

## **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, LOKASI, KEMAMPUAN INOVASI TERHADAP MINAT BELI ULANG BATIK TULIS TANJUNG BUMI**

<sup>1</sup>Putri Juhoiriyah, <sup>2</sup>Manah Tarman  
<sup>1,2</sup>Pendidikan Ekonomi, STKIP PGRI Bangkalan  
Alamat e-mail: [putrijuhoiriyah@gmail.com](mailto:putrijuhoiriyah@gmail.com)<sup>1</sup>, [tanmanah@stkip PGRI-bkl.ac.id](mailto:tanmanah@stkip PGRI-bkl.ac.id)<sup>2</sup>

### **ABSTRACT**

*This research aims to analyze the influence of product quality, location, innovation ability and interest in repurchasing Tanjung Bumi handwritten batik. This type of research is quantitative research. The population in this research is all consumers who shop in the Tanjung Bumi batik industry, the number of which is unknown, meanwhile the sample used by researchers in conducting the research was 50 respondents. The data collection techniques that researchers used were in the form of questionnaires and observations. And the analysis techniques used are validity tests, reliability tests, normality tests, multiple linear regression tests (t test, f test). Based on the results of the research that has been carried out, it is known that product quality, location, innovation ability influence the interest in repurchasing Tanjung Bumi hand-written batik. This is proven by using the F test, where the average result of the decision to repurchase written batik is  $F_{\text{Count}}$  of 65.464 >  $F_{\text{Table}}$  of 2.81, so it can be concluded that  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted, meaning that the product quality variables (X1) location (X2), and innovation ability (X3) simultaneously influence the increase in repurchase interest (Y).*

*Keywords: Product Quality, Location, Innovation Ability, Repurchase Intention*

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, lokasi, kemampuan inovasi dan minat beli ulang batik tulis Tanjung bumi, jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berbelanja di industry batik Tanjung bumi, yang tidak diketahui jumlahnya, sementara itu sample yang digunakan oleh peneliti dalam melakukan penelitian sebanyak 50 responden. Teknik pengumpulan data yang peneliti lakukan yaitu berupa angket dan observasi. Dan teknik analisis yang digunakan adalah uji uji validitas, uji reabilitas, uji normalitas, uji regresi linear berganda (uji t, uji f). Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diketahui bahwasanya kualitas produk, lokasi, kemampuan inovasi terhadap minat beli ulang batik tulis Tanjung bumi. Hal ini dibuktikan dengan menggunakan uji F yang dimana hasil rata rata pada keputusan minat beli ulang batik tulis sebesar  $F_{\text{Hitung}}$  sebesar 65,464 >  $F_{\text{Tabel}}$  sebesar 2,81 maka disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya variabel kualitas produk (X1) lokasi (X2), dan kemampuan inovasi (X3) berpengaruh secara simultan terhadap peningkatan minat beli ulang (Y).

Kata Kunci: Kualitas Produk, Lokasi, Kemampuan Inovasi, Minat Beli Ulang

#### **A. Pendahuluan**

Menurut Boresma abad ke 20 menyatakan bahwasanya batik

Indonesia sebagai warisan budaya yang ber aneka ragam dan dikenal di seluruh kalangan dunia karena

banyak macam produk budaya, Batik tulis merupakan warisan budaya yang memiliki nilai yang sangat penting. Sejarah batik Indonesia terkait erat dengan perkembangan Kerajaan Majapahit serta penyebaran ajaran Islam di Pulau Jawa. Pengembangan batik dimulai pada zaman Kerajaan Mataram, dan kemudian berlanjut pada masa pemerintahan Kerajaan Solo dan Yogyakarta. Meskipun awalnya batik hanya digunakan di lingkungan istana, namun kemudian mulai diproduksi dan digunakan oleh masyarakat luas. dan menggunakan bahan pewarna alami populer sebagai pakaian. Batik Indonesia menampilkan berbagai ragam jenis dan motif yang berbeda-beda, serta membawa makna yang khas bagi setiap daerahnya. Tiap daerah memiliki ciri khas dan motif uniknya sendiri dalam batik tersendiri (Pengaruh et al., 2019).

Kualitas produk yang unggul bertujuan untuk menarik minat konsumen dan mendorong pembelian berulang. Ketika konsumen sering menggunakan produk, kepuasannya akan tetap tinggi dan keinginan untuk membeli lagi juga akan tetap kuat. Namun, jika pasar mengalami kejenuhan, hal tersebut dapat diatasi

dengan memperkuat kualitas produk dan melakukan inovasi secara terus-menerus, sehingga konsumen tetap tertarik dan tidak merasa bosan dengan produk yang ditawarkan. (Ariyanti et al., 2022). Menurut (Manah Tarman) bahwasanya Industri harus memiliki strategi untuk meningkatkan kepuasan konsumen dengan mempertimbangkan harga produk mereka. Memilih industri yang menawarkan harga terjangkau dan kualitas produk yang istimewa sangat penting. Industri yang menghasilkan produk berkualitas akan menarik lebih banyak konsumen dibandingkan dengan yang tidak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa konsumen cenderung membeli produk jika harganya terjangkau dan kualitasnya sangat baik.

Menurut (Ariyanti et al., 2022) lokasi yang optimal memastikan ketersediaan akses yang cepat dan memiliki potensi untuk menarik banyak konsumen. Lokasi yang strategis dapat berpengaruh signifikan terhadap pola berbelanja dan pembelian konsumen. Tanjung Bumi di Kabupaten Bangkalan adalah salah satu pusat produksi batik tulis terkemuka di Madura. Batik tulis yang diproduksi di Tanjung Bumi dikenal

dengan motifnya yang istimewa, membedakannya dari batik Madura yang berasal dari daerah lain di pulau tersebut. Motif batik Tanjung Bumi lebih mengarah pada motif khas Madura, yang sering kali menggunakan warna-warna seperti merah, kuning, hijau, atau kombinasi dari salah satu di antaranya. warna ketiga pada setiap batik. Sedangkan deskripsi motif batik di dominasi dari bahan-bahan yang tersedia disekitar alam seperti tumbuhan dan binatang. Menurut (Manajemen et al., 2007) mengungkapkan bahwasanya salah satu sifat yang sangat krusial dari seorang pengusaha. yaitu keterampilannya untuk berinovasi. Tidak memiliki inovasi Perusahaan tidak akan mampu bertahan dalam jangka panjang. Maka Karena kebutuhan, keinginan, dan permintaan pelanggan yang selalu berubah-ubah, pelanggan tidak selalu tetap konsisten mengkonsumsi produk yang identic, dan pelanggan akan mencari alternatif produk dari perusahaan lain yang mereka merasa dapat memenuhi kebutuhan mereka. Maka dari itu perusahaan sangat perlu, Inovasi yang berkelanjutan diperlukan agar perusahaan dapat bertahan dan berkembang maka akan tetap

mendirikan bisnis dengan usahanya yaitu batik tulis tanjung bumi.

Menurut (Yuda et al., 2021). Dinyatakan bahwa minat untuk membeli ulang adalah reaksi yang timbul dari konsumen terhadap suatu produk yang menunjukkan keinginan mereka untuk melakukan pembelian. faktor yang dapat mempengaruhi minat beli ulang yaitu kualitas produk, lokasi, dan kemampuan inovasi, terhadap minat beli ulang batik tulis dengan daya tarik, Merupakan standar yang digunakan seseorang dalam proses pembelian , dan pastinya setiap orang sebelum melakukan transaksi pembelian tentunya mempertimbangkan harga yang terjangkau namun tetap memiliki kualitas yang tinggi dalam menentukan produk atau layanan tersebut.

## **B. Metode Penelitian**

Metode yang digunakan oleh peneliti yaitu menggunakan metode kuantitatif yang menerapkan penelitian pada populasi dan sampel tersebut.

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan angket dan analisis data yang bersifat kuantitatif dengan maksud untuk

bisa menjelaskan atau menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono,2017;23). Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang dimana bertujuan untuk menggambarkan situasi atau kejadian yang sudah terjadi.

Menurut (sugiyono, 2015;91) menyatakan bahwasanya sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang memiliki populasi itu. Adapun dalam studi tersebut menggunakan teknik *Non-probability sampling* yaitu teknik yang pengambilannya sample nya bersifat tidak memberikan peluang bagi populasi yaitu total. Sample dalam penelitian tersebut sebanyak 50 orang konsumen pada produk Batik Tulis di desa Tanjung Bumi.

Instrument yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penyebaran angket atau kuesioner

yang diberikan kepada sampel penelitian yang diantaranya yaitu: angket, observasi, dokumentasi.

Terdapat beberapa tehnik analisi data yang digunakan oleh peneliti diantaranya yaitu:

1. Uji validitas dan uji reabilitas
2. Uji regresi linear berganda
3. Uji F dan Uji T

### **C.Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Uji validitas merupakan suatu uji yang digunakan untuk mengetahui seberapa mampu pertanyaan dalam mengungkap suatu permasalahan atau mengukur ke validan dari sebuah kuesioner yang telah disebarkan Pada penelitian ini, peneliti menggunakan 50 responden, untuk mengetahui nilai dari  $r$  tabel maka peneliti menggunakan rumus  $df = 50 - 2 = 48$ , maka diperoleh  $R_{tabel}$  sebesar 0,2787. Berikut hasil uji dari setiap variabel :

**Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel X1 (Kualitas Produk)**

Variabel	Item	Nilai	Nilai	Nilai	Keterangan
	Pertanyaan	$R_{tabel}$	$R_{hitung}$	Signifikansi	
<b>(X1) Kualitas Produk</b>	X1.1	0,2787	0,730	0,000	Valid
	X1.2	0,2787	0,623	0,000	Valid
	X1.3	0,2787	0,586	0,000	Valid
	X1.4	0,2787	0,730	0,000	Valid
	X1.5	0,2787	0,620	0,000	Valid
	X1.6	0,2787	0,558	0,000	Valid

X1.7	0,2787	0,607	0,000	Valid
X1.8	0,2787	0,620	0,000	Valid

Sumber. Diolah oleh peneliti, 2024

Berdasarkan hasil output SPSS V.23, menunjukkan bahwa pernyataan pada variabel Kualitas Produk dinyatakan valid hal tersebut diketahui dengan melihat nilai  $r$  hitung  $>$   $r$

tabel, serta nilai signifikansi keseluruhan 8 item  $<$  0,05. Oleh karena itu, peneliti menyimpulkan bahwa item pernyataan tersebut valid dan boleh digunakan untuk proses analisis data selanjutnya.

**Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel X2 (Lokasi)**

<b>Variabel</b>	<b>Item</b>	<b>Nilai</b>	<b>Nilai</b>	<b>Nilai</b>	<b>Keterangan</b>
	<b>Pertanyaan</b>	<b>R<sub>tabel</sub></b>	<b>R<sub>hitung</sub></b>	<b>Signifikansi</b>	
<b>(X2)</b> <b>Lokasi</b>	X2.1	0,2787	0,622	0,000	Valid
	X2.2	0,2787	0,562	0,000	Valid
	X2.3	0,2787	0,569	0,000	Valid
	X2.4	0,2787	0,628	0,000	Valid
	X2.5	0,2787	0,573	0,000	Valid
	X2.6	0,2787	0,581	0,000	Valid
	X2.7	0,2787	0,618	0,000	Valid
	X2.8	0,2787	0,687	0,000	Valid

Sumber. Diolah oleh peneliti, 2024

Berdasarkan hasil output SPSS V.23 menunjukkan bahwa pernyataan pada variabel Lokasi dinyatakan valid hal tersebut diketahui dengan melihat nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, serta nilai signifikansi

keseluruhan 8 item  $<$  0,05. Oleh karena itu, peneliti menyimpulkan bahwa item pernyataan tersebut valid dan boleh digunakan untuk proses analisis data selanjutnya.

**Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel X3 (Kemampuan Inovasi)**

Variabel	Item Pertanyaan	Nilai $R_{tabel}$	Nilai $R_{hitung}$	Nilai Signifikan si	Keteranga n
<b>X2 (Kemampua n Inovasi)</b>	X3.1	0,2787	0,619	0,000	Valid
	X3.2	0,2787	0,710	0,000	Valid
	X3.3	0,2787	0,745	0,000	Valid
	X3.4	0,2787	0,616	0,000	Valid
	X3.5	0,2787	0,769	0,000	Valid
	X3.6	0,2787	0,790	0,000	Valid
	X3.7	0,2787	0,779	0,000	Valid
	X3.8	0,2787	0,753	0,000	Valid

Sumber. Diolah oleh peneliti, 2024

Berdasarkan hasil output SPSS menunjukkan bahwa pernyataan pada variabel kemampuan inovasi dinyatakan valid hal tersebut diketahui dengan melihat nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , serta nilai.

signifikansi keseluruhan 8 item  $< 0,05$ . Oleh karena itu, peneliti menyimpulkan bahwa item pernyataan tersebut valid dan boleh digunakan untuk proses analisis data selanjutnya.

**Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Y (Minat Beli Ulang)**

Variabel	Item Pertanyaan	Nilai $R_{tabel}$	Nilai $R_{hitung}$	Nilai Signifikansi	Keterangan
<b>Y (Minat Beli Ulang)</b>	y.1	0,2787	0,787	0,000	Valid
	y.2	0,2787	0,535	0,000	Valid
	y.3	0,2787	0,630	0,000	Valid
	y.4	0,2787	0,578	0,000	Valid
	y.5	0,2787	0,770	0,000	Valid

y.6	0,2787	0,535	0,000	Valid
y.7	0,2787	0,540	0,000	Valid
y.8	0,2787	0,633	0,000	Valid

Sumber. Diolah oleh peneliti, 2024

Berdasarkan hasil output SPSS menunjukkan bahwa pernyataan pada variabel (Y) minat beli ulang dinyatakan valid hal tersebut diketahui dengan melihat nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, serta nilai signifikansi keseluruhan 8 item  $<$  0,05. Oleh karena itu, peneliti menyimpulkan bahwa item pernyataan tersebut valid dan boleh digunakan untuk proses analisis data selanjutnya.

### 1. Uji Realibilitas

Uji reabilitas yaitu uji yang digunakan untuk mengukur suatu kuosioner yang merupakan indikator dan variabel. Suatu kusioner akan dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan tersebut stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel yang dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha*  $>$  0,06 (Ghozali ,2005;41).

**Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Nilai Reliability	Croncbach Alpha	Keterangan
<b>Kualitas Produk (X1)</b>	0,788	0,60	Reliabel
<b>Lokasi (X2)</b>	0,751	0,60	Reliabel
<b>Kemampuan Inovasi (X3)</b>	0,865	0,60	Reliabel
<b>Minat Beli Ulang (Y)</b>	0,777	0,60	Reliabel

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2024

Berdasarkan hasil output SPSS 23 di atas, menunjukkan bahwa nilai *Croncbach Alpha* untuk kualitas produk sebesar

0,788  $>$  0,60. Nilai *Croncbach Alpha* untuk lokasi sebesar 0,751  $>$  0,60. Nilai *Croncbach Alpha* untuk kemampuan

inovasi sebesar  $0,865 > 0,60$ . Serta nilai *Croncbach Alpha* untuk minat beli ulang sebesar  $0,777 > 0,60$ . Maka dapat dikatakan bahwa seluruh variabel dalam penelitian tersebut reliabel, karena masing-masing variabel memiliki nilai *croncbach alpha*  $> 0,60$ .

## 2. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji dalam model regresi, variabel terikat, variabel bebas yang mempunyai distribusi normal

atau tidak. kepuasan uji normalitas menurut Nuryadi dkk (2017) sebagai berikut:

- a. Nilai Sig atau nilai probabilitas  $< 0,05$  maka distribusi tidak normal.
- b. Nilai Sig atau nilai probabilitas  $> 0,05$  maka distribusi dikatakan normal.

**Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,51626872
	Most Extreme Absolute Differences	,071
	Positive	,071
	Negative	-,058
Test Statistic		,071
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2024

Berdasarkan hasil analisis uji normalitas menggunakan SPSS V.23, menunjukkan bahwa nilai Sig. sebesar 0,200 > 0,05 yang berarti data yang diperoleh tersebut berdistribusi normal.

### 3. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi adalah analisis yang dapat digunakan untuk mengukur sebuah pengaruh dari suatu variabel bebas terhadap dari variabel tidak bebasnya. Untuk melihat hubungan antara variabel menggunakan rumus regresi linier berganda. Hasil analisis persamaan regresi linier berganda dilihat dibawah ini:

**Tabel 4.7 Hasil Persamaan Regresi Linier Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	-1,921	2,377		-,808	,423
	Kualitas Produk	,358	,070	,372	5,101	,000
	Lokasi	,260	,112	,252	2,314	,025
	Kemampuan Inovasi	,428	,085	,505	5,047	,000

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2024

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat ditulis persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3$$
$$Y = (-1,921) + 0,358 X_1 + 0,260 X_2 + 0,428 X_3$$

Persamaan diatas memiliki arti bahwa:

- a. Nilai konstanta sebesar -1,921 yang menunjukkan bahwa jika variabel kualitas produk, lokasi, dan kemampuan inovasi 0 satuan (tidak ada), maka besarnya output minat beli ulang sebesar -1,921 satuan.
- b. Variabel bebas kualitas produk (X1) dengan nilai 0,358 berpengaruh positif terhadap variabel dependen minat beli ulang (Y), artinya apabila terjadi peningkatan kualitas produk setiap satu satuan dapat meningkatkan minat beli ulang sebesar 0,358.
- c. Variabel bebas lokasi (X2) dengan nilai 0,260 berpengaruh positif terhadap variabel dependen minat beli ulang (Y), artinya apabila terjadi peningkatan lokasi setiap satu satuan dapat meningkatkan minat beli ulang sebesar 0,260.

- d. Variabel bebas kemampuan inovasi (X3) dengan nilai 0,428 berpengaruh positif terhadap variabel dependen minat beli ulang (Y), artinya apabila terjadi peningkatan kemampuan inovasi setiap satu satuan dapat meningkatkan minat beli ulang sebesar 0,428.

#### 4. Uji F dan Uji T

##### a. Uji F

Menurut Sahir (2021:53) yaitu uji f juga disebut dengan uji simultan yang digunakan untuk melihat ada atau tidaknya pengaruh dengan cara bersama sama antara dua variabel bebas terhadap variabel terikat.

Dengan kriteria Uji F yaitu:

- a) Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
- b) Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Cara mencari  $F_{Tabel}$ , sebagai berikut:

$$df_1 = k - 1 = 4 - 1 = 3$$

$$df_2 = n - k = 50 - 4 = 46$$

$$\alpha = 5\% = 0,05$$

Sehingga diperoleh  $df_1 = 3$ ,  $df_2 = 46$  dan  $\alpha = 0,05$ .

Maka  $F_{Tabel}$  sebesar 2.81.

Keterangan :

$df = \text{degree of freedom}$

$n = \text{jumlah responden}$

$k = \text{jumlah variabel}$

**Tabel 4.8 Hasil Uji F  
ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	480,966	3	160,322	65,464	,000 <sup>b</sup>
Residual	112,654	46	2,449		
Total	593,620	49			

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

b. Predictors: (Constant), Kemampuan Inovasi, Kualitas Produk, Lokasi

Sumber : diolah oleh peneliti, 2024

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai sig. sebesar 0,000 lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05 dan nilai  $F_{Hitung} > F_{Tabel}$  yaitu  $65,464 > 2,81$  artinya variabel kualitas produk, lokasi, dan kemampuan inovasi berpengaruh secara simultan terhadap peningkatan minat beli ulang. Maka disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

**b. Uji T**

Menurut sahir (2022:53-54) yaitu uji T digunakan untuk menguji pengaruh kepada

koefisien regresi secara parsial untuk mengetahui signifikan secara parsial dengan masing masing variabel bebas terhadap variabel terikat.

Kriteria hipotesis yang digunakan yaitu:

$H_0: T_{hitung} < T_{tabel}$  maka tidak ada pengaruh antara variabel dependent terhadap variabel independent

$H_a: T_{hitung} > T_{tabel}$  maka terdapat pengaruh antara variabel dependent terhadap variabel independent.

Cara mencari  $T_{Tabel}$ , sebagai berikut:

$$df = n - k = 50 - 4 = 46$$

$$\alpha = 5 \% = 0,05$$

Sehingga diperoleh  $df = 46$  dan  $\alpha 0,05$ .

Maka  $T_{Tabel}$  sebesar 2,012.

Keterangan :

$df = degree\ of\ freedom$

$n =$  jumlah responden

$k =$  jumlah variabel

**Tabel 4.9 Hasil Uji T**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-1,921	2,377		-,808	,423
	Kualitas Produk	,358	,070	,372	5,101	,000
	Lokasi	,260	,112	,252	2,314	,025
	Kemampuan Inovasi	,428	,085	,505	5,047	,000

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

a. Dependent Variable: Minat beli ulang

Sumber : Data diolah oleh peneliti, 2024

Berdasarkan hasil uji T diatas diketahui bahwa:

- a. Pengujian Kualitas Produk (X1) terhadap Minat Beli Ulang (Y), berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai sig. variabel kualitas produk  $< 0,05$ , yaitu sebesar  $0,000 > 0,05$  dan

nilai  $T_{Hitung} > T_{tabel}$  yaitu sebesar  $5,101 > 2,012$  . Maka dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

- b. Pengujian Lokasi (X2) terhadap Minat Beli Ulang (Y), berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai sig.

variabel lokasi  $> 0,05$ , yaitu sebesar  $0,025 < 0,05$  dan nilai  $T_{Hitung} > T_{tabel}$  yaitu sebesar  $2,314 < 2,012$ . Maka dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

- c. Pengujian kemampuan inovasi (X3) terhadap Minat Beli Ulang (Y), berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai sig. variabel kemampuan inovasi  $> 0,05$ , yaitu sebesar  $0,004 < 0,05$  dan nilai  $T_{Hitung} < T_{tabel}$  yaitu sebesar  $5,047 > 2,012$ . Maka dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

#### **D. Kesimpulan**

Sebagai penutup penelitian akhir ini akan merangkum kesimpulan dan saran yang dimana diharapkan bisa memberikan seluruh gambaran tentang hasil penelitian yang dilakukan terhadap tingkat loyalitas konsumen pada produk batik tulis Tanjung Bumi dengan jumlah sampel 50.

Kesimpulan yang bisa diambil berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dimana penulis melakukan penyebaran angket kepada 50 responden, serta sesuai

dengan pembahasan dan analisa data pada bab 4, yang dimana dapat ditarik kesimpulannya sebagai berikut:

1. Ada pengaruh terhadap kualitas produk
2. Ada pengaruh terhadap lokasi
3. Ada pengaruh kemampuan inovasi,
4. Ada pengaruh terhadap minat beli ulang batik tulis Tanjung Bumi.

#### **Saran**

- a. Bagi toko batik tulis Tanjung bumi

Berdasarkan temuan penelitian, variabel kualitas produk, lokasi, dan kemampuan inovasi memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di toko batik tulis Tanjung Bumi. Sebagai rekomendasi, diharapkan kepada pemilik toko untuk terus meningkatkan kualitas dalam setiap aspek tersebut dalam upaya pemasaran batik tulis.

- b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti diharapkan agar dapat mengembangkan dengan menggunakan variabel lain selain yang telah diteliti dalam penelitian ini,

sehingga penelitian ini nantinya akan berkembang dengan lebih baik lagi

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Made Yuda Sedana Putra<sup>1</sup>, J. S. (2021). Pengaruh Inovasi Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Breadtalk. *JURNAL DISTRIBUSI*, 55-68.
- Nurul oktaviyana, <sup>1</sup>. t. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga ,Lokasi Dan Kelengkapan Produk. *Jurnal Ilmiah Mandala Education (JIME)*, 2083-2090.
- SAIN, A. M. (n.d.). Pengaruh Kemampuan Inovasi Terhadap Kinerja (Studi pada UKM Batik Jumpyutan di Yogyakarta). 1-18.
- Siti Ainul Hidayah, R. A. (2019). ANALISIS Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Produk,. *Journal of Economic, Business and Engineering Vol. 1, No. 1 Oktober*, 24-31.
- Widyaningsih Putri Ariyanti<sup>1</sup>, H. H. (2022). Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Adminstrasi dan Pelayanan Publik*, 85-94.