BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Laptop HP

Laptop HP adalah salah satu perusahaan teknologi informasi terbesar didunia. Hewlett-Packard dibangun oleh dua orang yang bernama Bill Hewlett dan Dave Packard pada tahun 1939 yang berkantor di Palo Alto, California Amerika Serikat. Perusahaan HP memiliki keberadaan yang global dalam bidang komputasi, percetakan, dan gambaran digital dan juga menjual perangkat lunak dan pelayanan jasa lainnya. [70]

Perusahaan HP didirikan hanya dengan modal $538. Nama Hewlett-Packard berasal dari nama masing-masing pendiri. Pada tahun 1934, Hewlett mendapat gelar B.A (Bachelor of Arts) nya dari Stanford University. Gelar masternya dalam bidang Electrical Engineering, ia dapat dari Massachusetts Institude of Tecnhology (MIT) pada tahun 1936. Dan 3 tahun kemudian Hewlett menerima gelar Insinyur dari Stanford University.[71]

Tahun 1947, Hewlett pergi ke Palo Alto. Ia mulai bekerja di perusahaan yang dia dirikan bersama David Packard yaitu Hewlet- Packard Company, dan menjabat sebagai wakil presiden di Hewlett

[70] https://id.wikipedia.org/wiki/Hewlett-Packard#Alumni_Associations diakses pada 17 Juli 2019 puku. 09.34 WIB.

[71] https://prettybabyweb.wordpress.com/2017/04/25/perkembangan-laptop-hp-dari-tahun-ke-tahun/ diakses pada 17 Juli 2019 puku. 09.39 WIB.

Packard.company. Tahun 1940 Dengan berkembangnya HP Company,Bill Hewlett dan Dave Packard menciptakan konsep manajemen yang terkenal terbuka dengan budaya perusahaan HP dan mempengaruhi bagaimana sejumlah perusahaan teknologi nantinya akan melakukan bisnis. HP pindah dari garasi belakang apartemen Dave ke bangunan sewaan di Page MillRoad dan El Camino Real di Palo Alto. Pada bulan Juni 1940, perusahaan ini catatan amalnya untuk sumbangan pertama sebesar $ 5 untuk badan amal lokal**.**

Tahun 1947 HP mulai memasuki medan gelombang mikro dengan generator sinyal dikembangkan untuk Naval Research Laboratory dan perangkat radar-jamming. Pada akhir perang, HP membuat keputusan penting untuk melanjutkan di bidang microwave, bagian ini dengan cepat menjadi saham yang penting dan pertumbuhan bisnis perusahaan, HP terdepan dalam generator sinyal. HP resmi didirikan pada tanggal 18 Agustus 1947. Dave sebagai presiden, Bill sebagai wakil presiden. Katalog fitur HP 39 produk, dan dave mengatakan peserta dipameran perdagangan New York, “kemunculan HP untuk masa depan sangat menjanjikan”.

Pada tahun 1959 HP menjadi perusahaan global. Sebagai hasil dari perjalanan jerih payah Bill,perusahaan membentuk organisasi pemasaran Eropa di Jenewa, Swiss, dan sebuah pabrik manufaktur di Boeblingen, Jerman. Dari dasar ini, HP terus memperluas operasi Eropa. Tahun 1960 HP terus ekspansi di luar negeri, membentuk beberapa cabang perusahaan. Pada awal dekade mengembang ke Asia dengan perusahaan patungan Jepang.

DiAS, HP membuka pabrik pertama di luar Palo Alto. HP memasuki pasar Asia dan bentuk joint venture pertama, Yokogawa Hewlett-Packard (YHP), di Tokyo, Jepang, dengan Yokogawa Electric Works. Pada 1963, penjualan luar negeri sudah dihitung untuk 18 persen dari bisnis HP, pasar asing terbesar adalah Eropa Barat, Kanada. Hewlett-Packard produktif menciptakan berbagai alat seperti PDA (Personal Digital Assistant), printer, komputer dan lainnya. Kini, barang-barang produksi Hewlett-Packard banyak digunakan oleh orang-orang di seluruh dunia. Tahun 1966 Laboratorium HP didirikan sebagai fasilitas penelitian pusat perusahaan dan mulaisejarah panjang sebagai salah satu pusat terkemukan di dunia penelitian komersial.Pada awal HP Labolatorium bidang utama penelitian mencakup fisika keadaan padat,elektronik fisik, elektronik, dan instrumen elektronik medis dan kimia.

Tahun 1980 HP menjadi pemain utama dalam industri komputer pada tahun 1980-an dengan berbagai macam komputer,yakni mulai dari mesin desktop untuk portabel untuk minicomputers kuat. HPjuga menghubungkan komputer dengan instrumen elektronik dan produk medis dan analitis, membuat mereka lebih cepat dan lebih kuat. HP memungkinkan pengguna untuk mengaktifkan fitur pada PC mereka hanya denganmenyentuh layar ketika memperkenalkan komputer pertama pribadi yang touchscreen,HP-150. Bill Hewlett diberikan National Medal of Science, tertinggi kehormatan ilmiah bangsa,”Untuk prestasi pionir dalam penciptaan dan pembuatan perangkat elektronik dansemi-konduktor dan instrumen

pengujian elektronik." Hal ini disampaikan kepadanyaoleh Presiden Reagan pada upacara Gedung Putih pada tanggal 27 Februari 1985.

Tahun 1987 HP Labs insinyur mengembangkan media film tipis membuat disk magnetik 3,5-inciyang disediakan 10 MB penyimpanan dan peluncuran HP ke dalam mekanismepenyimpanan massa OEM (original equipment manufacturer) bisnis. Tahun 1998 HP memperkenalkan pertama Jornada PDA (personal digital assistant). The Jornada820 PC palmtop menjalankan Windows CE sebagai sistem operasinya. Pada awal abad ke-21, HP fokus pada penyederhanaan pengalaman teknologi bagisemua pelanggan, dari konsumen individu untuk bisnis terbesar. Dengan portofolioyang mencakup percetakan, personal komputer, perangkat lunak, layanan daninfrastruktur TI, HP tumbuh menjadi perusahaan teknologi terbesar di dunia.

Pada tanggal 3 Mei 2002, HP menyelesaikan transaksi merger dengan Compaq Computer Corp baru HP adalah penyedia global terkemuka produk, teknologi, solusi dan layanan kepada konsumen dan bisnis. HP menawarkan infrastruktur TI, komputasi personal dan perangkat akses, layanan global, imaging dan printing. Hingga saat ini HP bersaing dengan para pesaing utama antara lain Dell, Gateway, Inc, Lenovo, Sony, Toshiba, Acer, dan lain-lain.[72]

[72] https://rosidaindahoktaviani.wordpress.com/2018/02/18/sejarah-berdirinya-hawlett-packard-company/ diakses pada 17 Juli 2019 pukul 09.34 WIB

2. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) adalah salah satu fakultas yang ada di Institut Agama Islam Negeri Tulungagung. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) berdiri pada tahun 2013 bertepatan dengan alih statusnya Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Tulungagung menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung. Hingga tahun 2018 ini, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) mempunyai 6 jurusan atau prodi, yaitu:

1) Perbankan Syariah (PS)
2) Ekonomi Syariah (ES)
3) Akuntansi Syariah (AKS)
4) Manajemen Zakat dan Wakaf (MAZAWA)
5) Manajemen Bisnis Syariah (MBS)
6) Manajemen Keuangan Syariah (MKS)

a. Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

1) Visi

Terwujudnya fakultas yang mampu bersaing di tingkat nasional dalam pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam berbasis ekonomi kreatif pada tahun 2019.

2) Misi

a) Menyelenggarakan pendidikan ilmu ekonomi dan bisnis Islam secara teoritik dan praktik.

b) Menyelenggarakan penelitian dan pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam yang mampu menjawab problem ekonomi masyarakat.

c) Menyelenggarakan pengabdian masyarakat yang bertumpu pada pemberdayaan ekonomi masyarakat.

d) Menggali, mengembangkan dan menerapkan aspek-aspek ekonomi kreatif masyarakat.

e) Menyelenggarakan tata kelola kelembagaan secara profesional dan bermutu.

f) Menjalin kerjasama dengan pihak luar dalam skala regional, nasional maupun internasional yang mengarah pada penguatas sumber.

b. Tujuan Fakultas

a. Menghasilkan sarjana ekonomu dan bisnis Islam yang jujur, adil, berjiwa enterpreneurship yang mampu menganaliis perkembangan ekonomi dan bisnis secara teoritik dan aplikatif sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

b. Menyelenggarakan penelitian dan pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam yang dapat meningkatkan kualitas kehidupan ekonomi masyarakat.

c. Melakukan pengabdian kepada masyarakat melalui penyuluhan, pendampingan dan pemberdayaan aktivitas ekonomi yang dilakukan masyarakat.

d. Menggali potensi ekonomi yang ada di masyarakat dengan membuka peluang-peluang usaha yang dapat dikembangkan dengan sentuhan kreativitas yang dapat membuka pangsa pasar.

e. Menyelenggarakan tata kelola lembaga yang terkordinasi melalui struktur organisasi yang jelas dan hirarkis yang masing-masing bidang dapat bekerja sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya serta bertanggungjawab.

f. Mengembangkan kerjasama dan kemitraan dengan pihak luar, pemerintah atau swasta, perguruan tinggi, sektor industri, kalangan profesional, baik di tingkat kabupaten, provinsi, nasional maupun internasional melalui program magang, praktik pengalaman lapangan, penelitian bersama, kuliah non formal/ kuliah tamu, dan rekruitmen kerja lulusan dan pengadaan sarana prasarana dengan manfaat yang bisa dirasakan masing-masing pihak.

c. Struktur Oganisasi dan Pimpinan Fakultas

a. Dekan

b. Wakil dekan bidang akademik

c. Wakil dekan bidang administrasi umum dan perencanaan dan keuangan

d. Wakil dekan bidang kemahasiswaan dan alumni

e. Ketua jurusan perbankan syariah

f. Ketua jurusan ekonomi syariah

g. Ketua jurusan akuntansi syariah

h. Ketua jurusan manajemen zakat dan wakaf

i. Ketua jurusan manajemen bisnis syariah

j. Ketua jurusan manajemen keuangan syariah

k. Sekretaris jurusan perbankan syariah

l. Sekretaris jurusan ekonomi syariah

m. Sekretaris jurusan akuntansi syariah

n. Sekretaris jurusan manajemen zakat dan wakaf

o. Sekretaris jurusan manajemen bisnis syariah

p. Sekretaris jurusan manajemen keuangan syariah

q. Kepala laboratorium

r. Kepala bagian tata usaha

s. Kepala sub bagian akademik dan kemahasiswaan dan alumni

t. Kepala sub bagian administrasi umum dan keungan

Tabel 4.1

Pimpinan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Jabatan	Nama
Dekan	Dr. H. Dede Nurohman, M.Ag
Wakil dekan bidang akademik	Dr. H. Mashudi, M.Pd. I
Wakil dekan bidang administrasi umum perencanaan dan keuangan	Dr. Nur Aini Latifah, SE., MM

Wakil dekan bidang kemahasiswaan dan alumni	Dr, Sutopo, M.Pd
Ketua jurusan perbankan syariah	Muhammad Aqim Adlan S.Ag., S.Pd., M.E.I
Ketua jurusan ekonomi syariah	Muhammad Aswad, S.Ag., MA
Ketua jurusan akuntansi syariah	Dr. Qomarul Huda, M.Ag
Ketua jurusan manajemen bisnis syariah	Nur Aziz Muslim, M.H.I
Ketua jurusan manajemen keuangan syariah	Hj. Amalia Nuril Hidayati
Ketua jurusan manajemen zakat dan wakaf	Dyah Pravitasari, S.E., M.S.A
Sekretaris jurusan perbankan syariah	Refki Rusyadi
Sekretaris jurusan ekonomi syariah	Suminto, M.Pd.I
Sekretaris jurusan akuntansi syariah	Dedi Suselo, MM
Sekretaris jurusan manajemen bisnis syariah	Nurul Fitri Ismayanti, M.E.I
Sekretaris jurusan manajemen keuangan syariah	Moh. Rois Abin
Sekretaris jurusan manajemen zakat dan wakaf	Ahmad Budiman

Kasubbag administrasi dan keuangan	Apriliyah, S.Kom
Kasubbag akademik kemahasiswaan dan alumni	Drs. H. Miftahul Huda
Kepala laboratorium	Siswahyudianto, S.Pd.I, M.M
Laboran	Nurhadi Syaifudin Zuhri, S.E
Staf	Moch. Turmudi
Staf	Wahyu Nita Kurrotaa'yun Nuriski, S.E
Staf	Azizul Hanifah Hadi, S. Kom

B. Profil Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung yang menggunakan laptop HP. Adapun jumlah sampel yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 75 mahasiswa dengan teknik *purposive smapling*. Setiap responden diberikan angket untuk memberikan jawaban atas pertanyaan yang telah disediakan yang diukur dengan menggunakan *skala likert*.

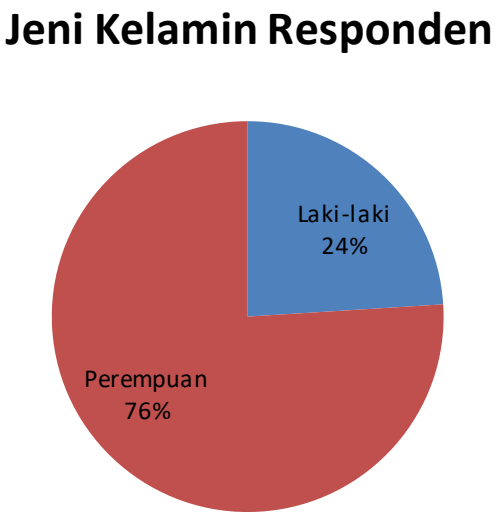
C. Karateristik Responden

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai identitas responden berdasarkan jenis kelamin, usia, uang saku per-hari, jurusan, dan semester.

a. Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin responden adalah sebagai berikut :

Gambar 4.1



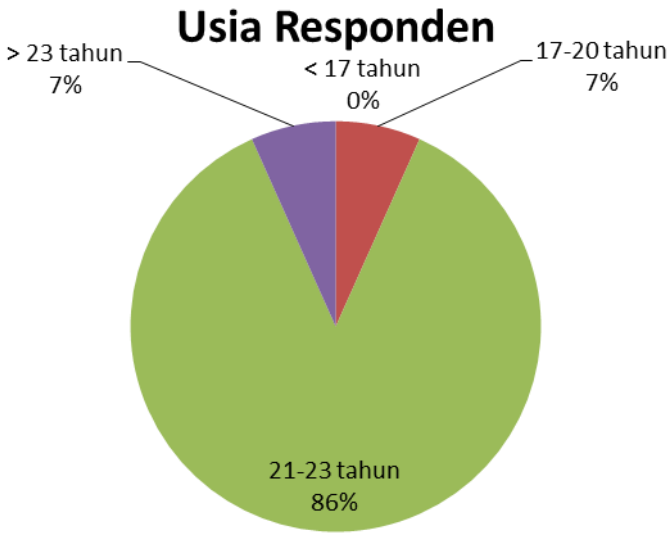
sumber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Berdasarkan gambar 4.1 dapat diketahui bahwa jenis kelamin responden sebanyak 75 mahasiswa yaitu 24% laki-laki dan 76% perempuan. Hal ini menunjukkan bahwasannya laptop HP lebih banyak digunakan oleh responden perempuan.

b. Usia Responden

Adapun data mengenai usia responden adalah sebagai berikut :

Gambar 4.2



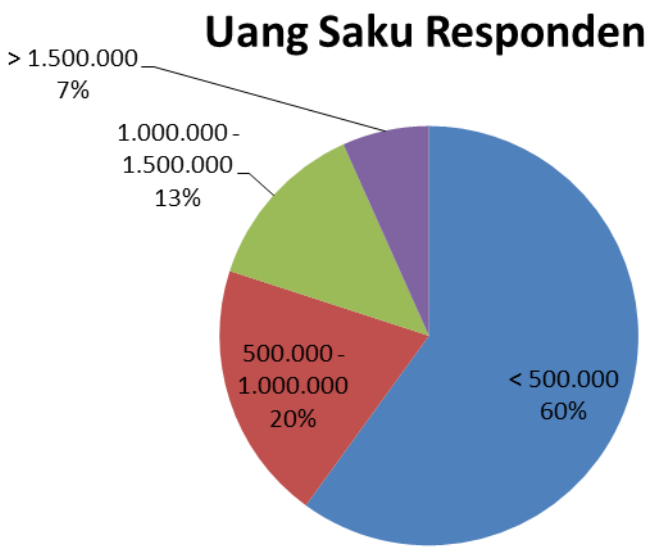
Sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Berdasarkan table dapat diketahui bahwa usia responden mahasiswa fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam adalah tidak ada mahasiswa atau 0% responden yang berusia dibawah <17 tahun. Kemudian sebanyak 5 mahasiswa atau 7% responden yang berusia antara 17-20 tahun. Sedangkan sebanyak 65 mahasiswa atau 86% responden yang berusia 21-23 tahun. Dan 5 mahasiswa atau 7% responden yang berusia >23 tahun.

c. Uang Saku Responden

Dibagian ini akan dijelaskan data mengenai jumlah uang saku per bulan mahasiswa yang dijadikan responden. Adapaun data tersebut adalah sebagai berikut :

Gambar 4.3



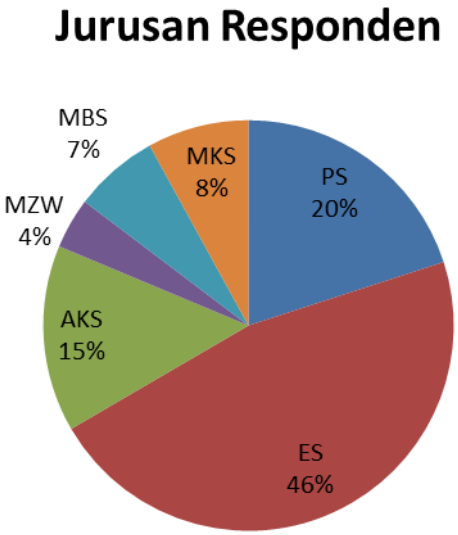
Sumber : hasil pengolahan primer, 2019

Berdasarkan table 4.3 dapat diketahui bahwa sebanyak 5 mahasiswa atau 7% responden mendapat uang saku >Rp.1.500.000 per bulan. Selanjutnya sebanyak 10 mahasiswa atau 13% responden mendapat uang saku Rp.1.000.000 - Rp.1.500.000 per bulan. Kemudian sebanyak 15 mahasiswa atau 20% responden mendapat uang saku Rp.500.000 – Rp. 1.000.000 perbulan. Dan sebanyak 45 mahasiswa atau 6% mendapat uang saku <Rp.500.000 per bulan. Berdasarkan interprestasi tersebut dapat disimpulkan bahwa uang saku perbulan responden yang paling banyak adalah < Rp. 500.000.

d. Jurusan atau Prodi Responden

Adapun data mengenai jurusan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang dijadikan responden adalah sebagai berikut :

Gambar 4.4



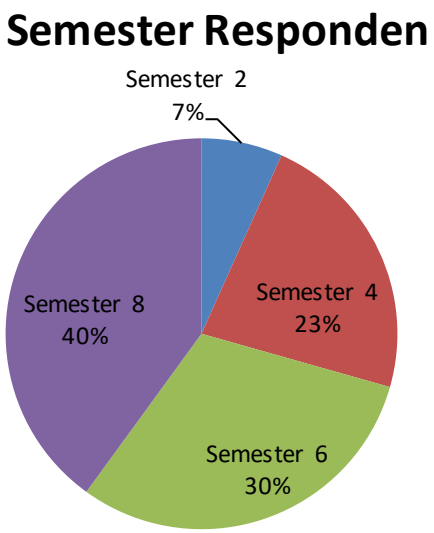
Sumber : hasil dari pengolahan data primer, 2019

Berdasarkan gambar 4.4 dapat diketahui bahwa mahasiswa jurusan PS yang dijadikan responden sebanyak 15 mahasasiwa atau 20%. Untuk mahasiswa jurusan MKS yang dijadikan responden sebanyak 6 mahasiswa atau 8%. Untuk mahasiswa jurusan MBS yang dijadikan responden sebanyak 5 mahasiswa atau 7%. Untuk mahasiswa jurusan MZW yang dijadikan responden 3 mahasiswa atau 4%. Untuk mahasiswa jurusan AKS yang dijadikan responden sebanyak 11 mahasiswa atau 15%. Dan untuk mahasiswa jurusan ES yang dijadikan responden sebanyak 35 mahasiswa atau 46%. Dari hal tersebut dapat diketahui bahwa responden mahasiswa ekonomi Syariah yang paling banyak menggunakan laptop HP yaitu 35 mahasiswa atau 46% responden.

e. Semester Responden

Adapun data mengenai semester mahasiswa yang dijadikan responden adalah sebagai berikut ;

Gambar 4.5



Sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Berdasarkan gambar 4.5 dapat diketahui bahwa mahasiswa yang dijadikan responden adalah mahasiswa semester 2 sebanyak 5 mahasiswa atau 7%. Untuk mahasiswa semester 4 sebanyak 17 mahasiswa atau 23%. Untuk mahasiswa semester 6 sebanyak 23 mahasiswa atau 30%. Dan semester 8 sebanyak 30 mahasiswa atau 40%. Dari situ dapat diketahui bahwa responden semester 8 adalah yang paling banyak menggunakan laptop HP.

D. Deskripsi Variabel

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari citra merek, harga, dan kualitas produk sebagai variabel bebas, kemudian keputusan pembelian sebagai variabel

terikat. Data-data mengenai variabel – variabel tersebut didapat melalui angket yang telah disebarkan kepada responden melalui *Geogle Form.* Angket yang disebarkan kepada responden terdiri atas beberapa pernyataan dan diukur menggunakan skala likert.

1. Deskirpsi variabel X_1 (citra merek)

a. Laptop HP mempunyai tampilan yang menarik.

Tabel 4.2
Deskripsi variabel X1.1

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.3	1.3	1.3
	3	32	42.7	42.7	44.0
	4	34	45.3	45.3	89.3
	5	8	10.7	10.7	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.3

Deskriptip Statistik X1.1

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	75	2	5	3.65	.688
Valid N (listwise)	75				

Sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis :

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 10,7

%, setuju 45,3 %, netral 42,7 %, tidak setuju 1,3 %. Skor rata-rata jawaban responden 3,65 (dibulatkan 4) cenderung setuju.

b. Laptop HP memenuhi kegunaan yang saya butuhkan

Tabel 4.4

Deskripsi variabel X1.2

x1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	6	8.0	8.0	8.0
	3	17	22.7	22.7	30.7
	4	45	60.0	60.0	90.7
	5	7	9.3	9.3	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Table 4.5

Deskriptif statistic X1.2

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
x1.2	75	2	5	3.71	.749
Valid N (listwise)	75				

Sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis :

Dari data table diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variable diatas adalah yang menjawab sangat setuju 9,3

%, setuju 60 %, netral 22,7 %, dan tidak setuju 8%. Skor rata-rata jawaban responden adalah 3,71 (dibulatkan 4) cenderung setuju.

c. Laptop HP mempunyai harga sesuai kualitas

Tabel 4.6

Deskripsi variabel X1.3

x1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	5	6.7	6.7	6.7
	3	22	29.3	29.3	36.0
	4	40	53.3	53.3	89.3
	5	8	10.7	10.7	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.7

Deskripsi statistik X1.3

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
x1.3	75	2	5	3.68	.756
Valid N (listwise)	75				

Sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis :

Dari data tabel menunjukkan respon 75 responden terhadap variable diatas adalah yang menjawab sangat setuju 10,7 %, setuju

53,3 %, netral 29,3%, dan tidak setuju 6,7%. Skor rata-rata jawaban responden 3,68% cenderung setuju.

d. Laptop HP mempunyai harga yang sesuai dengan nilai kegunaan.

Tabel 4.8

Deskripsi variabel X1.4

x1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	13	17.3	17.3	17.3
	4	41	54.7	54.7	72.0
	5	21	28.0	28.0	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.9

Deskriptif statistik X1.4

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
x1.4	75	3	5	4.11	.669
Valid N (listwise)	75				

Sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis :

Dari tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 28 %,

setuju 54,7%, netral 17,3. Skor rata-rata jawaban responden adalah 4.11 % (dibulatkan 4) cenderung setuju.

e. Laptop HP mempunyai nama yang mengundang orang untuk memilih membelinya.

Tabel 4.10

Deskrisi variabel X1.5

x1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.3	1.3	1.3
	3	35	46.7	46.7	48.0
	4	35	46.7	46.7	94.7
	5	4	5.3	5.3	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.11

Deskrptif statistik X1.5

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
x1.5	75	2	5	3.56	.620
Valid N (listwise)	75				

Sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis :

Dari data ditabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 5,3%,

setuju 46,7%, netral 46,6 %, dan tidak setuju 1,3 %. Skor rata-rata responden 3,56 % (dibulatkan 4) cenderung setuju.

f. Laptop HP mudah diingat pembeli.

Tabel 4.12

Deskripsi variabel X1.6

x1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	4.0	4.0	4.0
	3	24	32.0	32.0	36.0
	4	43	57.3	57.3	93.3
	5	5	6.7	6.7	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.13

Deskriptif statistic X1.6

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
x1.6	75	2	5	3.67	.664
Valid N (listwise)	75				

Sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis :

Dari data ditabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 6,7%,

setuju 57,3%, netral 32 %, dan tidak setuju 4 %. Skor rata-rata responden 3,67 % (dibulatkan 4) cenderung setuju

g. Laptop HP merupakan produk terkenal dan produk pilihan

Tabel 4.14

Deskripsi variabel X1.7

x1.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	5	6.7	6.7	6.7
	3	42	56.0	56.0	62.7
	4	24	32.0	32.0	94.7
	5	4	5.3	5.3	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Sumber :hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.15

Deskriptif statistik X1.7

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
x1.7	75	2	5	3.36	.690
Valid N (listwise)	75				

Sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis :

Dari data ditabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 5,3%,

setuju 32%, netral 56 %, dan tidak setuju 6,7 %. Skor rata-rata responden 3,36 % (dibulatkan 3) cenderung netral.

Tabel dibawah ini adalah rangkuman analisis tabel frekuensi dari 75 responden.

Tabel 4.16

Rangkuman tabel frekuensi

Citra Merek (X1)

Indikator	SS	S	N	TS	SS	JUMLAH
X1.1	8	34	32	1	0	75
X1.2	7	45	17	6	0	75
X1.3	8	40	22	5	0	75
X1.4	21	41	13	0	0	75
X1.5	4	35	35	1	0	75
X1.6	5	43	24	3	0	75
X1.7	4	24	42	5	0	75

sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Berdasarkan rangkuman tabel frekuensi diatas menunjukkan bahwa pernyataan atau indicator yang menyatakan bahwa konsumen sangat setuju terdapat pada indikator X1.4 sebesar 21 responden, konsumen yang menyatakan setuju terdapat pada insikator X1.2 sebesar 45 responden, pendapat netral terdapat pada indikator X1.5 sebesar 35 responden, dan pendapat tidak setuju terdapat pada indikator X1.2 sebesar 6 responden. Dari indikator tersebut yang paling dominan ialah jawaban setuju pada indikator X1.2 yaitu laptop HP memenuhi kegunaan yang dibutuhkan.

Tabel dibawah ini adalah rangkuman analisis statistik deskriptif berdasarkan nilai minimum, maksimum, mean, dan standart deviasi.

Tabel 4.17

Rangkuman tabel deskriptif statistik

Citra Merek (X1)

	N	Minimum	Maxsimum	mean	std. Deviation
X1.1	75	2	5	3,65	0,688
X1.2	75	2	5	3,71	0,749
X1.3	75	2	5	3,68	0,756
X1.4	75	3	5	4,11	0,669
X1.5	75	2	5	3,56	0,62
X1.6	75	2	5	3,67	0,664
X1.7	75	2	5	3,36	0,69

Sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

2. Deskripsi variabel X2 (Harga)

a. Harga Laptop HP tergolong murah

Tabel 4.18

Deskripsi statistik X2.1

x2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.7	2.7	2.7
	3	32	42.7	42.7	45.3
	4	33	44.0	44.0	89.3
	5	8	10.7	10.7	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.19

Deskriptif statistik X2.1

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
x2.1	75	2	5	3.63	.712
Valid N (listwise)	75				

Sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis :

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju

10,7%, setuju 44%, netral 42,7%, dan tidak setuju 2,7%. Skor rata-rata jawaban responden 3,63 (dibulatkan 4) cenderung setuju.

b. Harga laptop HP sesuai dengan kualitas produk yang diberikan

Tabel 4.20

Deskripsi variabel X2.2

x2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	12	16.0	16.0	16.0
	3	21	28.0	28.0	44.0
	4	37	49.3	49.3	93.3
	5	5	6.7	6.7	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.21

Deskriptif statistik X2.2

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
x2.2	75	2	5	3.47	.844
Valid N (listwise)	75				

Sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis :

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 6,7%,

setuju 49,3%, netral 28%, dan tidak setuju 16%. Skor rata-rata jawaban responden 3,47% (dibulatkan 3) cenderung netral.

c. Harga laptop HP bervariasi

Tabel 4.22

Deskripsi variabel X2.3

x2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	13	17.3	17.3	17.3
	3	25	33.3	33.3	50.7
	4	30	40.0	40.0	90.7
	5	7	9.3	9.3	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.23

Deskriptif statistik X2.3

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
x2.3	75	2	5	3.41	.887
Valid N (listwise)	75				

sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis :

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 9,3%, setuju 40%, netral 33,3%, dan tidak setuju

17%. Skor rata-rata jawaban responden 3,41% (dibulatkan 3) cenderung netral.

d. Harga laptop HP selalu naik dengan diimbangi dengan kualitas produk yang selalu meningkat.

Tabel 4.24

Deskripsi variabel X2.4

x2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	20	26.7	26.7	26.7
	3	19	25.3	25.3	52.0
	4	18	24.0	24.0	76.0
	5	18	24.0	24.0	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.25

Deskriptif statistik X2.4

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
x2.4	75	2	5	3.45	1.131
Valid N (listwise)	75				

Sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis :

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab

sangat setuju 24%, setuju 40%, netral 24%, dan tidak setuju 26,7%. Skor rata-rata jawaban responden 3,45% (dibulatkan 3) cenderung netral

e. Harga laptop HP jika berubah harga tidak mempengaruhi saya untuk pindah ke laptop lain.

Tabel 4.26

Deskripsi variabel X2.5

x2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.3	1.3	1.3
	2	16	21.3	21.3	22.7
	3	33	44.0	44.0	66.7
	4	18	24.0	24.0	90.7
	5	7	9.3	9.3	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.27

Deskriptif statistik X2.5

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
x2.5	75	1	5	3.19	.926
Valid N (listwise)	75				

Sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis :

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 9,3%, setuju 24%, netral 44%, tidak setuju 21,3%, dan sangat tidak setuju 1,3%. Skor rata-rata jawaban responden 3,19% (dibulatkan 3) cenderung netral.

f. Harga laptop HP bersaing dengan produk laptop lainnya.

Tabel 4. 28

Deskripsi variabel X2.6

x2.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	11	14.7	14.7	14.7
	3	24	32.0	32.0	46.7
	4	30	40.0	40.0	86.7
	5	10	13.3	13.3	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.29

Deskriptif statistik X2.6

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
x2.6	75	2	5	3.52	.906
Valid N (listwise)	75				

Sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis :

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 13,3%, setuju 40%, netral 32%, dan tidak setuju 17,7%, Skor rata-rata jawaban responden 3,52% (dibulatkan 4) cenderung setuju.

g. Harga laptop HP dengan kualitas yang sama lebih rendah dari produk laptop lain.

Table 4.30

Deskripsi variable X2.7

x2.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	5	6.7	6.7	6.7
	3	39	52.0	52.0	58.7
	4	24	32.0	32.0	90.7
	5	7	9.3	9.3	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.31

Deskriptif statistik X2.7

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
x2.7	75	2	5	3.44	.758
Valid N (listwise)	75				

Sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis :

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 9,3%, setuju 32%, netral 52%, dan tidak setuju 6,7%, Skor rata-rata jawaban responden 3,44% (dibulatkan 3) cenderung setuju.

Tabel dibawah ini adalah rangkuman analisis tabel frekuensi dari 75 responden :

Tabel 4.32

Rangkuman tabel frekuensi

Harga (X2)

indikator	SS	S	N	TS	STS	JUMLAH
X2.1	8	33	32	2	0	75
X2.2	5	37	21	12	0	75
X2.3	7	30	25	13	0	75
X2.4	18	18	19	20	0	75
X2.5	7	18	33	16	1	75
X2.6	10	30	24	11	0	75
X2.7	7	24	39	5	0	75

Sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Berdasarkan rangkuman tabel frekuensi diatas menun ukkan bahwa pernyataan atau indikator yang menyatakan bahwa konsumen sangat setuju terdapat pada indikator X2.4 sebesar 18 responden, konsumen yang berpendapat setuju terdapat pada indikator X2.2 sebesar 37 responden, yang berpendapat netral terdapat pada indikator X2.5 sebesar 33 responden, yang

berpendapat tidak setuju terdapat pada indikator X2.4 sebesar 20 responden, dan yang berpendapat sangat tidak setuju terdapat pada indikator X2.5 sebesar 1 responden. Dari indikator tersebut yang paling dominan ialah jawaban setuju pada indikator X2.2 yaitu mengenai harga laptop HP sesuai dengan kualitas produk yang diberikan.

Tabel dibawah ini adalah rangkuman analisis statistik deskriptif berdasarkan nilai minimum, maksimum, mean, dan stadart deviasi.

Tabel 4.33

Rangkuman tabel descriptive statistic

Harga (X2)

	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviation
X2.1	75	2	5	3,63	0,712
X2.2	75	2	5	3,47	0,844
X2.3	75	2	5	3,41	0,887
X2.4	75	2	5	3,45	1,131
X2.5	75	1	5	3,19	0,926
X2.6	75	2	5	3,52	0,906
X2.7	75	2	5	3,44	0,758

sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

3. Deskriptif Variabel X3 (Kualitas Produk)

a. Laptop HP mempunyai kinerja yang baik.

Tabel 4.34

Deskripsi variabel X3.1

x3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	9	12.0	12.0	12.0
	3	31	41.3	41.3	53.3
	4	28	37.3	37.3	90.7
	5	7	9.3	9.3	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.35

Deskriptif statistic X3.1

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
x3.1	75	2	5	3.44	.826
Valid N (listwise)	75				

sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis :

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 9,3%, setuju 37,3%, netral 41,3%, dan tidak setuju 12%, Skor rata-rata jawaban responden 3,44% (dibulatkan 3) cenderung netral.

b. Laptop HP lebih mudah digunakan dari pada laptop lain

Tabel 4.36

Deskripsi variable X3.2

x3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	20	26.7	26.7	26.7
	3	23	30.7	30.7	57.3
	4	29	38.7	38.7	96.0
	5	3	4.0	4.0	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.37

Deskriptif statistic X3.2

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
x3.2	75	2	5	3.20	.885
Valid N (listwise)	75				

sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis :

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 4%, setuju 38,7%, netral 30,7%, dan tidak setuju 26,7%, Skor rata-rata jawaban responden 3,20% (dibulatkan 3) cenderung netral.

c. Laptop HP irirt baterai

Tabel 4.38

Desripsi variable X3.3

x3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.3	1.3	1.3
	2	23	30.7	30.7	32.0
	3	24	32.0	32.0	64.0
	4	21	28.0	28.0	92.0
	5	6	8.0	8.0	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.39

Desriptif statistik X3.3

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
x3.3	75	1	5	3.11	.981
Valid N (listwise)	75				

sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis :

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 8%, setuju 28%, netral 32%, tidak setuju 30%, dan sangat tidak setuju

1,3% Skor rata-rata jawaban responden 3,11% (dibulatkan 3) cenderung netral.

d. Laptop HP dapat digunakan dalam jangka waktu yang lain.

Tabel 4.40

Deskripsi variable X3.4

x3.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	4.0	4.0	4.0
	2	19	25.3	25.3	29.3
	3	26	34.7	34.7	64.0
	4	19	25.3	25.3	89.3
	5	8	10.7	10.7	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.41

Deskriptif statistik X3.4

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
x3.4	75	1	5	3.13	1.044
Valid N (listwise)	75				

sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis :

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju

10,7%, setuju 25,3%, netral 34,7%, tidak setuju 25,3%, dan sangat tidak setuju 4% Skor rata-rata jawaban responden 3,13% (dibulatkan 3) cenderung netral.

e. Laptop HP lebih awet dari laptop lainnya

Tabel 4.42

Deskripsi variable X3.5

x3.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.3	1.3	1.3
	2	27	36.0	36.0	37.3
	3	28	37.3	37.3	74.7
	4	15	20.0	20.0	94.7
	5	4	5.3	5.3	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.43

Deskriptif statistic X3.5

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
x3.5	75	1	5	2.92	.912
Valid N (listwise)	75				

sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis :

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 5,3%, setuju 20%, netral 37,3%, tidak setuju 36%, dan sangat tidak setuju 1,3% Skor rata-rata jawaban responden 2,92% (dibulatkan 3) cenderung netral.

f. Laptop HP menjaga terhadap kualitas produk yang dimiliki

Tabel 4.44

Deskripsi variable X3.6

x3.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.3	1.3	1.3
	2	20	26.7	26.7	28.0
	3	23	30.7	30.7	58.7
	4	24	32.0	32.0	90.7
	5	7	9.3	9.3	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.45

Deskriptif statistic X3.6

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
x3.6	75	1	5	3.21	.990
Valid N (listwise)	75				

sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis :

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 9,3%, setuju 32%, netral 30,7%, tidak setuju 26,7%, dan sangat tidak setuju 1,3% Skor rata-rata jawaban responden 3,21% (dibulatkan 3) cenderung netral.

g. Desain laptop HP tidak gampang berubah-ubah

Tabel 4.46

Deskripsi variable X3.7

x3.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	15	20.0	20.0	20.0
	3	32	42.7	42.7	62.7
	4	21	28.0	28.0	90.7
	5	7	9.3	9.3	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.47

Deskriptif statistic X3.7

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
x3.7	75	2	5	3.27	.890
Valid N (listwise)	75				

sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis :

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 9,3%, setuju 28%, netral 42,7%, dan tidak setuju 20%. Skor rata-rata jawaban responden 3,21% (dibulatkan 3) cenderung netral

Tabel dibawah ini adalah rangkuman analisis tabel frekuensi dari 75 responden.

Tabel 4.48

Rangkuman tabel frekuensi

Kualitas produk (X3)

indikator	SS	S	N	TS	STS	JUMLAH
X3.1	7	28	31	9	0	75
X3.2	3	29	23	20	0	75
X3.3	6	21	24	23	1	75
X3.4	8	19	26	19	3	75
X3.5	4	15	28	27	1	75
X3.6	7	24	23	20	1	75
X3.7	7	21	32	15	0	75

Sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

4. Deskripsi Variabel Y (Keputusan Pembelian)

a. Menurut saya laptop HP menyediakan kebutuhan sesuai dengan aktivitas sehari-hari

Tabel 4.49

Deskripsi variable Y1

y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	10	13.3	13.3	13.3
	3	30	40.0	40.0	53.3
	4	29	38.7	38.7	92.0
	5	6	8.0	8.0	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.50

Deskriptif statistik Y1

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
y1	75	2	5	3.41	.824
Valid N (listwise)	75				

sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis :

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 8%,

setuju 38,7%, netral 40%, dan tidak setuju 13,3%. Skor rata-rata jawaban responden 3,41% (dibulatkan 3) cenderung netral.

b. Laptop HP sesuai dengan yang saya inginkan.

Tabel 4.51

Deskripsi variable Y2

y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	17	22.7	22.7	22.7
	3	30	40.0	40.0	62.7
	4	25	33.3	33.3	96.0
	5	3	4.0	4.0	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Sumber : hasil dari pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.52

Deskriptif statistic Y2

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
y2	75	2	5	3.19	.833
Valid N (listwise)	75				

Sumber : hasil dari pengolahan data primer, 2019

Analisis :

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 4%,

setuju 33,3%, netral 40%, dan tidak setuju 22,7%. Skor rata-rata jawaban responden 3,19% (dibulatkan 3) cenderung netral.

c. Saya membeli laptop HP karena mendapatkan informasi dari teman

Tabel 4.53

Deskripsi variable Y3

y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	11	14.7	14.7	14.7
	3	31	41.3	41.3	56.0
	4	22	29.3	29.3	85.3
	5	11	14.7	14.7	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.54

Deskriptif statistik Y3

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
y3	75	2	5	3.44	.919
Valid N (listwise)	75				

Sumber : hasil dari pengolahan data primer, 2019

Analisis :

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju14,7%, setuju 29,3%, netral 41,3%, dan tidak setuju 14,7%. Skor rata-rata jawaban responden 3,44% (dibulatkan 3) cenderung netral.

d. Sebelum saya membeli laptop HP terlebih dahulu saya membandingkan dengan merek lain.

Tabel 4.55

Deskripsi variable Y4

y4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	8	10.7	10.7	10.7
	3	30	40.0	40.0	50.7
	4	33	44.0	44.0	94.7
	5	4	5.3	5.3	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.56

Deskriptif statistic Y4

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
y4	75	2	5	3.44	.758
Valid N (listwise)	75				

Sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis :

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju5,3%, setuju 44%, netral 40%, dan tidak setuju 10,7%. Skor rata-rata jawaban responden 3,44% (dibulatkan 3) cenderung netral.

e. Saya yakin untuk membeli laptop HP

Tabel 4.57

Deskripsi variable Y5

y5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	13	17.3	17.3	17.3
	3	39	52.0	52.0	69.3
	4	20	26.7	26.7	96.0
	5	3	4.0	4.0	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.58

Deskriptif statistic Y5

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
y5	75	2	5	3.17	.760
Valid N (listwise)	75				

Sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis :

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 4%, setuju 26,7%, netral 52%, dan tidak setuju 17,3%. Skor rata-rata jawaban responden 3,17% (dibulatkan 3) cenderung netral.

f. Saya puas dan ingin membeli lagi laptop HP

Tabel 4.59

Deskripsi variable Y6

y6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.3	1.3	1.3
	2	20	26.7	26.7	28.0
	3	28	37.3	37.3	65.3
	4	20	26.7	26.7	92.0
	5	6	8.0	8.0	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Tabel 4.60

Deskriptif statistic Y6

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
y6	75	1	5	3.13	.949
Valid N (listwise)	75				

Sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Analisis :

Dari data tabel diatas menunjukkan respon 75 responden terhadap variabel diatas adalah yang menjawab sangat setuju 8%, setuju 26,7%, netral 37,3%, tidak setuju 26,7%, dan sangat tidak setuju 1,3%. Skor rata-rata jawaban responden 3,13% (dibulatkan 3) cenderung netral.

Tabel dibawah ini adalah rangkuman analisis tabel frekuensi dari 75 responden.

Tabel 4.61

Rangkuman tabel frekuensi

Keputusan pembelian (Y)

indikator	SS	S	N	TS	STS	JUMLAH
Y1	6	29	30	10	0	75
Y2	3	25	30	17	0	75
Y3	11	22	31	11	0	75
Y4	4	33	30	8	0	75
Y5	3	20	39	13	0	75
Y6	6	20	28	20	1	75

Berdasarkan rangkuman tabel frekuensi diatas menunjukkan bahwa pernyataan atau indicator yang menyatakan bahwa konsumen sangat setuju terdapat pada indikator Y3 sebesar 11 responden, konsumen yang berpendapat setuju terdapat pada indikator Y4 sebesar 33 responden, konsumen yang berpendapat netral terdapat pada indikator Y5 sebesar 39 responden, konsumen

yang berpendapat tidak setuju terdapat pada indikator Y6 sebesar 20 responden, dan konsuemn yang berpendapat sangat tidak setuju terdapat pada indikator Y6 sebesar 1 resoponden. Dari indikator tersebut yang paling dominan ialah jawaban netral sebesar 39 responden pada indikiator Y5 yaitu saya yakin untuk membeli laptop HP.

Tabel dibawah ini adalah rangkuman analisis statistik deskriptif berdasarkan nilai minimum, maksimum, mean, dan standart deviasi.

Tabel 4.62

Rangkuman tabel deskriptif statistik

Keputusan pembelian (Y)

	N	Maksimum	Minimum	Mean	Std.Deviation
Y1	75	2	5	3,41	0,824
Y2	75	2	5	3,19	0,833
Y3	75	2	5	3,44	0,919
Y4	75	2	5	3,44	0,758
Y5	75	2	5	3,17	0,76
Y6	75	1	5	3,13	0,949

E. Analisis Data

1. Hasil uji validitas

Uji validitas merupakan analisis untuk mengukur valid atau tidaknya item pernyataan kuesioner menggunakan metode *Pearson's Product Moment Correlation*. Suatu data dapat dikatakan valid apabila r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel}. Jumlah responden dalam penelitian ini adalagh 75

responden. Dari jumlah responden tersebut dapat diketahui besarnya r_{tabel} adalah 0,227 (df = n-2 = 75-2 = 73) dengan tarak kesalahan sebesar 5%. Jadi item pernyataan kuesioner tersebut dikatakan valid apabila nilai r_{hitung} pada *Correct Item Total Pearson Correlation* lebih besar dari 0,227. Berikut ini adalah hasil dari uji validitas dari masing-masing variabel.

Tabel 4.63

Hasil Uji Validitas

Variabel	**No. Item**	***Pearson Correlation***	**Rtabel (N=75) taraf signifikansi 5%**	**keterangan**
Citra Merek (X1)	X1.1	0,592	0,227	valid
	X1.2	0,613	0,227	valid
	X1.3	0,656	0,227	valid
	X1.4	0,518	0,227	valid
	X1.5	0,699	0,227	valid
	X1.6	0,752	0,227	valid
	X1.7	0,691	0,227	valid
Harga (X2)	X2.1	0,461	0,227	valid
	X2.2	0,429	0,227	valid
	X2.3	0,399	0,227	valid
	X2.4	0,292	0,227	valid
	X2.5	0,616	0,227	valid
	X2.6	0,274	0,227	valid
	X2.7	0,471	0,227	valid
Kualitas Produk (X3)	X3.1	0,339	0,227	valid
	X3.2	0,498	0,227	valid
	X3.3	0,356	0,227	valid
	X3.4	0,548	0,227	valid
	X3.5	0,544	0,227	valid
	X3.6	0,495	0,227	valid
	X3.7	0,343	0,227	valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y1	0,476	0,227	valid
	Y2	0,572	0,227	valid
	Y3	0,489	0,227	valid

	Y4	0,448	0,227	valid
	Y5	0,496	0,227	valid
	Y6	0,457	0,227	valid

Sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Berdasarkan tabel dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan mulai variabel citra merek (X1), harga (X2), kualitas produk (X3), dan keputusan pembelian (Y) adalah valid. Hal ini diketahui dari jumlah R_{hitung} lebih besar dari R_{tabel}.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan skala *Alpha Cronbach's* 0 sampai dengan 1. Kuesioner dianggap reliabel apabila hasil uji statistik Alpha $\alpha > 0,60$. Hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.64

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	***Cronbach's Alpha***	**Keterangan**
Citra Merek (X1)	0,759	Reliabel
Harga (X2)	0,614	Reliabel
Kualitas Produk (X3)	0,654	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,67	Reliabel

Sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Berdasarkan tabel 4.64 dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel dalam penelitian memiliki nilai *Alpha Cronbach's* yang lebih besar dari 0,60. Hal tersebut menunjukkan bahwa instrumen dinyatakan reliabel.

F. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang dilakukan untuk mengecek apakah penelitian kita berasal dari populasi yang sebenarnya normal. Uji ini diperlukan karena semua perhitungan *statistic parametric* memiliki asumsi normalitas sebaran. Disini untuk mendeteksi normalitas data digunakan pendekatan *One Sample Kolmogorov-Smirnov test*. Data dikatakan normal jika variabel memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05. Hasil dari uji normalitas tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 4.65

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,87935839
Most Extreme Differences	Absolute	,065
	Positive	,060
	Negative	-,065
Test Statistic		,065
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200[c,d]

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Berdasarkan tabel 4.65 dapat diketahui bahwa nilai Sig. (2-tailed) variabel sebesar 0,200 yang artinya Sig.(2-tailed) lebih besar dari 0,05.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh data dalam penelitian ini terdistribusi normal.

2. Uji Mulitikolinieritas

Multikolinieritas timbul sebagai akibat adanya hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih atau adanya kenyataan bahwa dua variabel atau lebih bersama-sama dipengaruhi oleh variabel ketiga yang berada diluar model. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi multikolinearitas. Hasil dari uji multikolinieritas untuk penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 4.66

Uji Multikolinieritas

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	4,356	2,413		1,805	,075		
X1	-,078	,115	-,099	-,681	,498	,389	2,573
X2	,309	,142	,319	2,177	,033	,380	2,632
X3	,449	,080	,533	5,634	,000	,912	1,097

a. Dependent Variable: Y

Sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Untuk mendeteksi terjadinya multikolinieritas dilakukan dengan melihat apakah nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih besar dari 10, maka model terbebas dari multikolinieritas.[73] Berdasarkan hasil uji

[73] Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik*,...Hal.79

multikolinieritas sebagaimana pada tabel 4.66, dapat dilihat bahwa nilai untuk citra merek (X_1) sebesar 2,573, harga (X_2) sebesar 2,632 dan kualitas produk (X_3) sebesar 1,097. Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel terbebas dari multikolinieritas, karena VIF untuk setiap variabel kurang dari atau tidak lebih besar dari 10.

3. Uji Hesteroskedasitas

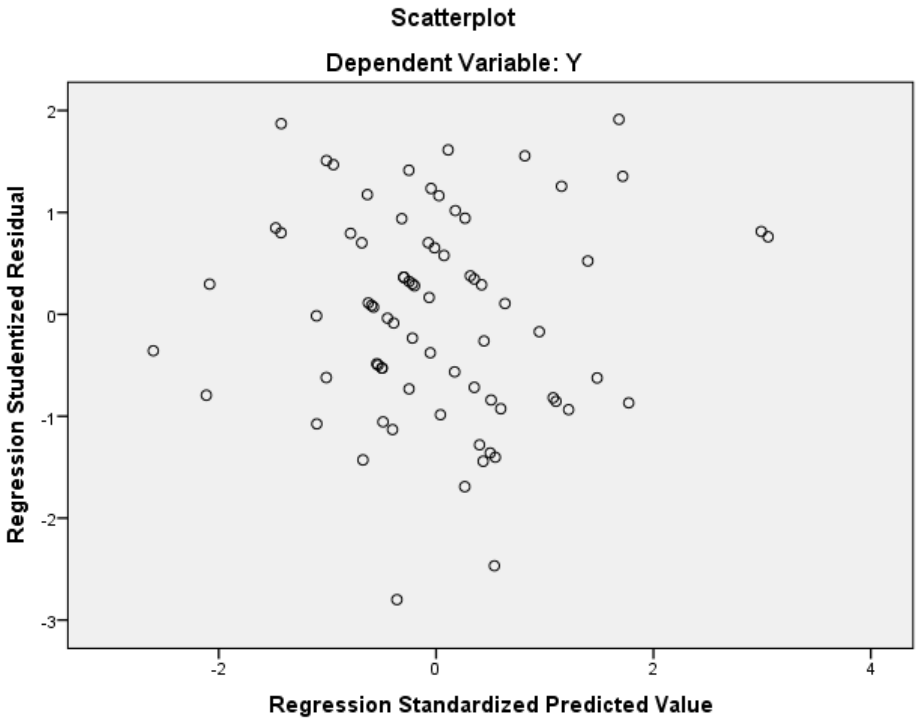
Dalam penelitian ini pengeju hesteroskedastisitas dilakukan dengan melihat *scatterplot* dengan dasar analisis sebagai berikut ini:

1. Jika ada pola tertentu seperti titik yang akan membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan terjadi hesteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas serta menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi hesteroskedastisitas.

Hasil uji hesteroskedastisitas adalah sebagai beriku :

Gambar 4.6

Hasil Uji Hesteroskedastisitas



Simber : Hasil pengolahan data primer, 2019

Berdasarkan hasil uji hesteroskedastisitas pada gambar 4.6, dapat dilihat bahwa tidak ada pola tertentu dan titik-titik menyebar diatas dan juga di bawah angka 0. Maka dapat disimpulkan tidak terjadi hesteroskedastisitas.

G. Uji regresi Linier Berganda

Hasil uji pengaruh antara variabel independen (citra merek, harga, kualitas produk) terhadap variabel independen (keputusan pembelian) dengan menggunakan uji regresi linier berganda disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.67

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.356	2.413		1.805	.075
	X1	-.078	.115	-.099	-.681	.498
	X2	.309	.142	.319	2.177	.033
	X3	.449	.080	.533	5.634	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda sebagaimana pada tabel 4.67 diperoleh persamaan sebagai berikut :

Y = 4.356 + (-0,78) (X1) + 0,309 (X2) + 0,449 (X3)

Berdasarkan persamaan regresi diatas, maka dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Konstan sebesar 4.356 menyatakan jika variabel citra merek, harga, dan kualitas produk dalan keadaan konstan (tetap) maka keputusan pembelian sebesar 4.356.

2. Koefisien regresi X_1 (citra merek) sebesar -0,078 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan pada variabel X_1 (citra merek) maka menurunkan keputusan pembelian sebesar -0,078.
3. Koefisien regresi X_2 (harga) sebesar 0,309 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan pada variabel X_2 (harga) maka meningkatkan nilai keputusan pembelian sebesar 0,309.
4. Koefisien regresi X_3 (kualitas produk) sebesar 0,449 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan pada variabel X_3 (kualitas produk) maka meningkatkan nilai keputusan pembelian sebesar 0,449.

Tanda (+) menandakan arah hubungan yang searah antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

H. Uji Hipotesis

1. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji secara persial masing-masing variabel independen (citra merek, harga, dan kualitas produk) apakah berpengaruh terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Adapun prosedurnya sebagai berikut :

H_0 : Artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

H_1 : Artinya ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Berikut adalah hasil uji t yang dilakukan dengan *software* pengolahan data SPSS 16.

Tabel 4.68

Hasil Uji t

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.356	2.413		1.805	.075
	X1	-.078	.115	-.099	-.681	.498
	X2	.309	.142	.319	2.177	.033
	X3	.449	.080	.533	5.634	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

a. Pengaruh citra merek (X1) terhadap keputusan pembelian (Y)

H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara citra merek terhadap keputusan pembelian laptop HP pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung.

H_1 : Ada pengaruh yang signifikan antara citra merek terhadap keputusan pembelian laptop HP pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung.

Berdasarkan tabel diatas maka diperoleh nilai t-hitung untuk variabel citra merek adalah (-0,681) pada taraf signifikansi 0,498.

Sementara nilai t-tabel adalah 1,993 dengan taraf signifikansi 0,05 (α = 5%), df = n-k = 75-4 = 71). Nilai sig. 0,498 > 0,05 yang berarti tidak signifikan. Dalam penelitian ini t-hitung (-0,681) < t-tabel 1,993 maka diterima H_0 dan tolak H_1. Oleh karena itu , dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh dan tidak signifikan antara strategi harga terhadap keputusan pembelian laptop HP pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

b. Pengaruh harga (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y)

H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian laptop HP pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung.

H_1 : Ada pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian laptop HP pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung.

Berdasarkan tabel diatas maka diperoleh nilai t-hitung untuk variabel harga adalah 2,177 pada taraf signifikansi 0,033. Sementara nilai t-tabel adalah 1,993 dengan taraf signifikansi 0,05. Nilai sig. 0,033 < 0,05 yang berarti signifikan. Dalam penelitian ini t-hitung 2,177 > t-tabel 1,993 maka ditolak H_0 dan terima H_1. Oleh karena itu , dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian laptop HP pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

c. Pengaruh kualitas produk (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y)

H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian laptop HP pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung.

H_1 :Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian laptop HP pada mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung.

Berdasarkan tabel diatas maka diperoleh nilai t-hitung untuk variabel kualitas produk adalah 5,634 pada taraf signifikansi 0,000. Sementara nilai t-tabel adalah 1,993 dengan taraf signifikansi 0,05. Nilai sig. 0,000 < 0,05 yang berarti signifikan. Dalam penelitian ini t-hitung 5,634 > t-tabel 1,993 maka tolak H_0 dan terima H_1. Oleh karena itu , dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian laptop HP pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

2. Uji f

Uji F dilakukan untuk menguji pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara simultan (bersama-sama). Adapun prosedurnya sebagai berikut:

H_0 : Secara simultan tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

H_1 : Secara simultan ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Hasil uji F adalah sebagai berikut :

Tabel 4.69

Hasil Uji f

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	189.220	3	63.073	17.134	.000[a]
	Residual	261.367	71	3.681		
	Total	450.587	74			

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

H_0 :Tidak ada pengaruh yang signifikan antara citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian laptop HP pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Insttitut Agama Islam Negeri Tulungagung.

H_1: Ada pengaruh yang signifikan antara citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian laptop HP pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Insttitut Agama Islam Negeri Tulungagung.

Kriteria pengambilan:

H_o diterima, apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada taraf signifikansi $\alpha = 5\%$

H_1 diterima, apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada taraf signifikansi $\alpha = 5\%$

Dari uji F didapat nilai F_{hitung} sebesar 17,134 dan signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 (dengan menggunakan taraf signifikansi α = 5%). Sementara nilai F_{tabel} sebesar 2,73 (dari perhitungan dfl = k (jumlah variabel bebas) = 3 (berarti kolom ke 3) dan df2 = n-k = 75-3-1 = 71 (berarti baris ke 71). Ini berarti F_{hitung} sebesar 17,134 > F_{tabel} 2,73.

Sehingga berdasarkan penelitian ini, dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan diterima H_1. Karena F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} atau signifikansi F yang lebih kecil dari nilai α atau dengan kata lain ada pengaruh positif dan signifikan secara simultan atau bersama-sama antara variabel citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian laptop HP pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung.

3. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen, dengan melihat nilai *Adjust R Square* dari data tabel *Model Summary.*

Tabel 4.70

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.648[a]	.420	.395	1.9186524

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

sumber : hasil pengolahan data primer, 2019

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel 4.70 diketahui nilai *Adjust R Square* sebesar 0,395 artinya 39,5% variabel dependen (keputusan pembelian) dijelaskan oleh variabel independen yang terdiri dari citra merek, harga, dan kualitas produk. Sedangkan sisanya 60,5% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian.