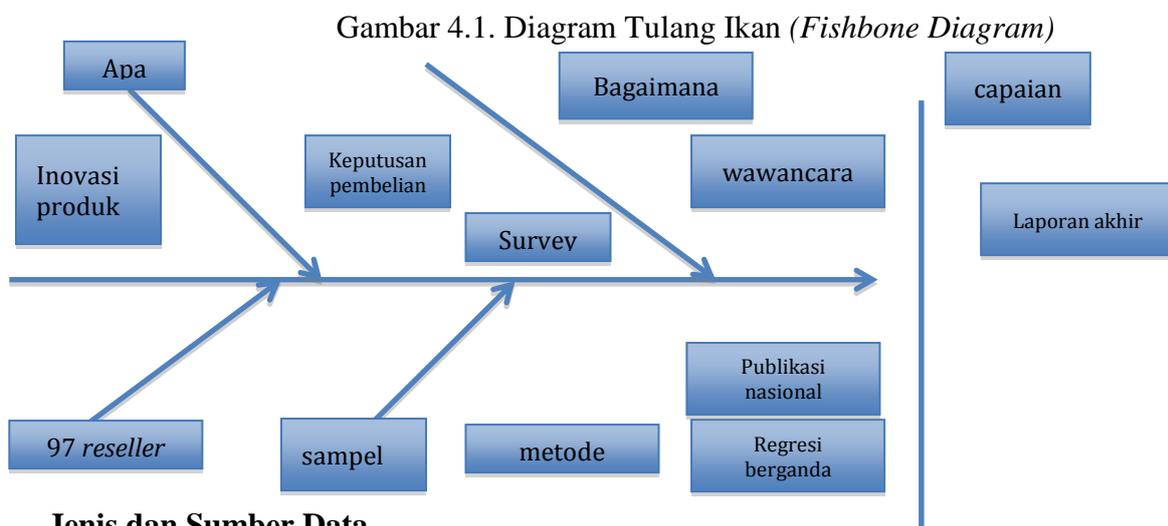
Keripik pisang Dharma Jaya merupakan salah satu produk food –bverages UKM unggulan. Pisang tanduk, bahan baku produk ini berukuran besar dengan rasa medium sweet dan hanya tumbuh di Jambi. Selain itu, untuk menjaga kualitas, Dharma Jaya memasok pisang langsung dari Kabupaten Tanjung Jabung Timur (Sabak) karena dikenal memiliki hasil pertanian berupa pisang yang berkualitas baik. Selain itu produk keripik pisang ini juga telah dikemas rapih dan bagus sesuai dengan standar penjualan snack yang beredar dipasaran dan bersertifikat halal serta telah mendapat izin dari BPOM dan Dinas Kesehatan Provinsi Jambi.

Banyaknya Konsumen bisnis yang tersebar dikota jambi membuat usaha keripik Dharma Jaya menjadi semakin dikenal oleh masyarakat Jambi, walaupun Dharma Jaya telah melakukan perluasan lini produk dari hanya keripik pisang kemudian ditambah dengan keripik buah nangka dan stik bawang, tetapi permintaan konsumen bisnis Dharma Jaya tetap jauh lebih tinggi untuk keripik pisang. Fenomena inilah yang membuat tim peneliti tertarik untuk meneliti apakah terdapat pengaruh inovasi produk yang dilakukan Dharma Jaya terhadap keputusan pembelian konsumen bisnis Dharma Jaya.

## METODE PENELITIAN

### Alur Penelitian

Alur dalam penelitian ini menggunakan Diagram Tulang Ikan (*Fishbone Diagram*) yang akan menggambarkan jalan penelitian mulai dari apa yang akan dilakukan dalam penelitian, bagaimana cara melakukan penelitian, variable apa yang diteliti, dimana penelitian dilakukan sampai pada capaian yang akan dicapai dalam penelitian sesuai dengan jangka waktu penelitian yaitu 6 bulan.



### Jenis dan Sumber Data

#### Jenis Data

Dilihat dari jenisnya penelitian ini tergolong penelitian survey dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Idrus (2009), penelitian kuantitatif lebih

dimaksudkan untuk melihat fenomena yang ada, kemudian dibandingkan dengan teori yang dimiliki. Data dalam penelitian kuantitatif banyak didominasi oleh angka sebagai hasil dari suatu pengukuran berdasarkan pada variabel yang telah dioperasionalkan.

### Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data primer yaitu data yang dibuat oleh peneliti untuk maksud khusus menyelesaikan permasalahan yang sedang ditanganinya. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan.
2. Data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan untuk maksud selain menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Data ini dapat ditemukan dengan cepat. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah literatur, artikel, jurnal serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan.

### Operasional Variabel

Definisi operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan oleh peneliti dalam mengoperasionalkan construct, sehingga memungkinkan penelilitain untuk melakukan pengulangan pengukuran dengan cara yang sama atau mencoba membagikan pengukuran *construct* yang lebih baik. Pada penelitian ini, definisi operasional dijabarkan dalam tabel berikut ini:

**Tabel 4.1. Operasional Variabel Penelitian**

No	Variabel/Sub variabel	Konsep Variabel	Indikator	Skala Ukur
1	Inovasi Produk (X)	produk atau jasa baru yang diperkenalkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan pasar. Banyak cara untuk melakukan inovasi produk barang dan jasa agar diminati oleh konsumen. Cara tersebut diantaranya sebagai berikut, Suryana (2014)		Ordinal
	Pembaharuan Jenis Produk (X1)		a. Jenis beragam b. Sesuai selera c. Banyak pilihan rasa d. Kepuasan konsumen bisnis (reseller)	
	Peningkatan Kualitas (X2)		e. Memperbaharui produk f. Kualitas meningkat g. Sesuai standar h. Sesuai harga	
	Macam Model, desain kemasan dan fitur (X3)		i. Bentuk beragam j. Pihan ukuran kemasan k. Fitur sesuai manfaat	
2	Keputusan pembelian (Y)	keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk sudah yang sudah dikenal oleh masyarakat. Kotler (2005)	l. Ketertarikan terhadap produk m. Keyakinan n. Kepuasan Terhadap Produk	Ordinal

## **Metode Pengumpulan Data**

Untuk mendapatkan data primer penulis menggunakan metode survei dengan memberikan pertanyaan – pertanyaan kepada responden dalam bentuk kuesioner. Dalam penelitian ini dipergunakan adalah kuesioner terstruktur yaitu kuesioner yang dilengkapi dengan alternatif jawaban dan responden memilih jawaban yang sesuai dengan persepsi atau pendapat responden.

Setiap jawaban responden diukur dengan skala Likert yaitu memberi 5 alternatif jawaban kepada responden sebagai berikut:

Skala 1 = sangat tidak setuju (STS)

Skala 2 = tidak setuju (ST)

Skala 3 = ragu-ragu (RR)

Skala 4 = setuju (S)

Skala 5 = sangat setuju (SS)

Wirausaha yang menjadi responden dihubungi secara langsung di masing-masing lokasi dan diminta kesediaannya menjadi responden untuk pengisian koesioner yang akan dipandu oleh peneliti sendiri.

## **Populasi dan Sampel**

Menurut Suharsimi (2006), bahwa populasi adalah keseluruhan subyek penelitian. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang adadalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi. Dalam penelitian ini, populasinya sebanyak 103 konsumen bisnis (reseller) produk Dharma Jaya yang tersebar di kota Jambi. Untuk memudahkan penelitian maka sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 konsumen saja.

## **Metode Analisis Data**

Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif. Analisis Deskriptif digunakan untuk menggambarkan variabel-variabel penelitian, yaitu Inovasi Produk dan Keputusan Pembelian. Analisis deskriptif dilakukan untuk menyusun tabel frekuensi distribusi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel yang diteliti masuk ke dalam kategori sangat baik/ sangat tinggi, baik/tinggi, cukup baik/cukup tinggi, tidak baik/rendah, dan sangat tidak baik/sangat rendah.

## **Hasil Penelitian**

Penelitian ini menganalisis pengaruh *inovasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen bisnis*. Penelitian ini dilakukan di UMKM Keripik Pisang Dharma Jaya di Jambi. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 100 orang. Adapun karakteristik responden meliputi Usia, Jenis Kelamin, Lama menjadi konsumen, dan Lama Usaha.

### **Karakteristik Responden**

- Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Responden dikelompokkan berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 5.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Umur	Frekuensi	Persen
30-39	37	37
40-49	44	44
≥ 50 tahun	19	19

*Sumber : Data Primer yang Diolah tahun 2017*

Keterangan pada tabel 5.1 menunjukkan responden yang dikelompokkan berdasarkan usia 30-39 tahun sebanyak 37 orang , usia 40-49 tahun sebanyak 44 orang dan di atas 50 tahun sebanyak 419orang Hal ini berarti responden pada kisaran usia 40-49 tahun lebih mendominasi dibandingkan responden pada kisaran usia yang lain.

- **Jenis Kelamin**

Responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 5.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persen
Laki-Laki	67	67
Perempuan	33	33

*Sumber : Data Primer yang Diolah tahun 2017*

Keterangan pada tabel 5.2 menunjukkan responden terbanyak berjenis kelamin laki-laki dengan jumlah 67 orang , sedangkan responden perempuan berjumlah 33 orang Berdasarkan keterangan tersebut terlihat bahwa jumlah responden laki-laki lebih mendominasi jika dibandingkan pada jumlah responden perempuan.

- **Lama Menjadi Konsumen**

Responden dikelompokkan berdasarkan lama menjadi nasabah dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 5.3.**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Konsumen**

Lama Menjadi Nasabah	Frekuensi	Persen
< 6 bulan - 1 Tahun	56	56
1 – 3 Tahun	30	30
Diatas 3 Tahun	14	14

*Sumber : Data Primer yang Diolah tahun 2017*

Keterangan pada tabel 5.3 menunjukkan bahwa responden yang dikelompokkan berdasarkan lama menjadi konsumen < 6 bulan - 1 tahun terdiri dari 56 orang , 1-3 tahun terdiri dari 30 orang ,diatas 3 tahun sebanyak 14 orang. Berdasarkan keterangan tersebut terlihat bahwa responden pada penelitian ini sebagian besar menjadi konsumen selama<6 bulan-1 tahun.

- **Lama Usaha**

Responden dikelompokkan berdasarkan lama usahanya dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 5.4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan lama usaha**

Lama Usaha	Frekuensi	Persen
1-3 Tahun	20	44
3-5 Tahun	36	36
> 5 tahun	44	20

*Sumber : Data Primer yang Diolah tahun 2017*

Keterangan pada tabel 5.4 menunjukkan bahwa responden yang dikelompokkan berdasarkan lama usahanya terdiri dari 20 orang yang usahanya berdiri pada 1-3 tahun terakhir, sebanyak 36 orang yang berdiri pada 3-5 tahun dan sebanyak 44 orang yang berdiri diatas 5 tahun. Berdasarkan keterangan tersebut terlihat bahwa responden pada penelitian ini sebagian besar didominasi dengan lama usaha diatas 5 tahun.

### Deskripsi Hasil

#### Tanggapan Responden

Untuk memperoleh gambaran mengenai variabel *Inovasi Produk* yang terdiri dari 3 komponen yaitu Pembaharuan Jenis Produk, Peningkatan Kualitas, Macam Model , Kemasan dan Ragam Fitur terhadap Keputusan Pembelian, maka dapat diterangkan hasil deskriptif berupa tabel distribusi frekuensi sebagai berikut :

**Tabel 5.5. Variabel Inovasi Produk**

INOVASI PRODUK									
No	Indikator	Skor					Total skor	Rata-rata Skor	Rata-rata dimensi/kategori
		STS	TS	N	S	SS			
		1	2	3	4	5			
<i>Jenis produk</i>									
1	Jenis produk beragam	0	13	34	47	6	346	3,46	3,59
2	Sesuai selera konsumen	0	12	13	49	26	389	3,89	
3	Banyak pilihan rasa	0	14	23	53	10	359	3,59	
4	Jenis sesuai harga	2	9	44	40	5	337	3,37	
5	Kepuasan reseller terhadap jenis produk	3	9	25	45	18	366	3,66	
Rata-rata							359,4	17,97	Baik
<i>Peningkatan Kualitas</i>									
1	Selalu memperbaharui produk	1	8	35	47	9	355	3,55	3,63

2	Kualitas selalu meningkat	1	9	30	52	8	357	3,57	
3	Sesuai standar yang dijanjikan	1	9	33	44	13	359	3,59	
4	Kualitas sesuai dengan harga	2	12	16	44	26	380	3,80	
Rata-rata							362,75	14,51	
<i>Macam Model, Kemasan Fitur</i>									
1	Bentuk produk bermacam-macam	1	12	20	51	16	369	3,69	3,74
2	Pilihan ukuran beragam	2	11	16	46	25	381	3,81	
3	Fitur mewakili manfaat	0	11	25	44	20	373	3,73	
Rata-rata							374,33	11,23	Baik

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 5.5 dapat dilihat bahwa dimensi macam model, kemasan dan fitur yang mempunyai tiga indikator memiliki nilai rata-rata tertinggi dibandingkan dengan dimensi-dimensi lainnya yaitu sebesar 374,33. Hal ini menggambarkan bahwa banyaknya pilihan ukuran kemasan maupun model produk yang disediakan oleh Dharma Jaya sudah membuat konsumen bisnis /reseller sebahai konsumen merasa puas. Hal ini terlihat dari ragam pesanan yang meliputi rata-rata semua ukuran yang disediakan oleh Dharma Jaya atas produk mereka.

### Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian

Berikut tabel yang mendeskripsikan variabel keputusan Pembelian:

**Tabel 5.6. Variabel Keputusan Pembelian**

KEPUTUSAN PEMBELIAN									
No	Indikator	Skor					Total skor	Rata-rata skor	Rata-rata dimensi/kategori
		STS	TS	N	S	SS			
		1	2	3	4	5			
1	Ketertarikan Terhadap Produk	1	11	28	46	14	361	3,61	3,47
2	Keyakinan	0	13	26	51	10	358	3,58	
3	Kepuasan Terhadap Produk	4	13	44	35	4	322	3,22	
Rata-rata							347,00	10,41	Baik

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 5.6 dapat dilihat bahwa keputusan pembelian mempunyai tiga indikator memiliki rata-rata sebesar 347,00. Hal ini menggambarkan keputusan pembelian pelanggan berada pada kategori baik. Dengan demikian menunjukkan bahwa rata-rata responden merespon baik terhadap dimensi keputusan pembelian yang terdiri dari tertarik untuk kembali membeli produk Dharma Jaya, yakin terhadap produk dan puas terhadap produk yang dijual oleh Dharma Jaya.

## Uji Instrumen Penelitian

### Uji Validitas dan Reliabilitas

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  untuk tingkat signifikansi 5%. Jika jumlah  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka pernyataan atau indikator tersebut dinyatakan valid, begitu juga sebaliknya jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka pernyataan atau indikator dinyatakan tidak valid. Adapun dalam penelitian ini hasil dari uji validitas bahwa setiap item indikator atau pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel menghasilkan nilai koefisien korelasi yang lebih besar dari  $r_{tabel}$ , dengan demikian dapat disimpulkan bahwa setiap indikator atau pernyataan yang diajukan dalam penelitian ini adalah valid, artinya indikator tersebut dapat mengukur apa yang seharusnya diukur.

#### 2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan peneliti dengan melihat nilai Cronbach Alpha dengan bantuan computer melalui program SPSS for windows. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha  $> 0,70$  (Ghozali, 2011). Adapun hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini semua variabel penelitian reliabel.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua atau lebih variabel independent dengan satu variabel dependent. Persamaan yang digunakan adalah sebagai berikut :

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

Berikut hasil pengujian regresi linear berganda yang disajikan pada tabel di bawah ini:

**Tabel 5.9. Hasil Regresi Linear Berganda**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.641	.941		2.807	.006		
	JenisProduk	.334	.100	.514	3.341	.001	.251	3.988
	Kualitas	.327	.122	.425	2.675	.009	.235	4.262
	Model,kemasan,fitur	-.266	.142	-.297	-1.867	.065	.235	4.252

a. Dependent Variable:  
KeputusanPembelian

Berdasarkan keterangan pada tabel maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 2,641 + 0,334 X_1 + 0,327X_2 - 0,266X_3$$

Berdasarkan persamaan regresi linear tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 2,641 artinya jika Jenis Produk ( $X_1$ ), Peningkatan Kualitas ( $X_2$ ) dan Macam model, kemasan dan fitur ( $X_3$ ) nilainya adalah 0, maka Keputusan Pembelian nilainya adalah 2,641. Artinya bahwa Keputusan Pembelian dapat dipengaruhi oleh Jenis Produk, Peningkatan Kualitas dan Macam model, kemasan dan fitur.
2. Koefisien regresi variabel jenis produk ( $X_1$ ) mempunyai nilai 0,334 menunjukkan bahwa jenis produk yang terdiri dari macam jenis, selera yang mewakili konsumen, banyak pilihan rasa, kepuasan reseller dan kesesuaian harga dan jenis memiliki hubungan yang positif terhadap Keputusan Pembelian sehingga dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian reseller (konsumen bisnis) UMKM Dhara Jaya.
3. Koefisien regresi variabel Peningkatan Kualitas ( $X_2$ ) mempunyai nilai 0,327 menunjukkan bahwa peningkatan kualitas yang terdiri dari indikator selalu memperbaharui produk, kualitas selalu meningkat, sesuai standar yang dijanjikan dan kepuasan reseller memiliki hubungan yang positif terhadap keputusan pembelian.
4. Koefisien regresi variabel Macam model, kemasan dan fitur ( $X_3$ ), mempunyai nilai 0,266 menunjukkan bahwa macam model kemasan dan fitur yang terdiri dari indikator bentuk produk yang beragam, banyak pilihan kemasan serta fitur mewakili manfaat memiliki nilai yang negatif tetapi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian reseller artinya setiap terjadi penurunan variabel macam model, kemasan dan fitur maka keputusan pembelian akan naik.

### Uji hipotesis

#### Uji F

Uji F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independent yang dimasukkan dalam mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011). Berikut merupakan hasil uji F :

**Tabel 5.10/ Hasil Uji F**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	226.529	3	75.510	24.191	.000 <sup>a</sup>
	Residual	299.661	96	3.121		
	Total	526.190	99			

a. Predictors: (Constant), Jenisproduk, Peningkatankualitas, macammmodel,kemasandanfitur

b. Dependent Variable: KeputusanPembelian

*Sumber : Hasil pengolahan data, 2017*

Berdasarkan tabel 5.10 dapat dilihat bahwa nilai probabilitas signifikansinya lebih kecil dari  $\alpha$  0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif yang signifikan antara variabel independent secara simultan terhadap keputusan pembelian reseller keripik pisang Dharma Jaya. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis penelitian ini yaitu Inovasi Produk berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian reseller UMKM Keripik pisang Dharma Jaya.

#### Uji t

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independent secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependent. Untuk menguji variabel yang berpengaruh antara X1, X2 dan X3 terhadap Y secara terpisah maka digunakan uji t. Adapun dalam penelitian ini hasil dari uji t dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 5.11. Hasil Uji t Variabel**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.641	.941		2.807	.006
Jenisproduk	.334	.100	.514	3.341	.001
Peningkatankualitas	.327	.122	.425	2.675	.009
Macammodel, kemasann, fitur	-.266	.142	-.297	-1.867	.065

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : hasil olahan data, 2017

Dari tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Hasil dari regresi dapat dilihat probabilitas variabel independent Jenis Produk lebih kecil dari  $\alpha$  0,05 yang berarti bahwa variabel independent Jenis Produk secara parsial berpengaruh nyata atau signifikan terhadap Keputusan Pembelian Reseller keripik pisang Dharma Jaya.
2. Hasil regresi menunjukkan bahwa variabel independent Peningkatan Kualitas probabilitas variabelnya lebih kecil dari  $\alpha$  0,05 yang berarti bahwa variabel independent Peningkatan Kualitas secara parsial berpengaruh nyata atau signifikan terhadap Keputusan Pembelian Reseller keripik pisang Dharma Jaya.
3. Hasil regresi juga menunjukkan bahwa variabel independent Madimana probabilitas macam model, Kemasan dan Fitur variabelnya lebih besar dari  $\alpha$  0,05 yang berarti bahwa variabel independent hasil regresi menunjukkan bahwa variabel independent macam model, Kemasan dan Fitur secara parsial tidak berpengaruh nyata atau signifikan terhadap loyalitas pelanggan rumah makan duck tale.

Dari ketiga variabel tersebut, variabel yang mendekati signifikansi 0,000 adalah variabel Jenis Produk. Artinya bahwa variabel Jenis Produk adalah faktor dominan dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian Reseller keripik pisang Dharma Jaya.

### Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Analisis koefisien determinasi disesuaikan dan digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase variabel independent (X) terhadap variabel dependent (Y) dalam bentuk presentase. Adapun dalam penelitian ini hasil dari uji (R<sup>2</sup>) dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Tabel 5.12. Hasil Uji R<sup>2</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.656 <sup>a</sup>	.431	.413	1.76677

a. Predictors: (Constant), Jenis produk, Peningkatan Kualitas, Macam model, kemas dan fitur

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : hasil pengolahan data, 2017

Berdasarkan tabel diatas diperoleh angka Adjusted R Square sebesar 0,413 atau 41,3%. Hal ini menunjukkan bahwa Jenis Produk, Peningkatan Kualitas, Macam model, kemas dan fitur terhadap Keputusan Pembelian dipengaruhi sebesar 41,3% sedangkan sisanya sebesar 58.7 % dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

### Luaran

Luaran yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah publikasi ilmiah berupa jurnal nasional terakreditasi yaitu jurnal sains sosio humaniora vol. 2 juni 2018 Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Jambi.

### Kesimpulan

1. Variabel Jenis Produk, Peningkatan Kualitas, Macam model, kemas dan fitur secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian Reseller pada UMKM Keripik Pisang Dharma Jaya.
2. Variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap Keputusan Pembelian Reseller pada UMKM Keripik Pisang Dharma Jaya adalah variabel Jenis Produk.

## **Saran**

1. Variabel Jenis Produk merupakan variabel yang dominan dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian Reseller UMKM Keripik Pisang Dharma Jaya. Sehingga dari sisi Jenis UMKM Dharma Jaya sudah cukup memenuhi harapan Konsumen bisnisnya.
2. Untuk penelitian selanjutnya hendaknya mengembangkan variabel-variabel penelitiannya dengan menambah variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi terbentuknya keputusan Pembelian, sehingga analisisnya diharapkan lebih akurat.
3. Penelitian selanjutnya dapat dilaksanakan dengan menggunakan objek dan lokasi penelitian lain baik dengan faktor yang sama ataupun terhadap faktor-faktor lain yang dianggap mempengaruhi keputusan pembelian reseller.

## **Daftar Pustaka**

- Evi Suratmi. 2010 Pengaruh *Kreativitas dan Inovasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Usaha Pengrajin Rotan di Lingkungan Jalan Gatot Subroto Medan*. Sripsi. Universitas Sumatera Utara Fakultas Ekonomi Medan.
- Nasution, H.N. 2005. *Inovasi Organisasi :Konsep dan Pengukuran*. Usahawan no. 09 Tahun XXXIV September 2005
- Setiadi, Nugroho.2013. *Perilaku Konsumen : Perspektif kontemporer pada motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*. Kencana media group: Jakarta.
- Suryana. 2014. *Kewirausahaan, Kiat dan Proses menjurusukses*. Salemba empat: Jakarta.
- Thomas W. Zimmerer. 2008. *Kewirausahaan dan Manajemen usaha kecil*. Hlm. 133