

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian 1. Sejarah Singkat Perusahaan Xiaomi Redmi

Gambar 4.1
Logo Xiaomi Redmi



Xiaomi merupakan perusahaan yang berdiri pada tahun 2010 dan bergerak pada bidang teknologi, dengan produk unggulannya berupa *smartphone*. Xiaomi sendiri merupakan perusahaan elektronik swasta asal Cina dan berpusat di Beijing, yang didirikan oleh Lei Jun dan sekaligus CEO dari Xiaomi, yang secara cepat kini menjadi perusahaan teknologi terkemuka di dunia. Pada tahun 2018, perusahaan Xiaomi tercatat sebagai produsen *smartphone* terbesar ke-4 global yang merancang, mengembangkan, dan menjual telepon cerdas, aplikasi seluler dan elektronik.

Awalnya perusahaan tidak mempunyai gerai atau tempat untuk mengurangi biaya, perusahaan menjualnya secara langsung melalui toko online. Perusahaan memberi harga ponsel hampir setara dengan harga bahan baku. Dengan promosi iklan tradisional, mengandalkan jaringan social dan mulut ke mulut untuk memasarkannya, dalam beberapa tahun Xiaomi telah membuka 54 gerai dipasar Cina.

Smartphone keluaran Xiaomi menggunakan sistem operasi berbasis Android, meski diblang produk Cina namun berbeda dari segi kualitas, beberapa produknya

diproduksi oleh Foxconn, yaitu perusahaan perakit iPhone dan iPad milik Apple. Dengan logo singkatan “MI” yang berarti *Mobile Internet*, atau sering pula diartikan “*Mission Impossible*” karena setelah perusahaan berdiri banyak hambatan yang terlihat mustahil untuk dihadapi. Resmi dirilisnya smartphone Xiaomi 2011, Mi 1 dan Mi 2 dengan *firmware* berbasis Android pertama (MIUI), dengan Snapdragon S4 dari Qualcomm dengan RAM 2GB, pada tahun 2013 telah terjual lebih dari 10 juta unit.

Seiring berjalannya waktu Redmi telah berdiri sendiri dan berpisah dari perusahaan Xiaomi. Pemisahan lini produk ke dalam sub-brand berbeda telah menjadi trend dikalangan pabrikan ponsel Cina untuk melakukan differensiasi produk. Sebelum dipisah menjadi sub-brand tersendiri, Redmi merupakan lini produk *budget* dari Xiaomi. Karena diperkirakan kedepannya, Redmi bakal berfokus pada segmen kelas menengah kebawah. Dengan rilisnya ponsel pertama perusahaan Redmi yaitu smartphone Redmi Note7. Kemudian terus berkembang dan berhasil merilis ponsel terbarunya pada Oktober 2019, dinamai smartphone Redmi seri Note8 dengan 2 type, yaitu type Redmi Note8 dan Redmi Note8 Pro. Dengan desain yang keren dibekali 3 kamera belakang dan chipset yang bagus dikelasnya. Sebenarnya tidak jauh berbeda tapi untuk spesifikasi lebih unggul pada Note8 Pro, walaupun hampir sama tetapi ada perbedaan antar keduanya, sebagai berikut:

Tabel 4.1
Spesifikasi Smartphone Redmi Note8 dan Pro

	Redmi Note8	Redmi Note8 Pro
Layar	6,3 inci, piksel 1080x2340 dan rasio 19, 5:9	6,3 inci, IPS LCD piksel 1080 x 2340 dan rasio 19, 5:9
Bodi	Corning Gorilla Glass 5	Corning Gorilla Glass 5
Kamera	Kamera utama : Quad camera - 48MP bukaan f/1.8	Kamera utama: Quad camera - 64MP bukaan f/1.9 - 8MP bukaan f/2.2

	Redmi Note8	Redmi Note8 Pro
	- 8MP bukaan f/2.2 - 2MP bukaan f/2.4 Kamera depan: 13MP bukaan f/2.0	- 2MP bukaan f/2.4 Kamera depan: 20MP bukaan f/2.0
Memori	- RAM 4GB + 64GB - RAM 6GB + 64GB - RAM 6GB + 128 GB Dapat diperluas dengan microSD hingga 256 GB.	- RAM 6GB+64GB - RAM 6GB+128GB - RAM 8GB+128GB Dapat diperluas sampai 256GB
Prosesor	Qualcom Snapdragon 665	Mediatek Helio G90T
Sistem operasi	MIUI 10: Android 9.0 (pie)	MIUI 10: Android 9.0 (pie)
Fitur lain	Fingerprint (rear-mounted), accelerometer, gyro, proximity, compass	Fingerprint (rear-mounted), accelerometer, gyro, proximity, compass
Baterai	4.000 mAh, Fast battery charging 18 watt, dan Type-C.	4.500 mAh, Fast battery charging 18 watt, dan Type-C.

2. Visi Perusahaan

Visi dari Xiaomi yaitu “inovasi untuk semua orang” artinya percaya bahwa produk berkualitas tinggi dibangun dengan teknologi canggih dan harus dapat diakses semua orang.

3. Slogan

Adapun slogan dari Xiaomi yaitu “*Just For Fans*” yang berarti hanya untuk penggemar (fans). Karena setiap

langkah dari jalan dipimpin oleh penggemarnya, bisa disebut Mi Fans. Diantara stafnya, banyak yang awalnya penggemar dan mereka memutuskan untuk bergabung dengan Xiaomi. Tidak hanya memiliki tim yang penuh semangat tetapi juga sikap yang sama, yakni mengejar kesempurnaan tanpa henti.

B. Deskripsi Data Responden

1. Gambaran Umum Responden

Gambaran umum responden merupakan semua yang berkaitan dengan kondisi responden yang dapat memberi informasi dalam memahami hasil penelitian ini. Dengan ketentuan kriteria responden yaitu mahasiswa IAIN Kudus program studi Manajemen Bisnis Syari'ah tahun angkatan 2018 – 2020. Dengan penyebaran kuesioner kepada 85 responden diperoleh karakteristik yang dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, tahun angkatan dan pendapatan atau uang saku perbulan.

a. Jenis Kelamin

Hasil pengumpulan data responden guna mengetahui perbandingan jenis kelamin responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2
Statistik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki – Laki	37	43%
Perempuan	48	57%
Total	85	100%

Sumber : Hasil Olah Data Primer SPSS, 2021.

Berdasarkan keterangan tabel 4.2 diatas, diketahui bahwa laki – laki berjumlah 37 responden (43%) dan perempuan berjumlah 48 responden (57%), dari 85 responden mahasiswa IAIN Kudus program studi Manajemen Bisnis Syari'ah tahun angkatan 2018 – 2020.

b. Tahun Angkatan

Adapun data mengenai tahun angkatan sebanyak 85 responden adalah sebagai berikut :

Tabel 4.3
Statistik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan

No.	Tahun Angkatan	Jumlah	Presentase
1	2018	40	47%
2	2019	25	29%
3	2020	20	24%
Total		85	100%

Sumber : Hasil Olah Data Primer SPSS, 2021.

Menurut keterangan tabel diatas, dari 85 responden menunjukkan bahwa responden terbanyak adalah mahasiswa angkatan 2018 dengan presentase 47% berjumlah 40 orang dan angkatan 2019 dengan presentase 29% berjumlah 25 orang, kemudian angkatan 2020 dengan presentase 24% berjumlah 20 orang.

c. Pendapatan atau Uang Saku (Perbulan)

Adapun mengenai pendapatan atau uang saku dari responden, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4
Statistik Responden Berdasarkan Pendapatan (Perbulan)

No.	Pendapatan	Jumlah	Presentase
1	< 1.000.000	28	33%
2	1.000.000 – 2.000.000	38	44%
3	> 2.000.000	19	23%
Total		85	100%

Sumber : Hasil Olah Data Primer SPSS, 2021.

Berdasarkan tabel 4.4 dapat disimpulkan dari 85 responden mahasiswa IAIN Kudus program studi Manajemen Bisnis Syrai'ah tahun

2018 – 2020 menunjukkan bahwa 33% (28 mahasiswa) memiliki pendapatan < 1.000.000. kemudian 44% (38 mahasiswa) berpendapatan rata – rata 1.000.000 – 2.000.000 dan 23% (19 mahasiswa) memiliki pendapatan > 2.000.000 perbulannya.

d. Statistik Pengguna

Hasil data dari kuesioner pada google form dari 85 responden dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.5
Statistik Pengguna atau Pernah Menggunakan Hp Redmi

No	Pengguna atau Pernah Menggunakan Hp Redmi	Kuantitas	Presentase
1	Iya	85	100%
2	Tidak	0	0
	Jumlah	85	100%

Sumber : Hasil Olah Data Primer SPSS, 2021.

Pada tabel 4.5 diatas data mengenai pengguna atau pernah menggunakan hp dari merek Redmi. Dari 85 responden diketahui merupakan pengguna ataupun pernah menggunakannya, sehingga 100% dari responden telah memenuhi syarat.

C. Deskripsi Data Penelitian

1. Variabel Harga (X1)

Hasil jawaban responden yang diperoleh dari pernyataan kuesioner terhadap 85 mahasiswa IAIN Kudus program studi Manajemen Bisnis Syari'ah tahun 2018 sampai 2020 mengenai variabel harga, sebagai berikut:

Tabel 4.6
Frekuensi Variabel Harga

Item pernyataan	ST	%	T	%	N	%	S	%	S	%
X1.1	2	2,4 %	1	1,2 %	17	20 %	50	58,8 %	15	17,6 %
X1.2	1	1,2 %	1	1,2 %	16	18,8 %	56	65,9 %	11	12,9 %
X1.3	0	0%	4	4,7 %	35	41,2 %	35	41,2 %	1	1,2 %
X1.4	0	0%	1	1,2 %	23	27,1 %	52	61,2 %	9	10,6 %

Sumber : Hasil Olah Data Primer SPSS, 2021.

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan jawaban responden mengenai pernyataan variabel harga (X1), dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Pada item pernyataan pertama yaitu harga produk *smartphone* Redmi Note8 terjangkau untuk kalangan masyarakat. Responden yang menyatakan sangat tidak setuju ada 2 orang (2,4%), tidak setuju sebanyak 1 orang (1,2%), netral sebanyak 17 orang (20%), kemudian menyatakan setuju sebanyak 50 orang (58,8%) dan sangat setuju sebanyak 15 orang (17,6%).
- b. Pada item pernyataan kedua yaitu harga produk *smartphone* Redmi Note8 sesuai dengan kualitas yang diberikan *smartphone* tersebut. Responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1 orang (1,2%), tidak setuju sebanyak 1 orang (1,2%), netral sebanyak 16 orang (18,8%), kemudian setuju sebanyak 56 orang (65,9%) dan sangat setuju sebanyak 11 orang (12,9%).
- c. Pada item pernyataan ketiga yaitu *smartphone* Redmi Note8 memiliki harga yang mampu bersaing dengan produk *smartphone* lain. Responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 4 orang (4,7%), netral sebanyak 35 orang (41,2%), kemudian setuju

sebanyak 35 orang (41,2%) dan sangat setuju sebanyak 11 orang (12,9%).

- d. Pada item pernyataan ke-empat yaitu harga produk yang ditawarkan pada *smartphone* Redmi Note8 telah sesuai dengan manfaat yang didapatkan konsumen. Responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 orang (1,2%), netral sebanyak 23 orang (27,1%), kemudian setuju sebanyak 52 orang (61,2%) dan sangat setuju sebanyak 9 orang (10,6%).

2. Variabel Spesifikasi (X2)

Hasil jawaban responden yang diperoleh dari pernyataan kuesioner terhadap 85 mahasiswa IAIN Kudus program studi Manajemen Bisnis Syari'ah tahun 2018 sampai 2020 mengenai variabel spesifikasi, sebagai berikut:

Tabel 4.7
Frekuensi Variabel Spesifikasi

Item Pernyataan	STS	%	TS	%	N	%	S	%	SS	%
X2.1	9	10,6%	14	16,5%	27	31,8%	19	22,4%	16	18,8%
X2.2	6	7,1%	20	23,5%	23	27,1%	17	20%	19	22,4%
X2.3	7	8,2%	18	21,2%	25	29,4%	21	24,7%	14	16,5%
X2.4	6	7,1%	19	22,5%	21	24,7%	20	23,5%	19	22,4%
X2.5	6	7,1%	13	15,3%	27	31,8%	20	23,5%	19	22,4%

Sumber : Hasil Olah Data Primer SPSS, 2021.

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan jawaban responden mengenai pernyataan variabel spesifikasi (X2), dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Pada item pertama yaitu *smartphone* Redmi Note8 memiliki bentuk yang slim atau ramping dan mudah untuk dibawa kemana – mana. Responden yang menyatakan sangat tidak setuju ada 9 orang (10,6%), tidak setuju sebanyak 14 orang (16,5%), netral sebanyak 27 orang (31,8%), kemudian setuju sebanyak 19 orang (22,4%) dan sangat setuju sebanyak 16 orang (18,8%).
- b. Pada item kedua yaitu *smartphone* memiliki daya tahan atau keawetan yang baik bila digunakan

jangka panjang. Responden yang menyatakan sangat tidak setuju ada 6 orang (7,1%), tidak setuju sebanyak 20 orang (23,5%), netral sebanyak 23 orang (27,1%), kemudian menyatakan setuju sebanyak 17 orang (20%) dan sangat setuju sebanyak 19 orang (22,4%).

- c. Pada item ketiga yaitu produk *smartphone* Redmi Note8 mudah dicari atau ditemui dipasaran. Responden yang menyatakan sangat tidak setuju ada 7 orang (8,2%), tidak setuju sebanyak 18 orang (21,2%), netral sebanyak 25 orang (29,4%), kemudian menyatakan setuju sebanyak 21 orang (24,7%) dan sangat setuju sebanyak 14 orang (16,5%).
- d. Pada item ke-empat yaitu menyatakan menurut saya Redmi Note8 mampu memberi layanan yang terpercaya dan sesuai dengan harapan saya. Responden yang menyatakan sangat tidak setuju ada 6 orang (7,1%), tidak setuju sebanyak 19 orang (22,5%), netral sebanyak 21 orang (24,7%), kemudian menyatakan setuju sebanyak 20 orang (23,5%) dan sangat setuju sebanyak 19 orang (22,4%).
- e. Pada item kelima yaitu *smartphone* Redmi Note8 mempunyai desain mewah, kekinian dan elegan dengan RAM dan internal yang besar. Responden yang menyatakan sangat tidak setuju ada 6 orang (7,1%), tidak setuju sebanyak 13 orang (15,3%), netral sebanyak 27 orang (31,8%), kemudian menyatakan setuju sebanyak 20 orang (23,5%) dan sangat setuju sebanyak 19 orang (22,4%).

3. Variabel Citra Merek (X3)

Hasil jawaban responden yang diperoleh dari pernyataan kuesioner terhadap 85 mahasiswa IAIN Kudus program studi Manajemen Bisnis Syari'ah tahun 2018 sampai 2020 mengenai citra merek, sebagai berikut:

Tabel 4.8
Frekuensi Variabel Citra Merek

Item Pertanyaan	S T S	%	TS	%	N	%	S	%	S S	%
X3.1	6	7,1 %	13	15, 3%	1 5	17, 6%	2 4	28, 2%	2 7	31, 8%
X3.2	6	7,1 %	17	20 %	2 0	23, 5%	2 5	29, 4%	1 7	20 %
X3.3	6	7,1 %	11	12, 9%	1 6	18, 8%	2 5	29, 4%	2 7	31, 8%

Sumber : Hasil Olah Data Primer SPSS, 2021.

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan jawaban responden mengenai pernyataan variabel citra merek (X3), dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Pada item pertama yaitu “Redmi” merupakan merek smartphone yang mudah diingat dan dikenali banyak orang, baik dari logo, lambang dan lainnya. Responden yang menyatakan sangat tidak setuju ada 6 orang (7,1%), tidak setuju sebanyak 13 orang (15,3%), netral sebanyak 15 orang (17,6%), kemudian menyatakan setuju sebanyak 24 orang (28,2%) dan sangat setuju sebanyak 27 orang (31,8%).
- b. Pada item kedua yaitu *smartphone* merek Redmi terkenal akan kualitas yang baik dengan harga yang terjangkau. Responden yang menyatakan sangat tidak setuju ada 6 orang (7,1%), tidak setuju sebanyak 17 orang (20%), netral sebanyak 20 orang (23,5%), kemudian menyatakan setuju sebanyak 25 orang (29,4%) dan sangat setuju sebanyak 17 orang (20%).
- c. Pada item ketiga yaitu *smartphone* Redmi Note8 mempunyai ciri khas tertentu pada produknya dan member kesan positif pada konsumennya. Responden yang menyatakan sangat tidak setuju ada 6 orang (7,1%), tidak setuju sebanyak 11 orang (12,9%), netral sebanyak 16 orang (18,8%), kemudian menyatakan setuju sebanyak 25 orang (29,4%) dan sangat setuju sebanyak 27 orang (31,8%).

4. Variabel Minat Beli (Y)

Hasil jawaban responden yang diperoleh dari pernyataan kuesioner terhadap 85 mahasiswa IAIN Kudus program studi Manajemen Bisnis Syariah tahun 2018 sampai 2020 mengenai citra merek, sebagai berikut:

Tabel 4.9
Frekuensi Variabel Minat Beli

Item Pernyataan	STS	%	TS	%	N	%	S	%	SS	%
Y1	2	2,4%	11	12,9%	28	32,9%	32	37,6%	12	14,1%
Y2	1	1,2%	1	1,2%	15	17,6%	58	68,2%	10	11,8%
Y3	0	0%	6	7,1%	31	36,5%	39	45,9%	9	10,6%
Y4	1	1,2%	2	2,4%	9	10,6%	49	57,6%	24	28,2%

Sumber : Hasil Olah Data Primer SPSS, 2021.

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan jawaban responden mengenai pernyataan variabel minat beli (Y), dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Pada item pertama yaitu menyatakan smartphone Redmi Note8 adalah pilihan utama saya. Responden yang menyatakan sangat tidak setuju ada 2 orang (2,4%), tidak setuju sebanyak 11 orang (12,9%), netral sebanyak 28 orang (32,9%), kemudian menyatakan setuju sebanyak 32 orang (37,6%) dan sangat setuju sebanyak 12 orang (14,1%).
- b. Pada item kedua yaitu menyatakan bahwa saya akan merekomendasikan produk Redmi Note kepada teman, keluarga dan lainnya. Responden yang menyatakan sangat tidak setuju ada 1 orang (1,2%), tidak setuju sebanyak 1 orang (1,2%), netral sebanyak 15 orang (17,6%), kemudian menyatakan setuju sebanyak 58 orang (68,2%) dan sangat setuju sebanyak 10 orang (11,8%).
- c. Pada item ketiga yaitu menyatakan bahwa saya bersedia melakukan pembelian ulang pada pada produk *smartphone* Redmi Note8. Responden yang menyatakan tidak setuju sebanyak 6 orang (7,1%), netral sebanyak 31 orang (36,5%), kemudian menyatakan setuju

sebanyak 39 orang (45,9%) dan sangat setuju sebanyak 9 orang (10,6%).

- d. Pada item keempat yaitu setelah melihat iklan *smartphone* Redmi Note8 diberbagai media, saya akan mencari informasi lebih dalam tentang *smartphone* tersebut. Responden yang menyatakan sangat tidak setuju ada 1 orang (1,2%), tidak setuju sebanyak 2 orang (2,4%), netral sebanyak 9 orang (10,6%), kemudian menyatakan setuju sebanyak 49 orang (57,6%) dan sangat setuju sebanyak 24 orang (28,2%).

D. Hasil Uji Instrumen

1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur tingkat kebenaran suatu instrumen, atau valid tidak-nya instrumen penelitian. Suatu instrument atau pernyataan dapat dikatakan valid jika, $r_{hitung} >$ dari r_{tabel} dan sebaliknya jika $r_{hitung} <$ dari r_{tabel} dinyatakan tidak valid. Dalam menentukan r_{tabel} dengan perhitungan rumus *degree of freedom* (df) = $n - 2$, dengan tingkat signifikan 5% = 0,05 maka dapat diketahui nilai r_{tabel} .

a. Hasil Uji Validitas Instrumen Non Responden

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 30, dengan perhitungan rumus $df = n - 2$ yaitu $30 - 2 = 28$ dengan tingkat signifikan 5% = 0,05, maka diperoleh r tabel 0,361.

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Instrumen Non Responden

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Harga (X1)	H1	0,877	0,361	Valid
	H2	0,849	0,361	Valid
	H3	0,831	0,361	Valid
	H4	0,765	0,361	Valid
Spesifikasi (X2)	S1	0,829	0,361	Valid
	S2	0,805	0,361	Valid
	S3	0,785	0,361	Valid

	S4	0,801	0,361	Valid
	S5	0,808	0,361	Valid
Citra Merek (X3)	C1	0,789	0,361	Valid
	C2	0,808	0,361	Valid
	C3	0,872	0,361	Valid
Minat Beli (Y)	M1	0,860	0,361	Valid
	M2	0,889	0,361	Valid
	M3	0,916	0,361	Valid
	M4	0,836	0,361	Valid

Sumber : hasil olah data primer dari SPSS, 2021.

Berdasarkan data tabel 4.10 diatas, hasil pengujian data validitas menunjukkan masing- masing item memiliki nilai r-hitung yang lebih besar daripada r-tabel (0,361), yang artinya semua variabel bebas harga (X1), spesifikasi (X2), citra merek (X3) dan variabel terikat minat beli (Y) dapat dinyatakan valid.

b. Hasil Uji Validitas Instrumen Responden

Responden yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 85, dengan perhitungan rumus $df = n - 2$ yaitu $85 - 2 = 83$ dengan tingkat signifikansi $5\% = 0,05$, maka diperoleh r tabel 0,21.

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas Instrumen Responden

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Harga (X1)	H1	0,810	0,21	Valid
	H2	0,734	0,21	Valid
	H3	0,613	0,21	Valid
	H4	0,734	0,21	Valid
Spesifikasi (X2)	S1	0,726	0,21	Valid
	S2	0,839	0,21	Valid
	S3	0,801	0,21	Valid
	S4	0,822	0,21	Valid
	S5	0,522	0,21	Valid
Citra Merek (X3)	C1	0,915	0,21	Valid
	C2	0,877	0,21	Valid
	C3	0,898	0,21	Valid
	M1	0,777	0,21	Valid

Minat Beli (Y)	M2	0,639	0,21	Valid
	M3	0,790	0,21	Valid
	M4	0,661	0,21	Valid

Sumber : hasil olah data primer dari SPSS, 2021.

Berdasarkan data tabel 4.11 diatas, menunjukkan hasil pengujian data validitas pada setiap variabel dengan perolehan hasil berikut:

1) Harga

Variabel harga terdapat 4 item pernyataan, dengan hasil uji dinyatakan valid. Dibuktikan dari setiap item pernyataan dimana r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,21).

2) Spesifikasi

Variabel harga terdiri dari 5 item pernyataan, dengan hasil uji dinyatakan valid. Dibuktikan dari setiap item pernyataan dimana r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,21).

3) Citra Merek

Variabel harga terdiri dari 3 item pernyataan, dengan hasil uji dinyatakan valid. Dibuktikan dari setiap item pernyataan dimana r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,21).

4) Minat Beli

Variabel harga terdiri dari 4 item pernyataan, dengan hasil uji dinyatakan valid. Dibuktikan dari setiap item pernyataan dimana r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,21).

2. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui kestabilan pengujian indikator atau pernyataan dari suatu variabel. Dapat dinyatakan reliable apabila diperoleh nilai *cronbach's alpha* > 0,60 dalam uji statistik. Dan sebaliknya apabila *cronbach's alpha* < 0,60 dinyatakan tidak reliable. Berikut adalah hasil uji reliabilitas responden dan non responden.

a. Hasil Uji Reliabilitas Non Responden

Tabel 4.12

Hasil Uji Reliabilitas Non Responden

Variabel	Reliability Coefficiency	Cronbach's alpha	Keterangan
Harga (X1)	4 item	0,850	Reliable
Spesifikasi (X2)	5 item	0,860	Reliable
Citra Merek (X3)	3 item	0,754	Reliable
minatBeli (Y)	4 item	0,888	Reliable

Sumber : hasil olah data primer dengan SPSS, 2021.

Hasil data pada tabel 4.12, menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki cronbach's alpha $> 0,60$, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel meliputi harga (X1), spesifikasi (X2), citra merek (X3) dan minat beli (Y) dinyatakan reliable atau stabil.

b. Hasil Uji Reliabilitas Responden

Tabel 4.13

Hasil Uji Reliabilitas Responden

Variabel	Reliability Coefficiency	Cronbach's alpha	Keterangan
Harga (X1)	4 item	0,690	Reliable
Spesifikasi (X2)	5 item	0,797	Reliable
Citra Merek (X3)	3 item	0,878	Reliable
minatBeli (Y)	4 item	0,684	Reliable

Sumber : hasil olah data primer dengan SPSS, 2021.

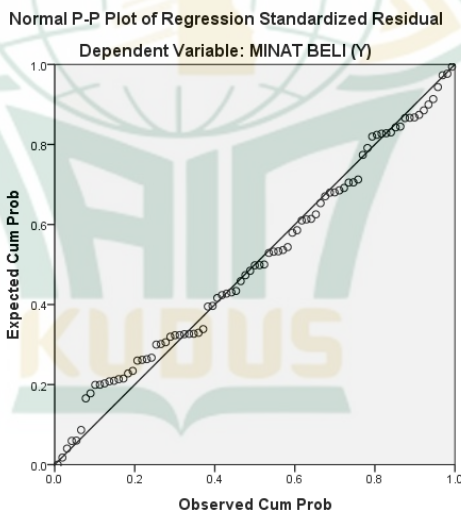
Hasil data pada tabel 4.13, menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki cronbach's alpha $> 0,60$, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel meliputi harga (X1), spesifikasi (X2), citra merek (X3) dan minat beli (Y) dinyatakan reliable atau stabil.

E. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan guna mengetahui apakah nilai residual terdistribusi secara normal ataupun tidak, jika nilai residual terdistribusi secara normal dapat dinyatakan regresi tersebut baik begitu juga sebaliknya. Pengambilan keputusan pada uji normalitas dengan melihat penyebaran data pada garis diagonal grafik *normal p-plot*, apabila titik-titik menyebar disekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka dinyatakan regresi tersebut terdistribusi dengan normal. Sebaliknya jika, titik-titik menyebar tidak terarah dan tidak mengikuti garis diagonal dapat dinyatakan regresi tidak berdistribusi normal. Hasil penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Gambar 4.2
Hasil Uji Normalitas Grafik *Normal Probability Plot*

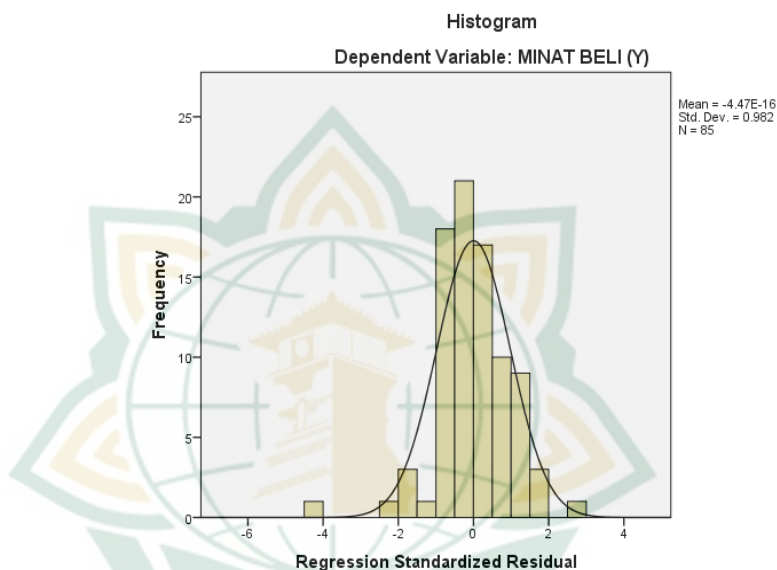


Sumber : hasil olah data primer SPSS, 2021.

Berdasarkan gambar diatas, dapat dilihat penyebaran titik-titik pada garis diagonal dari grafik tersebut. diketahui titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, mengacu pada prinsip normalitas maka dinyatakan model regresi berdistribusi secara normal.

Normalitas data juga dapat dilihat pada gambar grafik histogram berikut:

Gambar 4.3
Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram



Sumber : Hasil Olah Data Primer SPSS, 2021.

Berdasarkan gambar 4.3 tersebut merupakan grafik histogram yang garisnya menyerupai bentuk lonceng, dengan tingkat kemiringan yang cenderung seimbang baik sisi kanan dan kiri, yang mana residual data menyatakan bahwa harga, spesifikasi dan citra merek terdistribusi dengan normal. Maka data dinyatakan telah memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji suatu model regresi apakah terdapat penyimpangan atau korelasi antar variabel independen (bebas). Model regresi yang baik mestinya tidak terdapat korelasi antar variabel bebas. Adanya multikolinieritas dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF), apabila nilai *tolerance* > 0,1 dan VIF < 10 maka dapat disimpulkan tidak

terjadi adanya multikolinieritas. Hasil uji data dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.14
Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Harga (X1)	0.988	1.012
Spesifikasi (X2)	0.505	1.981
Citra Merek (X3)	0.507	1.973

Sumber : Hasil Olah Data Primer SPSS, 2021.

Dari tabel 4.14 Diketahui bahwa variabel harga memiliki nilai *tolerance* 0,988 > 0,1 dengan nilai VIF 1,012 < 10 artinya tidak ada korelasi. Dan pada variabel spesifikasi memiliki nilai *tolerance* 0,505 > 0,1 dengan nilai VIF 1,981 < 10 artinya tidak ada korelasi. Serta pada variabel citra merek mempunyai nilai *tolerance* 0,507 > 0,1 dengan nilai VIF 1,973 < 10 dan artinya tidak ada korelasi. Maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen terbebas dari multikolinieritas atau tidak ada korelasi antar variabel dalam penelitian ini.

3. Uji Autokorelasi

Autokorelasi dilakukan untuk menguji model regresi apakah terdapat korelasi (hubungan) antara residual pada periode t dengan residual pada periode sebelumnya ($t-1$). Untuk mengetahuinya ada atau tidaknya autokorelasi dapat dilakukan dengan pengujian *Durbin-Waston* (DW test). Dengan cara perhitungan *Durbin-Waston* (d) dibandingkan nilai d -tabel pada signifikan $\alpha=0,05$. Dan d -tabel memiliki nilai batas atas (du) dan batas bawah (dl), kemudian n (jumlah sampel) dan nilai k (jumlah pada variabel). Berikut merupakan tabel hasil autokorelasi:

Tabel 4.15
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.573 ^a	.391	.380	2.167	1.761

a. Predictors: (Constant), CITRA MEREK , HARGA , SPESIFIKASI

b. Dependent Variable: MINAT BELI

Sumber : Hasil Olah Data Primer SPSS, 2021.

Pada tabel 4.15 diatas, diketahui hasil nilai d (*durbin-waston*) sebesar 1,761. Kemudian berdasarkan d -tabel dicari dengan dengan rumus $df = n - k$, dimana jumlah sampel sebanyak 85 ($n = 85$), dan jumlah variabel independen sebanyak 3 ($k = 3$) dengan nilai signifikasi 5% ($\alpha = 0,05$), maka diperoleh nilai d_l sebesar 1,575 dan d_u sebesar 1,721. Pada prinsip autokorelasi menyatakan $d_u < d < 4 - d_l$, hasilnya diperoleh $1,721 < 1,761 < 2,425$ nilai 2,425 didapatkan dari $4 - d_l$ (1,575). Maka dari perbandingan tersebut dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi dan dapat diterima. Adapun dapat dilakukan alternatif pengujian selanjutnya dengan uji *Run test*. Dengan ketentuan nilai Asymp. Sig. $> 0,05$ dinyatakan tidak terjadi autokorelasi dan begitu juga sebaliknya. Berikut merupakan hasil uji *run test* pada tabel:

Tabel 4.16
Hasil Uji *Run Test*
Runs Test

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	-.01091
Cases < Test Value	42
Cases >= Test Value	43
Total Cases	85
Number of Runs	36
Z	-1.636
Asymp. Sig. (2-tailed)	.102

a. Median

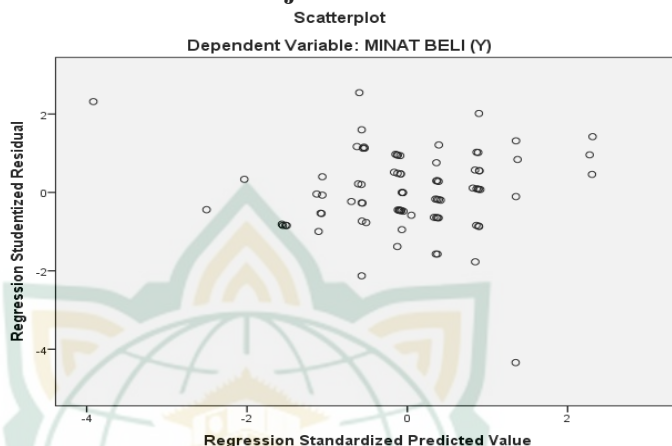
Sumber : Hasil Olah Data Primer SPSS, 2021.

Pada tabel diatas, diketahui hasil uji *run test* dengan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,102 > 0,05. Dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi pada model regresi.

4. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan guna menguji *variance* dari residual pada periode pengamatan ke periode lainnya, apakah terdapat perbedaan atau tidaknya. Untuk mengetahuinya dengan melihat hasil grafik *scatterplot*, dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas apabila hasil grafik tidak terdapat pola yang jelas dan titik-titiknya menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Adapun hasilnya dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 4.4
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Hasil Olah Data Primer SPSS, 2021.

Pada gambar 4.4 diatas, hasil dari grafik *scatterplot* menunjukkan penyebaran titik-titik data yang tidak membentuk suatu pola dan titiknya tidak berkumpul diatas atau dibawah, akan tetapi juga menyebar secara acak disekitaran angka 0 pada sumbu Y. Sehingga dapat dinyatakan tidak ada heteroskedastisitas pada model regresi dan layak untuk digunakan.

F. Hasil Analisis Data

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan dalam mengetahui seberapa besar kemungkinan pengaruh antar variabel bebas (harga, spesifikasi dan citra merek) terhadap variabel terikat (minat beli) smartphone Redmi Note8 pada Mahasiswa IAIN Kudus program studi Manajemen Bisnis Syari'ah. Hasil uji pengolahan data dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.17
Hasil Uji Analisis Regresi Lineier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8.740	1.882		4.645	.000
HARGA	.414	.115	.375	3.615	.001
SPESIFIKASI	.009	.073	.017	.117	.907
CITRA MEREK	-.011	.099	-.017	-.114	.909

a. Dependent Variable: MINAT BELI

Sumber : Hasil Olah Data Primer SPSS, 2021.

Berdasarkan tabel 4.17 diatas, nilai koefisien regresi terdapat pada kolom unstandardized coefficients sub kolom B. Dari hasil tersebut dapat dirumuskan persamaan regresi dalam penelitian ini yaitu:

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

$$Y = 8,740 + 0,414 X_1 + 0,009 X_2 + -0,011 X_3 + e$$

Keterangan:

Y = minat beli

a = konstanta

b₁ = koefisien regresi harga dengan minat beli smartphone

b₂ = koefisien regresi spesifikasi dengan minat beli smartphone

b₃ = koefisien regresi citra merek dengan minat beli smartphone

X₁ = harga

X₂ = spesifikasi

X₃ = citra merek

e = standar error atau faktor lain diluar riset.

Dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Diketahui nilai konstanta menunjukkan angka sebesar 8,740 artinya jika variabel harga, spesifikasi dan citra merek diabaikan atau sama dengan nol maka minat pembelian nilainya sebesar 8,740.
- b. Koefisien regresi dari variabel harga (X1) diperoleh nilai sebesar 0,414. Hal tersebut berarti bahwa apabila harga mengalami peningkatan sebesar 1% maka minat pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 0,414%. Koefisien bernilai positif artinya terdapat hubungan positif antara harga dengan minat beli, dengan harga yang terjangkau akan mempengaruhi minat beli seseorang.
- c. Koefisien regresi dari spesifikasi (X2) diperoleh nilai sebesar 0,09. Hal tersebut berarti bahwa apabila spesifikasi mengalami peningkatan 1% maka minat pembelian juga akan mengalami peningkatan 0,09%. Koefisien bernilai positif artinya terdapat hubungan positif antara spesifikasi dengan minat beli, semakin baik spesifikasi pada smartphone maka semakin meningkat juga minat beli seseorang.
- d. Koefisien regresi dari citra merek (X3) diperoleh nilai sebesar -0,011. Hal tersebut berarti bahwa apabila spesifikasi mengalami peningkatan 1% maka minat pembelian juga akan mengalami peningkatan 0,011%. Koefisien bernilai negatif artinya tidak terdapat hubungan antara citra merek dengan minat beli. Semakin baik citra merek maka semakin meningkat juga minat beli seseorang.

2. Uji t Parsial

Uji t parsial atau pengujian secara individual dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas (harga, spesifikasi, citra merek) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (minat beli). Dapat diketahui dengan membandingkan antara t-hitung dengan t-tabel. Tabel distribusi t ditentukan dengan rumus $df = n - k - 1$, yaitu $85 - 3 - 1 = 81$ dengan tingkat signifikan 0,05 atau 5% diperoleh t-tabel 1,989. Apabila nilai t-hitung $>$ t-tabel maka disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima, sebaliknya jika nilai t-hitung $<$ t-tabel maka disimpulkan

Ho diterima dan Ha ditolak. Hasil uji dalam penelitian ini dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 4.18
Hasil Uji t (Parsial)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T _{hitung}	T _{tabel}	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	8.740	1.882		4.645		.000
HARGA (X1)	.414	.115	.375	3.615	1,989	.001
SPESTIFIKASI (X2)	.009	.073	.017	.117	1,989	.907
CITRA MEREK (X3)	-.011	.099	-.017	-.114	1,989	.909

a. Dependent Variable: MINAT BELI (Y)

Sumber : Hasil Olah Data Primer SPSS, 2021.

Berdasarkan tabel berikut dapat dijelaskan:

a. Pengaruh harga terhadap minat beli

Variabel harga diketahui nilai t-hitung > t-tabel ($3,615 > 1,989$) atau nilai signifikan < a ($0,001 < 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli smartphone Redmi Note8.

b. Pengaruh spesifikasi terhadap minat beli

Variabel spesifikasi diketahui nilai t-hitung < t-tabel ($0,117 < 1,989$) atau nilai signifikan > a ($0,907 > 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel spesifikasi berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat beli smartphone Redmi Note8.

c. Pengaruh citra merek terhadap minat beli

Variabel citra merek diketahui nilai t-hitung < t-tabel ($-0,114 < 1,989$) atau nilai signifikan > a ($0,909 >$

0,05). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel citra merek tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli smartphone Redmi Note8.

3. Uji f (Koefisien Regresi Secara Simultan)

Uji f (simultan) dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas yaitu harga (X1), spesifikasi (X2), citra merek (X3) secara simultan atau bersama – sama terhadap variabel terikat minat beli (Y). Kemudian cara mengetahuinya dengan membandingkan nilai antara F-hitung dengan F-tabel. Tabel distribusi F diperoleh dengan rumus $df = n - k - 1$, dimana (n) merupakan jumlah sampel dan (k) jumlah dari variabel bebas, $df = 85 - 3 - 1$ yaitu 81 dengan tingkat signifikansi 0,05 atau 5%, dan diperoleh F-tabel sebesar 2,717. Apabila F-hitung $>$ Ftabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sebaliknya jika F-hitung $<$ F-tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Adapun hasil uji dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.19
Hasil Uji F (Simultan)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regres sion	62.297	3	20.766	4.42 2	.000 ^b
Residu al	380.409	81	4.696		
Total	442.706	84			

a. Dependent Variable: MINAT BELI (Y)

b. Predictors: (Constant), CITRA MEREK (X3), HARGA (X1), SPESIFIKASI (X2)

Sumber : Hasil Olah Data Primer SPSS, 2021.

Dari tabel diatas, diketahui F-hitung sebesar 4,422 dan diperoleh F-tabel sebesar 2,717. Maka $4,422 > 2,717$ dengan tingkat signifikan $0,00 < 0,05$ dapat diartikan H_0 ditolak dan H_a diterima. Demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas yaitu harga (X1), spesifikasi (X2) dan citra merek (X3) secara

bersama – sama atau simultan terhadap minat beli (Y) smartphone Redmi Note8 pada mahasiswa IAIN Kudus program studi Manajemen Bisnis Syari'ah angkatan 2018-2020. Sehingga sehingga dinyatakan hipotesis penelitian dapat diterima.

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui tingkat presentase yang menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel bebas (harga, spesifikasi, citra merek) memberikan kontribusi terhadap variabel terikat (minat beli) secara serentak atau simultan. Semakin besar koefisien determinansi, maka presentase perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan variabel bebas (X) akan makin tinggi, begitu juga sebaliknya. Berikut merupakan hasil uji koefisien determinasi dengan SPSS 23.

Tabel 4.20
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.573 ^a	.391	.380	2.167

a. Predictors: (Constant), CITRA MEREK (X3), HARGA (X1), SPESIFIKASI (X2)

b. Dependent Variable: MINAT BELI (Y)

Sumber : Hasil Olah Data Primer SPSS, 2021.

Dari hasil pengujian pada tabel 4.20 diatas diketahui nilai koefisien determinasi terdapat dalam kolom (R Square) dengan perolehan angka sebesar 0,391 jika dipresentasikan menjadi 39,1%. Demikian dapat diartikan bahwa minat beli smartphone Redmi Note8 pada mahasiswa IAIN Kudus program studi Manajemen Bisnis Syari'ah dipengaruhi oleh variabel harga, spesifikasi dan citra merek sebesar 39,1%. Sedangkan sisanya 60,9% (100% -39,1%) dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

G. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil pengujian dengan metode statistik, selanjutnya yaitu pembahasan mengenai hasil pengujian data tersebut. Hasilnya menunjukkan bahwa secara simultan variabel harga (X1), spesifikasi (X2) dan citra merek (X3) berpengaruh terhadap minat beli (Y). Adapun penjelasan mengenai hipotesis dalam riset ini sebagai berikut:

1. Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Smartphone Redmi Note8 pada Mahasiswa IAIN Kudus Program Studi Manajemen Bisnis Syari'ah Angkatan 2018 Sampai 2020

Berdasarkan hasil riset menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga dengan minat beli smartphone Redmi Note8 pada mahasiswa IAIN Kudus prodi Manajemen Bisnis Syari'ah. Diketahui nilai t_{hitung} sebesar 3,615 dan t_{tabel} sebesar 1,989 dengan nilai signifikan 0,001 kurang dari 0,05 dari taraf signifikan. Maka nilai t_{hitung} 3,615 > t_{tabel} 1,989 sehingga disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

Nilai koefisien regresi variabel harga sebesar 0,414 dan koefisien tersebut positif, dari setiap kenaikan variabel harga mengalami perubahan peningkatan 0,414. Berdasarkan riset tersebut menunjukkan bahwa harga merupakan salah satu factor yang mempengaruhi minat beli smartphone pada mahasiswa.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Umar Bakti, Hairudin dan Maria Septijantini Alie yang berjudul "*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada Dibandar Lampung*" dari hasil uji t diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 6,235 > t_{tabel} 1,661 dengan nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil tersebut maka dinyatakan harga berpengaruh positif terhadap minat beli toko online lazada dan dapat diterima.¹ Pemberian harga yang tinggi tentunya

¹ Umar Bakti, Hairudin Dan Maria Septijantini Alie, "*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada Dibandar Lampung*", Jurnal Ekonomi, Vol. 22, No. 1, Februari 2020, 115

harus dapat dipercaya akan kualitasnya. Demikian apabila harga yang diberikan terjangkau akan sangat mempengaruhi minat beli pada konsumennya.

2. Pengaruh Spesifikasi Terhadap Minat Beli Smartphone Redmi Note8 pada Mahasiswa IAIN Kudus Program Studi Manajemen Bisnis Syari'ah Angkatan 2018 Sampai 2020

Spesifikasi yang dibahas cenderung kedalam kualitas pada smartphone, menurut Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah (LKPP), spesifikasi ialah karakteristik secara keseluruhan dari produk/jasa yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang dinyatakan secara tertulis.

Dari hasil riset diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,09, kemudian dari hasil uji t pada variabel spesifikasi diketahui nilai $t_{hitung} 0,117 < t_{tabel} 1,989$ dengan nilai signifikan 0,907 lebih dari 0,05 atau 5% dan nilai koefisien regresi memberikan nilai yang positif sebesar 0,09. Berdasarkan hasil uji, maka dapat disimpulkan bahwa variabel spesifikasi berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap minat beli smartphone Redmi Note8.

Penelitian ini menguatkan penelitian yang telah dilakukan oleh Guen Anjelia Powa, Joyce Lopian dan Rudy S. Wenas mengenai "*Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Handphone Pada Mahasiswa FEB UNSRAT*" pada variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap minat beli konsumen handphone oleh mahasiswa FEB Unsrat. Hasil uji diperoleh $t_{hitung} 1,397 < t_{tabel} 1,985$ dengan tingkat signifikansi sebesar 1,66 yang lebih besar dari 0,05 yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak atau kualitas tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Artinya setiap mahasiswa tidak dipengaruhi oleh kualitas, hal tersebut bukan karena produk tidak berkualitas akan tetapi pasaran handphone sudah banyak yang memiliki kualitas seperti fitur, desain dan perangkat didalamnya.² Kemungkinan spesifikasi yang

² Guen Anjelia Powa, S.I.H.V. Joyce Lopian Dan Rudy S. Wenas, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Word Of Mouth Terhadap Minat*

ada pada produk tidak jauh berbeda ataupun lebih unggul sedikit di atasnya, tetapi ada perubahan desain pada smartphone ini dengan bentuk yang lebih modern sehingga dirasa dapat mempengaruhi minat seseorang.

3. Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Smartphone Redmi Note8 pada Mahasiswa IAIN Kudus Program Studi Manajemen Bisnis Syari'ah Angkatan 2018 Sampai 2020

Berdasarkan hasil riset didapatkan nilai koefisien regresi variabel citra merek sebesar $-0,11$, kemudian diperoleh nilai $t_{hitung} -0,114$ kurang dari $t_{tabel} 1,989$ dengan nilai signifikan $0,909$ lebih besar dari $0,05$ atau 5% taraf signifikan. Berdasarkan hasil uji nilai koefisien regresi memberikan nilai negatif sebesar $-0,11$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli smartphone Redmi Note8.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Siti Nurhayati mengenai "*Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Yogyakarta*" hasilnya menunjukkan bahwa citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dibuktikan dari hasil uji t diperoleh nilai signifikan sebesar $0,673$ dengan taraf signifikan $0,05$ atau 5% , sehingga $0,673 > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya keputusan pembelian HP Samsung tidak dipengaruhi oleh citra merek, konsumen cenderung memutuskan membeli bukan karena citra merek melainkan faktor-faktor lainnya.³

Berbeda dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Lili Salfina dan Heza Gusri tentang "*Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Pakaian Anak – Anak Studi Kasus Toko Risky Dan Afdal Pariaman*" hasilnya menunjukkan bahwa citra merek memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli. Hasil uji

Beli Konsumen Handphone Pada Mahasiswa FEB UNSRAT, Jurnal EMBA, Vol.6, No.3, Juli 2018, 1194-1195

³ Siti Nurhayati, *Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Yogyakarta*, JMBA, Vol.4, No.2, 2017, 66-67

t diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,213, t_{tabel} 1,660 dengan taraf signifikan 5%, yaitu $(4,213 > 1,660)$ dengan sig $(0,000 < 0,05)$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima atau citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pakaian anak-anak pada toko Risky dan Afdal Plaza Pariaman.⁴ Demikian disimpulkan bahwa minat seseorang tidak hanya dipengaruhi oleh citra, melainkan faktor lain yang lebih menarik simpati seseorang akan produk tersebut. Pada produk Redmi, seseorang cenderung lebih berminat pada kualitasnya sesuai dengan harga yang ditawarkan.

4. Pengaruh Harga, Spesifikasi dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Smartphone Redmi Note8 pada Mahasiswa IAIN Kudus Program Studi Manajemen Bisnis Syari'ah Angkatan 2018 Sampai 2020

Minat beli merupakan suatu sikap seseorang atau perilaku yang timbul sebagai keinginan seseorang dalam melakukan pembelian terhadap sesuatu. Penelitian yang telah dilakukan peneliti hasilnya menunjukkan bahwa secara simultan variabel harga, spesifikasi dan citra merek memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli smartphone Redmi Note8.

Hal tersebut dibuktikan dari hasil olah data statistik yang didapatkan besarnya nilai konstanta 8,740 yang berarti bahwa jika variabel bebas dianggap tetap, maka terjadi peningkatan sebesar 8,740. Dengan demikian, semakin meningkatnya ketiga variabel bebas (harga, spesifikasi dan citra merek) maka terjadi pula peningkatan pada minat beli smartphone Redmi Note8.

Berdasarkan hasil riset didapatkan F-hitung sebesar 4,422 dan diperoleh F-tabel sebesar 2,717. Maka $4,422 > 2,717$ dengan tingkat signifikan $0,00 < 0,05$ dapat *diantikan* H_0 ditolak dan H_a diterima. Demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas yaitu harga, spesifikasi dan citra merek secara

⁴ Lili Salfina Dan Heza Gusri, *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Pakaian Anak – Anak Studi Kasus Toko Risky Dan Afdal Pariaman*, Jurnal Indovisi, Vol.1, No.1, 2018, 96-98

bersamaan atau simultan terhadap minat beli smartphone Redmi Note8 pada mahasiswa IAIN Kudus program studi Manajemen Bisnis Syari'ah angkatan 2018-2020.

