

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Gambaran Objek Penelitian

#### 1. Sejarah Tanama Cell

Gambar 4. 1 Logo Tanama Cell



Tanama Cell merupakan usaha yang di bentuk dan didirikan oleh mas sidqi purwanto atau dikenal juga mas purwa. Mas purwa awalnya adalah seorang karyawan disebuah pabrik, seiring berjalannya waktu pendapatan dari pabrik dirasa cukup untuk memenuhi kebutuhan pribadinya. Dan dari situlah mas Purwa di tahun 2017 mencoba mendirikan sebuah usaha counter Hp didesa desa Kelet, Kecamatan Keling, Kabupaten Jepara. Tanama Cell sendiri yang melakukan bisnis penjualan handphone dan penjualan pulsa all operator di Desa Kelet, Keling, Jepara menyediakan berbagai jenis merek hanphone dan isi pulsa dan aksesoris lainnya, Tanama Cell juga memberikan promo, diskon dan masih banyak lagi. Tanama Cell memberikan bantuan kepada konsumen dalam mencari produk heanphone, informasi kuota dan lain sebagainya.

Sistem pemasaran melalui online maupun offline via online melalui media massa memposting di Facebook, Instagram maupun yang lainnya. Sedangkan via offline yaitu dengan cara menjual langsung dikonter, yang buka setiap hari mulai pukul 08:00-17:00 WIB dan buka kembali setelah magrib sampai pukul 21:00 WIB.

#### 2. Letak Geografis Tanama Cell

Tanama Cell beralamat Jl. Terminal Kelet, Komplek Pertokoan Sebelah Barat Pasar Kelet, Desa Kelet, Kecamatan

Keling, Kabupaten Jepara, Jawa Tengah, Telepon :  
085867567992, Kode Pos : 59454

## B. Karakteristik Responden

Subyek penelitian ini ialah konsumen yang membeli HP Samsung di Tanama Cell Kelet Jepara. 100 responden akan diberikan kuesioner dalam keadaan baik. Kriteria konsumen yang dipakai berupa pekerjaan, usia, kelamin dan nama.

### 1. Jenis Kelamin

**Tabel 4. 1 Gambaran Umum Jenis Kelamin Responden**

| No     | Jenis Kelamin | Jumlah | Persentase (%) |
|--------|---------------|--------|----------------|
| 1      | Laki-laki     | 39     | 39,0%          |
| 2      | Perempuan     | 61     | 61,0%          |
| Jumlah |               | 100    | 100%           |

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Statistics 23

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 39 atau 39%, sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 61 atau 61%. Artinya konsumen yang melakukan pembelian HP Samsung di Tanama Cell Kelet Jepara di dominasi oleh konsumen berjenis kelamin perempuan.

### 2. Usia

**Tabel 4. 2 Gambaran Umum Usia Responden**

| No     | Usia Responden | Jumlah | Persentase (%) |
|--------|----------------|--------|----------------|
| 1      | 17-21 tahun    | 39     | 39,0%          |
| 2      | 22-24 tahun    | 46     | 46,0%          |
|        | >24 tahun      | 15     | 15,0%          |
| Jumlah |                | 100    | 100%           |

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Statistics 23

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah responden yang berusia 17-21 Tahun berjumlah 39 atau 39%, responden yang berusia 22-24 Tahun berjumlah 46 atau 46%. Sedangkan responden yang berusia >24 Tahun berjumlah 15 atau 15%. Artinya konsumen yang melakukan pembelian HP Samsung di Tanama Cell Kelet Jepara di dominasi oleh konsumen yang berusia 22-24 Tahun.

3. Pekerjaan

**Tabel 4. 3 Gambaran Umum Pekerjaan Responden**

| No     | Pekerjaan Responden | Jumlah | Persentase (%) |
|--------|---------------------|--------|----------------|
| 1      | Wiraswasta/Pedagang | 7      | 7,0 %          |
| 2      | Karyawan Swasta     | 12     | 12,0%          |
| 3      | Pegawai Negeri      | 2      | 2,0%           |
| 4      | Pelajar/Mahasiswa   | 59     | 59,0%          |
| 5      | Lain-lain           | 20     | 20,0%          |
| Jumlah |                     | 100    | 100%           |

Sumber : Hasil Olah Data dengan SPSS Statistics 23

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah responden dengan jenis pekerjaan, responden yang bekerja sebagai Wiraswasta/Pedagang berjumlah 7 atau 7%, responden yang bekerja sebagai Karyawan Swasta berjumlah 12 atau 12%, responden yang bekerja sebagai Pegawai Negeri berjumlah 2 atau 2%, responden yang bekerja sebagai Pelajar/Mahasiswa berjumlah 59 atau 59%, Sedangkan responden yang bekerja sebagai Lain-lain berjumlah 20 atau 20%. Artinya konsumen yang melakukan pembelian HP Samsung di Tanama Cell Kelet Jepara di dominasi oleh konsumen yang bekerja sebagai Pelajar/Mahasiswa.

**C. Deskripsi Angket**

**1. Variabel Periklanan (X1)**

**Tabel 4. 4 Deskripsi Angket Tentang Variabel Periklanan (X1)**

| Item | STS (1) | %    | TS (2) | %    | N (3) | %     | S (4) | %     | SS (5) | %     |
|------|---------|------|--------|------|-------|-------|-------|-------|--------|-------|
| X1.1 | 1       | 1,0% | 1      | 1,0% | 28    | 28,0% | 42    | 42,0% | 28     | 28,0% |
| X1.2 | 2       | 2,0% | 0      | 0%   | 20    | 20,0% | 47    | 47,0% | 31     | 31,0% |
| X1.3 | 1       | 1,0% | 2      | 2,0% | 19    | 19,0% | 32    | 32,0% | 46     | 46,0% |

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS Statistics 23

- a. Item X1.1, 1,0% responden menyatakan sangat tidak setuju, 1,0% menyatakan tidak setuju, 28,0% menyatakan netral, 42,0% menyatakan setuju dan 28,0% menyatakan sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memilih setuju di item pernyataan apakah anda setuju bahwa iklan handphone Samsung di Tanama Cell mempunyai misi yang bagus.

- b. Item X1.2, 2,0% responden menyatakan sangat tidak setuju, 0% menyatakan tidak setuju, 20,0% menyatakan netral, 47,0% menyatakan setuju dan 31,0% menyatakan sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memilih setuju di item pernyataan Apakah anda setuju bahwa pesan yang di sampaikan di Tanama Cell sesuai dengan handphone Samsung tersebut.
- c. Item X1.3, 1,0% responden menyatakan sangat tidak setuju, 2,0% menyatakan tidak setuju, 19,0% menyatakan netral, 32,0% menyatakan setuju dan 46,0% menyatakan sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memilih sangat setuju di item pernyataan Apakah anda setuju bahwa iklan handphone Samsung pada media memiliki daya tarik.

**2. Variabel Citra Merek (X2)**

**Tabel 4. 5 Deskripsi Angket Tentang Variabel Citra Merek (X2)**

| Item | STS (1) | %    | TS (2) | %     | N (3) | %     | S (4) | %     | SS (5) | %     |
|------|---------|------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|-------|
| X2.1 | 1       | 1,0% | 3      | 3,0%  | 13    | 13,0% | 36    | 36,0% | 47     | 47,0% |
| X2.2 | 1       | 1,0% | 1      | 1,0%  | 20    | 20,0% | 34    | 34,0% | 44     | 44,0% |
| X2.3 | 2       | 2,0% | 10     | 10,0% | 29    | 29,0% | 32    | 32,0% | 27     | 27,0% |

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS Statistics 23

- a. Item X2.1, 1,0% responden menyatakan sangat tidak setuju, 3,0% menyatakan tidak setuju, 13,0% menyatakan netral, 36,0% menyatakan setuju dan 47,0% menyatakan sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memilih sangat setuju di item pernyataan Produk handphone Samsung yang saya pakai dibuat oleh perusahaan yang mempunyai reputasi yang baik.
- b. Item X2.2, 1,0% responden menyatakan sangat tidak setuju, 1,0% menyatakan tidak setuju, 20,0% menyatakan netral, 34,0% menyatakan setuju dan 44,0% menyatakan sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memilih sangat setuju di item pernyataan Produk handphone Samsung cocok digunakan untuk semua kalangan.
- c. Item X2.3, 2,0% responden menyatakan sangat tidak setuju, 10,0% menyatakan tidak setuju, 29,0% menyatakan netral, 32,0% menyatakan setuju dan 27,0% menyatakan

sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memilih setuju di item pernyataan Produk handphone Samsung lebih banyak dipilih oleh banyak orang.

### 3. Variabel Kualitas Pelayanan (X3)

**Tabel 4. 6 Deskripsi Angket Tentang Variabel Kualitas Pelayanan (X3)**

| Item | STS<br>(1) | %    | TS<br>(2) | %    | N<br>(3) | %     | S<br>(4) | %     | SS<br>(5) | %     |
|------|------------|------|-----------|------|----------|-------|----------|-------|-----------|-------|
| X3.1 | 1          | 1,0% | 2         | 2,0% | 45       | 45,0% | 31       | 31,0% | 21        | 21,0% |
| X3.2 | 2          | 2,0% | 1         | 1,0% | 29       | 29,0% | 44       | 44,0% | 24        | 24,0% |
| X3.3 | 1          | 1,0% | 3         | 3,0% | 32       | 32,0% | 38       | 38,0% | 26        | 26,0% |
| X3.4 | 1          | 1,0% | 3         | 3,0% | 27       | 27,0% | 43       | 43,0% | 26        | 26,0% |
| X3.5 | 2          | 2,0% | 3         | 3,0% | 32       | 32,0% | 39       | 39,0% | 24        | 24,0% |

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS Statistics 23

- a. Item X3.1, 1,0% responden menyatakan sangat tidak setuju, 2,0% menyatakan tidak setuju, 45,0% menyatakan netral, 31,0% menyatakan setuju dan 21,0% menyatakan sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memilih netral di item pernyataan Apakah handphone merek Samsung selalu tersedia di Tanama Cell.
- b. Item X3.2, 2,0% responden menyatakan sangat tidak setuju, 1,0% menyatakan tidak setuju, 29,0% menyatakan netral, 44,0% menyatakan setuju dan 24,0% menyatakan sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memilih setuju di item pertanyaan Apakah karyawan di Tanama Cell memiliki kecepatan, ketepatan dan pelayanan yang ramah.
- c. Item X3.3, 1,0% responden sangat tidak setuju, 3,0% tidak setuju, 32,0% netral, 38,0% setuju dan 26,0% sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memilih setuju di item pernyataan Apakah karyawan di Tanama Cell cepat tanggap dalam menyelesaikan keluhan costumer.
- d. Item X3.4, 1,0% responden menyatakan sangat tidak setuju, 3,0% menyatakan tidak setuju, 27,0% menyatakan netral, 43,0% menyatakan setuju dan 26,0% menyatakan sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memilih setuju di item pernyataan Apakah

karyawan di Tanama Cell mempunyai komunikasi yang baik dengan costumer.

- e. Item X3.5, 2,0% responden menyatakan sangat tidak setuju, 3,0% menyatakan tidak setuju, 32,0% menyatakan netral, 39,0% menyatakan setuju dan 24,0% menyatakan sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memilih setuju di item pernyataan Apakah karyawan di Tanama Cell memberikan perhatian dengan setulus hati dalam melayani costumer.

#### 4. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

**Tabel 4. 7 Deskripsi Angket Tentang Variabel Keputusan Pembelian (Y)**

| Item | STS<br>(1) | %    | TS<br>(2) | %    | N<br>(3) | %     | S<br>(4) | %     | SS<br>(5) | %     |
|------|------------|------|-----------|------|----------|-------|----------|-------|-----------|-------|
| Y.1  | 2          | 2,0% | 3         | 3,0% | 27       | 27,0% | 42       | 42,0% | 26        | 26,0% |
| Y.2  | 2          | 2,0% | 3         | 3,0% | 20       | 20,0% | 44       | 44,0% | 31        | 31,0% |
| Y.3  | 1          | 1,0% | 1         | 1,0% | 28       | 28,0% | 37       | 37,0% | 33        | 33,0% |
| Y.4  | 4          | 4,0% | 4         | 4,0% | 20       | 20,0% | 27       | 27,0% | 45        | 45,0% |

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS Statistics 23

- a. Item Y.1, 2,0% responden sangat tidak setuju, 3,0% tidak setuju, 27,0% netral, 42,0% setuju dan 26,0% sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memilih setuju di item pernyataan Saya membeli handphone Samsung di Tanama Cell karena sesuai dengan kebutuhan akan produk handphone.
- b. Item Y.2, 2,0% responden sangat tidak setuju, 3,0% tidak setuju, 20,0% netral, 44,0% setuju dan 31,0% sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memilih setuju di item pertanyaan Saya membeli handphone Samsung karena memiliki banyak keunggulan dibanding merek lain.
- c. Item Y.3, 1,0% responden sangat tidak setuju, 1,0% tidak setuju, 28,0% netral, 37,0% setuju dan 33,0% sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memilih setuju di item pernyataan Saya membeli handphone Samsung karena memperoleh informasi positif tentang merek tersebut.
- d. Item Y.4, 4,0% responden sangat tidak setuju, 4,0% tidak setuju, 20,0% netral, 27,0% setuju dan 45,0% sangat setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas



responden memilih sangat setuju di item pernyataan Saya membeli handphone Samsung karena pernah memilikinya.

#### D. Uji Instrumen Penelitian

uji instrumen dijalankan di setiap item pertanyaan untuk mengetahui apakah instrumen layak digunakan untuk melakukan pengujian hipotesis ataupun tidak.

##### 1. Uji Validitas

Validitas diartikan dengan ukuran yang menampilkan kesahihan atau keandalan instrumen. Instrumen yang kurang valid memperlihatkan kerendahan validitasnya.<sup>1</sup> Dari penelitian ini, diperoleh ( $df=100-3$ ) yaitu ( $df=97$ , dengan Sig.0,05) dimana  $r$  tabelnya sebesar (0,166). Dasar pengambilan keputusannya yaitu jika  $r$  hitung  $\geq r$  tabel maka dapat dinyatakan valid dan sebaliknya jika  $r$  hitung  $\leq r$  tabel maka dinyatakan tidak valid.

Analisis validitas dalam penelitian ini tersaji dalam tabel berikut:

**Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas**

| Variabel                | Item | Pearson Correlation | R tabel | Keterangan |
|-------------------------|------|---------------------|---------|------------|
| Periklanan (X1)         | X1.1 | 0,680               | 0,166   | Valid      |
|                         | X1.2 | 0,496               | 0,166   |            |
|                         | X1.3 | 0,573               | 0,166   |            |
| Citra Merek (X2)        | X2.1 | 0,633               | 0,166   | Valid      |
|                         | X2.2 | 0,641               | 0,166   |            |
|                         | X2.3 | 0,417               | 0,166   |            |
| Kualitas Pelayanan (X3) | X3.1 | 0,713               | 0,166   | Valid      |
|                         | X3.2 | 0,747               | 0,166   |            |
|                         | X3.3 | 0,758               | 0,166   |            |
|                         | X3.4 | 0,777               | 0,166   |            |
|                         | X3.5 | 0,815               | 0,166   |            |
| Keputusan Pembelian (Y) | Y.1  | 0,516               | 0,166   | Valid      |
|                         | Y.2  | 0,707               | 0,166   |            |
|                         | Y.3  | 0,659               | 0,166   |            |
|                         | Y.4  | 0,620               | 0,166   |            |

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS Statistics 23

<sup>1</sup> Imam Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan, dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: MPI UIN-SUKA, 2017), 70.

Melalui hal ini bisa dinyatakan bahwasannya item pertanyaan semanya valid karena masing-masing item pertanyaan memiliki  $r$  hitung  $\geq r$  tabel (0,166) dan bernilai positif.

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas mengacu pada konsistensi pengukuran dimana hasilnya akan serupa meskipun dalam waktu yang berlainan. Teknik yang dipakai ialah *Cronbach Alpha* melalui bantuan program SPSS. Dasar pengambilan keputusannya yaitu apabila nilai *Cronbach Alpha*  $< 0,7$ , maka dinyatakan kurang reliabel, sedangkan jika nilai *Cronbach Alpha*  $\geq 0,7$  maka dinyatakan reliabel.<sup>2</sup>

Analisis reliabilitas penelitian ini tersaji dalam tabel berikut:

**Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas**

| Variabel                | Reliability Coeffisien s | Cronbanch' s Alpha | Alpha | Keterangan |
|-------------------------|--------------------------|--------------------|-------|------------|
| Periklanan (X1)         | 3 Item                   | 0,752              | 0,60  | Reliabel   |
| Citra Merek (X2)        | 3 Item                   | 0,730              | 0,60  | Reliabel   |
| Kualitas Pelayanan (X3) | 5 Item                   | 0,905              | 0,60  | Reliabel   |
| Keputusan Pembelian (Y) | 4 Item                   | 0,805              | 0,60  | Reliabel   |

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS Statistics 23

Melalui tabel diatas didapatkan hasil bahwasannya tiap-tiap variabel Periklanan (X1) memiliki *Cronbanch' s Alpha* 0,752, variabel Citra Merek (X2) memiliki *Cronbanch' s Alpha* 0,730, variabel Kualitas Pelayanan (X3) memiliki *Cronbanch' s Alpha* 0,905 dan variabel Keputusan Pembelian (Y) memiliki *Cronbanch' s Alpha* 0,805. Melalui hal ini nilai *Cronbanch' s Alpha* setiap variabel  $> 0,70$ . Hal ini berarti seluruh variabel dinyatakan reliabel.

<sup>2</sup> Imam Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2005), 46.



## E. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Multikolinieritas

Uji ini dipakai untuk memahami mengenai hubungan yang ada dalam variabel independen. Dalam model regresi. Multikolinieritas menjelaskan hubungan antara sesama variabel independen.

Uji yang bisa dilakukan yaitu dengan memperhatikan korelasi diantara variabel independen dan perhitungan nilai tolerance dan VIF. Ketika dasar pengambilan keputusannya yaitu menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai tolerance  $< 0,10$  atau sama dengan nilai VIF  $> 10$ . Apabila nilai tolerance  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10$ , maka tidak terjadi multikolinieritas pada persamaan regresi penelitian.<sup>3</sup>

Hasil pengujian mengenai multikolinieritas melalui bantuan SPSS didapatkan nilai toleransi dan VIF berikut:

**Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinieritas**

| Variabel           | Toleransi | VIF   | Kesimpulan                      |
|--------------------|-----------|-------|---------------------------------|
| Periklanan         | 0,405     | 2,469 | Tidak Terjadi Multikolonieritas |
| Citra Merek        | 0,498     | 2,010 | Tidak Terjadi Multikolonieritas |
| Kualitas Pelayanan | 0,397     | 2,518 | Tidak Terjadi Multikolonieritas |

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS Statistics 23

Hasil yang didapatkan dalam uji ini mengenai variabel kualitas pelayanan, citra perusahaan dan sistem bagi hasil mempunyai nilai tolerance masing-masing sebesar: 0,405, 0,498, 0,397. Hasil ini memperlihatkan bahwasannya nilai tolerance di setiap variabel  $> 0,10$ . Dimana nilai VIFnya disetiap variable yaitu: 2,469, 2,010, 2,518. Hasil ini memperlihatkan bahwasannya nilai VIF setiap variabel  $< 10$ , simpulan yang bisa diambil yaitu dalam model regresi ini tidak terjadi multikolinieritas.

<sup>3</sup> Musliakatun Mashadi, *Akuntabilitas Manajemen Organisasi Nirbala Studi Aplikatif Pada Yayasan Pendidikan*, (Wonosobo:gaceindo,2019), 58.

**2. Uji Normalitas**

Tujuan dijalankannya uji ini yaitu untuk memahami nilai perbedaan yang terdapat dalam model regresi berdistribusi normal ataupun tidak. Melalui pengujian program SPSS dan kolmogorov-smirnov dengan dasar pengambilan keputusannya yaitu:

- a. Jika nilai probability sig 2 tailed  $\geq 0,05$ , maka distribusi data normal.
- b. Jika nilai probability sig 2 tailed  $< 0,05$ , maka distribusi data tidak normal.<sup>4</sup>

**Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas**

|            |                         |
|------------|-------------------------|
|            | Unstandardized Residual |
| Exact. Sig | 0,142                   |

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS Statistics 23

Nilai sig. Dalam uji normalitas ini ialah  $0,142 > 0,05$  dan hal ini berarti model regresi berdistribusi normal.

**3. Uji Heteroskedastisitas**

Tujuan dijalankannya uji ini yaitu untuk memahami terjadinya ketidaksesuaian variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji ini memanfaatkan metode uji Glejser, dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Apabila nilai koefisien parameter untuk variabel independent memiliki nilai sig  $\leq 0,05$ ; maka model regresi terdapat heteroskedastisitas.
- b. Apabila nilai koefisien parameter untuk variabel independent memiliki nilai sig  $> 0,05$ ; maka model regresi tidak terdapat heteroskedastisitas.<sup>5</sup>

**Tabel 4. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

| Variabel    | Sig   | Kesimpulan                |          |
|-------------|-------|---------------------------|----------|
| Periklanan  | 0,179 | Tidak Heteroskedastisitas | Terdapat |
| Citra Merek | 0,717 | Tidak Heteroskedastisitas | Terdapat |

<sup>4</sup> Imam Machali, *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan, dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: MPI UIN-SUKA, 2017), 85.

<sup>5</sup> Slamet Riyanto, Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*, 209.

|                    |       |                           |          |
|--------------------|-------|---------------------------|----------|
| Kualitas Pelayanan | 0,022 | Tidak Heteroskedastisitas | Terdapat |
|--------------------|-------|---------------------------|----------|

Sumber: Hasil Olah Data dengan SPSS Statistics 23

Tabel di atas memperlihatkan bahwasannya nilai signifikansi seluruhnya  $> 0,05$  dan ini memperlihatkan tidak adanya heteroskedastisitas dalam model regresi.

## F. Teknik Analisis Data

### 1. Analisis regresi linier berganda

Analisis ini dilakukan untuk menganalisis hubungan antara dua atau lebih variabel independent ( $X_1$   $X_2$   $X_3$ ) dengan satu variabel ( $Y$ ).<sup>6</sup> Berikut hasil analisis regresi berganda yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS.

**Tabel 4. 13 Hasil Uji Regresi Linier**

#### Coefficients<sup>a</sup>

| Model                | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|                      | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1 (Constant)         | 1.729                       | 1.187      |                           | 1.457 | .149 |
| Periklanan.X1        | .414                        | .141       | .288                      | 2.926 | .004 |
| CitraMerek.X2        | .203                        | .119       | .151                      | 1.702 | .092 |
| KualitasPelayanan.X3 | .349                        | .080       | .433                      | 4.349 | .000 |

a. Dependent Variable: KeputusanPembelian.Y

Melihat situasi ini, disadari bahwa koefisien Citra Merek ( $X_2$ ) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ). Pengaruh Periklanan ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ), mempengaruhi Keputusan Pembelian ( $Y$ ). Selain itu, untuk melihat apakah teori yang diajukan dalam situasi tersebut, disadari bahwa Citra Merek ( $X_2$ ) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ). Variabel Periklanan ( $X_1$ ) dan Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ). kemudian hipotesis diuji dengan memanfaatkan uji t dan F demi memahami hipotesis yang diberikan dalam penelitian ini diterima atau tertolak.

<sup>6</sup> Wiranta Sujarweni dan Polly Endrayanto, *Statistika Untuk Penelitian* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), 88.

## 2. Pengujian Hipotesis Simultan (Uji f)

Uji f dijalankan guna memahami pengaruh dari semua variabel independen secara bersamaan terhadap variabel dependennya.

Dasar diambilnya keputusan adalah sebagai berikut.

- Jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  atau probabilitas ( $\geq 0,05$ ) maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
- Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau probabilitas ( $\leq 0,05$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Untuk mencari  $f_{tabel}$ nya dierikan rumus berikut:

$$f_{tabel} = f(k ; n - k)$$

Keterangan :

k = jumlah variabel bebas

n = jumlah responden

$f_{tabel} = f(k ; n - k)$

$= f(3 ; 100 - 3)$

$= f(3 ; 97)$

$f_{tabel} = 2,70$

**Tabel 4. 14 Hasil Uji F**

ANOVAa

| Model        | Sum of Squares | Df | Mean Square | F      | Sig.  |
|--------------|----------------|----|-------------|--------|-------|
| 1 Regression | 553.992        | 3  | 184.664     | 52.730 | .000b |
| Residual     | 336.198        | 96 | 3.502       |        |       |
| Total        | 890.190        | 99 |             |        |       |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian.Y

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan.X3, CitraMerek.X2, Periklanan.X1

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji F dapat dilihat dari nilai  $F_{hitung}$  pada tabel ANOVA yaitu diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 52,730 dan sig. 0,000. Hasil ini lebih besar jika dibandingkan dengan  $F_{tabel}$  (pada df 3 diperoleh nilai  $F_{tabel} = 2,70$ ) dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05, yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel Periklanan, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan secara serempak terhadap keputusan pembelian pada *handphone* merek samsung di tanama cell kelet jepara.

**3. Hipotesis Parsial (Uji t)**

Uji t dijalankan untuk melihat pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.

Dasar diambilnya keputusan yaitu.

- a. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- b. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.<sup>7</sup>

Sebelum menghitung  $t_{hitung}$ , berikut ini merupakan langkah-langkah untuk memperoleh nilai  $t_{tabel}$  dalam penelitian:

$$\begin{aligned}
 t_{tabel} &= t(a/2 ; n-k-1) \\
 &= t(0,05/2 ; 100-3-1) \\
 &= (0,025 ; 96) \\
 &= 1,988
 \end{aligned}$$

**Tabel 4. 15 Hasil Uji t**

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model                | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|                      | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1(Constant)          | 1.729                       | 1.187      |                           | 1.457 | .149 |
| Periklanan.X1        | .414                        | .141       | .288                      | 2.926 | .004 |
| CitraMerek.X2        | .203                        | .119       | .151                      | 1.702 | .092 |
| KualitasPelayanan.X3 | .349                        | .080       | .433                      | 4.349 | .000 |

a. Dependent Variable: KeputusanPembelian.Y

Berikut adalah hasil dari uji t pada tabel diatas yang mencakup variabel Periklanan, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan:

- a. Pada variabel Periklanan, nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $2,928 > 1,988$  dan nilai signifikansi pada variabel Periklanan sebesar  $0,004 < 0,05$ , sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Maka variabel Periklanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dalam perspektif syariah pada handphone merek samsung di tanama cell kelet jepara.
- b. Pada variabel Citra Merek, nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $1,702 < 1,988$  dan nilai signifikansi pada variabel Citra Merek sebesar  $0,092 > 0,05$ , sehingga  $H_0$  diterima dan  $H_2$  ditolak. Maka variabel Citra Merek tidak berpengaruh terhadap

<sup>7</sup> Amri Amir, dkk, *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Penerapannya* (Bogor: IPB Press, 2009), 110.

keputusan pembelian dalam perspektif syariah pada handphone merek samsung di tanama cell kelet jepara.

- c. Pada variabel Kualitas Pelayanan, nilai t<sub>hitung</sub> sebesar 4,349 > 1,988 dan nilai signifikansi pada variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,000 < 0,05, sehingga H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>3</sub> diterima. Maka variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dalam perspektif syariah pada handphone merek samsung di tanama cell kelet jepara.

**4. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Uji ini dipakai untuk memahami persentase perubahan variabel dependen yang disebabkan variabel independen melalui pengujian nilai R Square dalam tabel berikut.

**Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi**

**Model Summary**

| Model | R     | R Square | Adjusted Square | RStd. Error of the Estimate |
|-------|-------|----------|-----------------|-----------------------------|
| 1     | .789a | .622     | .611            | 1.871                       |

- a. Predictors: (Constant), KualitasPelayanan.X3, CitraMerek.X2, Periklanan.X1

Dari tabel di atas, dapat dinyatakan angka R<sup>2</sup> (R Square) sebesar 0,622 dengan presentase 62,2%. Hal ini memperlihatkan bahwasannya presentase variabel periklanan, citra merek dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian sebesar 62,2%, sehingga terdapat selisih antara 100% - 62,2% sisanya sebesar 37,8% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian kali ini.

**G. Pembahasan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Periklanan, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Pada Handphone Merek Samsung di Tanama Cell Kelet Jepara.

**1. Pengaruh Periklanan terhadap Keputusan Pembelian Pada Handphone Merek Samsung di Tanama Cell Kelet Jepara.**

Hasil penelitian dari variabel periklanan dapat disimpulkan bahwa, nilai t<sub>hitung</sub> sebesar 2,928 > 1,988 dan nilai signifikansi pada variabel Periklanan sebesar 0,004 < 0,05, sehingga H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima. Maka variabel Periklanan berpengaruh



positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *handphone* merek samsung di tanama cell kelet jepara.

Hal ini mengartikan bahwasannya seringnya iklan diketahui konsumen meningkatkan keputusan pemeliannya. Iklan yang baik akan menjelaskan mengenai isi dan tujuan dari iklan itu sendiri. Selain itu adanya iklan harus menarik perhatian konsumen.

Secara umum periklanan ialah untuk menyampaikan pesan kepada konsumen mengenai segala macam sesuatu yang dapat dipasarkan, seperti sesuatu yang informatif, mengingatkan, membujuk serta dapat memuaskan keinginan dan memenuhi kebutuhan konsumen.<sup>8</sup>

Hasil ini sesuai dengan penelitian Femi Andriani “Pengaruh Iklan dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen TokoPedia (Studi Kasus Pada Pelanggan TokoPedia di Jabodetabek)” yang menyatakan bahwa Iklan merupakan komponen yang mempengaruhi secara signifikan terhadap keputusan pembelian TokoPedia, hal ini dibuktikan dengan nilai variabel Iklan bahwa  $T_{hitung} 3,764 > T_{tabel} 1,985$  dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ .

## 2. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Pada *Handphone* Merek Samsung di Tanama Cell Kelet Jepara.

Hasil penelitian dari variabel citra merek dapat disimpulkan bahwa, nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $1,702 < 1,988$  dan nilai signifikansi pada variabel Citra Merek sebesar  $0,092 > 0,05$ , sehingga  $H_0$  diterima dan  $H_2$  ditolak. Maka variabel Citra Merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada *handphone* merek samsung di tanama cell kelet jepara.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek yang terdiri atas indikator Citra Pembuat “*Corporate Image*”, Citra Produk atau Konsumen “*Produk Image*”, Citra Pemakai “*User Image*”, tidak mempengaruhi tingkat keputusan pembelian *handphone* merek Samsung di Tanama Cell Kelet Jepara. Hal ini disebabkan karena konsumen bisa saja tidak terlalu memperhatikan citra merek yang ditawarkan oleh pihak

---

<sup>8</sup> Deni Dwi Prasetyo, Edy Yulianto dan Sunarti, “Pengaruh Iklan Secara Online Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pada Mahasiswa Pengguna Produk Telkomsel Internet 4G LTE),” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* 41, No. 1 (2016): 172.

Tanama Cell terhadap *handphone* samsung, karena mereka para konsumen sudah percaya kalau *handphone* samsung sudah memiliki kualitas dan harga yang sangat baik.

Hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan penelitian sebelumnya yang pernah diteliti oleh Winda Larika dan Sri Ekowati dengan judulnya “Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Oppo” menyatakan bahwa variabel citra merek, harga dan promosi memiliki nilai sig  $0.000 < 0.005$  dan menjelaskan bahwasannya  $H_0$  diterima.

### 3. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Pada *Handphone* Merek Samsung di Tanama Cell Kelet Jepara.

Hasil penelitian dari variabel kualitas pelayanan dapat disimpulkan bahwa, nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $4,349 > 1,988$  dan nilai signifikansi pada variabel Kualitas Pelayanan sebesar  $0,000 < 0,05$ , sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Maka variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada *handphone* merek samsung di tanama cell kelet jepara.

Tanama Cell menyajikan pelayanan yang baik, diawali dengan penyambutan kepada konsumen saat memasuki toko oleh pegawai dan memberikan bantuan kepada konsumendengan ramah dalam mencari produk yang diharapkan sampai kepada ketika konsumen melakukan pembayaran dikasir dan pegawai mengucapkan terimakasih. Hal ini dijalankan karena menganggap kualitas pelayanan merupakan hal yang penting dalam mendukung keputusan pembelian konsumen terhadap produk di tanama cell.

Sumarwan mengartikan Kualitas pelayanan dengan seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh. Terdapat dua faktor yang mempengaruhi kualitas layanan yaitu pelayanan yang diharapkan dan pelayanan yang dirasakan.<sup>9</sup> Tjiptono sendiri menjelaskan bahwasannya Kualitas pelayanan

---

<sup>9</sup> Meilina Boediono, Sonata Christian dan Dewi Mustikasari Immanuel, “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sealantwax,” *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* 3, No. 1 (2018): 93.

adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.<sup>10</sup>

Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang pernah diteliti oleh Femi Andriani dengan judulnya “Pengaruh Iklan dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen TokoPedia (Studi Kasus Pada Pelanggan TokoPedia di Jabodetabek)” menyatakan bahwa variabel Iklan (X1) dan variabel Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai variabel Iklan bahwa  $T_{hitung} 3,764 > T_{tabel} 1,985$  dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  dan variabel Kualitas Pelayanan nilai  $T_{hitung} 8,478 > T_{tabel} 1,985$  dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ , yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

#### 4. Pengaruh Periklanan, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Pada *Handphone* Merek Samsung di Tanama Cell Kelet Jepara.

Hasil pengujian simultan variabel independen pada uji  $f$  menunjukkan hasil bahwa periklanan, citra merek dan kualitas pelayanan secara simultan memberi pengaruh atas keputusan pembelian pada *handphone* merek samsung di tanama cell kelet jepara. Berdasarkan hasil pengujian, nilai  $f$  hitung dinilai sebesar 52,730 dan sig. 0,000. Hasil ini lebih besar jika dibandingkan dengan  $F_{tabel}$  (pada  $df$  3 diperoleh nilai  $F_{tabel} = 2,70$ ) dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05, yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan variabel Periklanan, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan secara serempak terhadap keputusan pembelian pada *handphone* merek samsung di tanama cell kelet jepara. Temuan ini valid secara statistik.

Masing-masing variabel periklanan, citra merek dan kualitas pelayanan secara bersama-sama mempunyai pengaruh sebesar 0,622 dengan presentase 62,2% terhadap keputusan pembelian dalam perspektif syariah pada *handphone* merek samsung di tanama cell kelet jepara. Hal tersebut berdasarkan nilai  $R$  Square (0,622) pada koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang diketahui berdasarkan hasil dari analisis data pada regresi linear

---

<sup>10</sup> Nurmin Arianto dan Briani Dewi Astri Octavia, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian,” *Jurnal Disrupsi Bisnis* 4, No. 2 (2021): 100.

berganda. Ini berarti bahwa sisanya sebesar 37,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

