

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Profil CV. Harapan Indo Sentosa Tulungagung

CV. Harapan Indo Sentosa merupakan perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan alat komputer dan multimedia, baik berupa jasa, atau service serta instalasi alat yang berkaitan dengan multimedia beserta beberapa pendukungnya. CV. Harapan Indo Sentosa ini didirikan oleh Bapak Darmawan Wangsadiharja sebagai Direktur Utama, yang berlokasi di Jl. Mayor Sujadi 79B, Jepun, Kabupaten Tulungagung. CV. Harapan Indo Sentosa berdiri sejak tahun 2016. Toko alat komputer dan multimedia ini terkenal dengan nama One Central Computer (OCC) Tulungagung.

Dalam usahanya, CV. Harapan Indo Sentosa menyediakan berbagai kebutuhan multimedia, yaitu laptop, komputer, CCTV, proyektor serta sparepart laptop dan komputer serta aksesoris laptop dan komputer. Toko ini melayani jual beli laptop dengan berbagai merek, yaitu HP, Asus, Lenovo dan Acer yang bergaransi resmi selain itu juga melayani penjualan laptop second dengan segala merek, kualitas terjamin dan bergaransi toko dengan kondisi siap dipakai (Instalasi OS dan aplikasi Gratis). Juga melayani service laptop dan komputer dengan pemberian service yang prima dan profesional. Untuk service jika hanya melakukan pengecekan

masalah laptop di tempat CV. Harapan Indo Sentosa tidak dipungut biaya alias gratis. Tidak hanya laptop baru atau second saja, CV. Harapan Indo Sentosa juga menyediakan spareparts laptop itu sendiri, mulai dari keyboard, harddisk, processor, layar LCD, adaptor, kabel power, dan lain sebagainya yang memiliki garansi. Toko tersebut juga menerima pemasangan cctv baik untuk rumahan, kantor maupun gudang pabrik.

Satu lagi, CV. Harapan Indo Sentosa merupakan satu-satunya ASP resmi service centre untuk produk merek HP di Tulungagung sejak tahun 2018. Sehingga akan memudahkan para pengguna laptop maupun printer merek HP untuk mengkalim garansi atau mengecek permasalahan seputar produk merek HP yang dimilikinya.

Dan yang terbaru, CV. Harapan Indo Sentosa kini satu-satunya menjadi MacBook Repair Shop yang ada di Tulungagung. Dengan memberikan pelayanan yang prima kepada konsumen yang memiliki keluhan pada MacBooknya, dengan menggunakan peralatan yang lengkap dan modern, sehingga mampu mengatasi semua permasalahan MacBook yang dikeluhkan oleh masyarakat. Terlebih CV. Harapan Indo Sentosa juga mempunyai fasilitas tambahan yang diberikan kepada masyarakat sekitar tulungagung kota, yaitu akan mendapatkan complement secara gratis pengantaran produk yang dibeli di CV. Harapan Indo Sentosa.

2. Lokasi Perusahaan

CV. Harapan Indo Sentosa beralamat di Jl. Mayor Sujadi 79B, Kecamatan Jepun, Kabupaten Tulungagung. Pemilihan lokasi perusahaan ini sangat menentukan cepat atau lambatnya perkembangan perusahaan.

3. Visi dan Misi

a. Visi

“Memenuhi dan memuaskan keinginan masyarakat akan kebutuhan dalam hal penggunaan teknologi dan multimedia.”

b. Misi

1. Menyediakan barang teknologi berupa laptop, PC, dan multimedia berupa CCTV, Proyektor berkualitas dengan mutu dan harga terjangkau.
2. Memberikan pelayanan yang prima dan murah sehingga dapat memenuhi semua kebutuhan masyarakat.
3. Membantu masyarakat guna memenuhi kebutuhan teknologi dan multimedia. Selain barang teknologi dan multimedia kami juga menyediakan berupa accesorise laptop, PC, CCTV, proyektor dengan kualitas dan harga terjangkau pula.

4. Struktur Organisasi

Direktur Utama : Darmawan Wangsadiharja

Kepala Toko/Kepala Kasir : Retno Nawangwulan

Admin : Leni Islamawati

Teknisi : Fatoriq Agam

Angim Khoirul

Pramuniaga : Fitria Sitah Devi

: Lulik Susilorini

B. Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan cara menyebar kuesioner kepada 60 konsumen yang telah melakukan pembelian produk laptop merek HP di CV. Harapan Indo Sentosa Tulungagung. Maka dapat diambil beberapa gambaran tentang karakteristik responden yang diteliti meliputi usia, jenis kelamin, dan pendapatan perbulan. Adapun karakteristik responden tersebut sebagai berikut:

1. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia

Adapun data mengenai usia konsumen responden konsumen yang telah melakukan pembelian laptop merek HP di CV. Harapan Indo Sentosa Tulungagung adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Usia Responden

Usia	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>
< 21 Tahun	9	15,0
21-30 Tahun	42	70,0
31-40 Tahun	4	7,0
> 40 Tahun	5	8,0
Total	60	100.0

Sumber: data primer 2020

Dari table 4.1 diatas menunjukkan bahwa responden yang berusia kurang dari 21 tahun yakni sebanyak 9 orang (15%), responden yang berusia antara 21-30 tahun yakni sebanyak 42 orang (70%), responden yang berusia antara 31-40 tahun yakni sebanyak 4 orang (7%), dan responden yang berusia lebih dari 40 tahun yakni sebanyak 5 orang (8%). Jadi, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden adalah berusia antara 21-30 tahun (70%).

2. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin responden konsumen yang telah melakukan pembelian laptop merek HP di CV. Harapan Indo Sentosa Tulungagung adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>
Laki-laki	20	33,0
Perempuan	40	67,0
Total	60	100,0

Sumber: data primer 2020

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, dapat diketahui bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki yakni sebanyak 20 orang (33%) dan responden dengan jenis kelamin perempuan yakni sebanyak 40 orang (67%). Jadi, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden adalah berjenis kelamin perempuan (67%).

3. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan

Adapun data mengenai pendapatan perbulan responden konsumen yang telah melakukan pembelian laptop merek HP CV. Harapan Indo Sentosa Tulungagung adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Pendapatan Perbulan Responden

Pendapatan Perbulan	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>
< Rp. 1.000.000,-	19	31,0
Rp. 1.000.000,- s/d Rp. 1.500.000,-	21	35,0
Rp. 1.500.000,- s/d Rp. 2.000.000,-	10	17,0
> Rp. 2.000.000,-	10	17,0
Total	60	100,0

Sumber: data primer 2020

Berdasarkan tabel 4.3 di atas, dapat diketahui bahwa responden yang berpendapatan kurang dari Rp. 1.000.000,- yakni sebanyak 19 orang (31%), responden yang berpendapatan antara Rp. 1.000.000,- s/d Rp. 1.500.000,- yakni sebanyak 21 orang (35%), responden yang berpendapatan antara Rp. 1.500.000,- s/d Rp. 2.000.000,- yakni sebanyak 10 orang (17%) dan responden yang berpendapatan lebih dari Rp. 2.000.000,- yakni sebanyak 10 orang (17%). Jadi, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berpendapatan antara Rp. 1.000.000,- s/d Rp. 1.500.000,- (35%).

C. Deskripsi Data Penelitian

Kuesioner yang telah disebarakan oleh peneliti kepada responden yang terdiri dari 20 item pertanyaan dan dibagi dalam 4 kategori, yaitu sebagai berikut:

1. Lima pertanyaan digunakan untuk mengukur pengaruh harga (X_1)
2. Lima pertanyaan digunakan untuk mengukur pengaruh citra merek (X_2)
3. Lima pertanyaan digunakan untuk mengukur pengaruh kualitas pelayanan (X_3)
4. Lima pertanyaan digunakan untuk mengukur pengaruh keputusan pembelian (Y)

Hasil dari jawaban yang peneliti peroleh dari responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4
Deskripsi Variabel Harga (X_1)

ITEM	SKOR JAWABAN									
	SS		S		KS		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X1.1	36	60%	23	38,30%	1	1,70%	0	0%	0	0%
X1.2	43	71,70%	17	28,30%	0	0%	0	0%	0	0%
X1.3	33	55%	27	45%	0	0%	0	0%	0	0%
X1.4	47	78,30%	13	21,70%	0	0%	0	0%	0	0%
X1.5	52	86,70%	7	11,70%	1	1,70%	0	0%	0	0%

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 22.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.4, dapat diketahui variable harga (X_1), pada item ($X_1.1$) yaitu “Harga yang ditawarkan pada produk laptop merek HP masih terjangkau.” Sebanyak 36 responden dengan presentase 60% menyatakan sangat setuju, sebanyak 23 responden dengan presentase 38,30% menyatakan

setuju, dan sebanyak 1 responden dengan presentase 1,70% menyatakan kurang setuju. Maka, dapat diketahui bahwa konsumen CV. Harapan Indo Sentosa sangat setuju harga laptop merek HP terjangkau.

Item (X1.2) yaitu “Harga produk laptop merek HP sesuai dengan kualitas produk dan spesifikasi produk” sebanyak 43 responden dengan presentase 71,70% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 17 responden dengan presentase 28,30% menyatakan setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen CV. Harapan Indo Sentosa sangat setuju jika harga laptop merek HP sesuai dengan kualitas yang diberikan.

Item (X1.3) yaitu “Harga produk laptop merek HP dapat bersaing dengan produk laptop lainnya” sebanyak 33 responden dengan presentase 55% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 27 responden dengan presentase 45% menyatakan setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen CV. Harapan Indo Sentosa sangat setuju jika harga laptop merek HP dapat bersaing dengan laptop merk lainnya sehingga menjadi pertimbangan dalam mengambil keputusan pembelian laptop merek HP.

Item (X1.4) yaitu “Harga produk laptop merek HP bervariasi sesuai dengan spesifikasinya” sebanyak 47 responden dengan presentase 78,30% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 13 responden dengan presentase 21,70% menyatakan setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen CV. Harapan Indo Sentosa sangat setuju jika harga laptop merek HP bervariasi sesuai dengan spesifikasi yang diberikan.

Item (X1.5) yaitu “Harga produk laptop merek HP yang ditawarkan dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian” sebanyak 52 responden dengan presentase 86,70% menyatakan sangat setuju, sebanyak 7 responden dengan presentase 11,70% menyatakan setuju, dan sebanyak 1 responden dengan presentase 1,70% menyatakan kurang setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen CV. Harapan Indo Sentosa sangat setuju jika harga laptop merek HP yang ditawarkan mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.

Tabel 4.5
Deskripsi Variabel Citra Merek (X2)

ITEM	SKOR JAWABAN									
	SS		S		KS		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X2.1	53	88,30%	5	8,30%	2	3,30%	0	0%	0	0%
X2.2	34	56,70%	24	40%	2	3,30%	0	0%	0	0%
X2.3	28	46,70%	30	50%	2	3,30%	0	0%	0	0%
X2.4	30	50%	28	46,70%	2	3,30%	0	0%	0	0%
X2.5	36	60%	24	40%	0	0%	0	0%	0	0%

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 22.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.5, dapat diketahui variable citra merek (X2), pada item (X2.1) yaitu “Saya merasa produk laptop merek HP memiliki ciri khas atau simbol yang mudah dikenali.” Sebanyak 53 responden dengan presentase 88,30% menyatakan sangat setuju, sebanyak 5 responden dengan presentase 8,30% menyatakan setuju, serta sebanyak 2 reponden dengan presentase 3.30% menyatakan kurang setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa konsumen CV. Harapan Indo Sentosa sangat setuju laptop merek HP memiliki simbol yang mudah dikenali oleh konsumen.

Item (X2.2) yaitu “Saya merasa produk laptop merek HP memiliki desain dan tampilan yang elegan dan slim dibanding dengan merek laptop lainnya” sebanyak 34 responden dengan presentase 56,70% menyatakan sangat setuju, sebanyak 24 responden dengan presentase 40% menyatakan setuju, serta 2 responden dengan presentase 3,30% menyatakan kurang setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen CV. Harapan Indo Sentosa sangat setuju jika laptop merek HP memiliki desain tampilan yang dapat menarik minat konsumen.

Item (X2.3) yaitu “Saya merasa produk laptop merek HP memiliki reputasi merek yang sangat baik dimata konsumen” sebanyak 28 responden dengan presentase 47% menyatakan sangat setuju, sebanyak 30 responden dengan presentase 50% menyatakan setuju, serta sebanyak 2 responden dengan presentase 3,30% menyatakan kurang setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen CV. Harapan Indo Sentosa setuju jika laptop merek HP mempunyai reputasi merek atau citra merek yang baik yang menjadi pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan membeli laptop merek HP.

Item (X2.4) yaitu “Saya merasa produk laptop merek HP memberikan kepercayaan kualitas merek terbaiknya pada konsumen” sebanyak 30 responden dengan presentase 50% menyatakan sangat setuju, sebanyak 28 responden dengan presentase 46,70% menyatakan setuju, serta sebanyak 2 responden dengan presentase 3,30% menyatakan kurang setuju. Hal tersebut

menunjukkan bahwa konsumen CV. Harapan Indo Sentosa sangat setuju jika laptop merek HP memberikan kualitas merek terbaik kepada konsumen.

Item (X2.5) yaitu “Saya merasa produk laptop merek HP mengikuti perkembangan jaman” sebanyak 36 responden dengan presentase 60% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 24 responden dengan presentase 40% menyatakan setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen CV. Harapan Indo Sentosa sangat setuju jika laptop merek HP terus berkembang mengikuti perkembangan yang ada.

Tabel 4.6
Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan (X3)

ITEM	SKOR JAWABAN									
	SS		S		KS		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X3.1	28	46,70%	31	51,70%	1	1,70%	0	0%	0	0%
X3.2	37	61,70%	23	38,30%	0	0%	0	0%	0	0%
X3.3	25	41,70%	32	53,30%	3	5%	0	0%	0	0%
X3.4	37	61,70%	23	38,30%	0	0%	0	0%	0	0%
X3.5	27	45%	33	55%	0	0%	0	0%	0	0%

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 22.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.6, dapat diketahui variable kualitas pelayanan (X3), pada item (X3.1) yaitu “Puas dengan jaminan dan sopan santun karyawan di CV. Harapan Indo Sentosa (OCC Tulungagung)”, sebanyak 28 responden dengan presentase 47% menyatakan sangat setuju, sebanyak 31 responden dengan presentase 51,70% menyatakan setuju, dan sebanyak 1 responden dengan presentase 1,70% menyatakan kurang setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen CV. Harapan Indo Sentosa setuju jika mereka puas dengan sopan santun karyawan kepada konsumen.

Item (X3.2) yaitu “Puas dengan penampilan karyawan yang rapi dan sopan di CV. Harapan Indo Sentosa (OCC Tulungagung)”, sebanyak 37 responden dengan presentase 61,70% menyatakan sangat setuju dan sebanyak 23 responden dengan presentase 38,30% menyatakan setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen CV. Harapan Indo Sentosa sangat setuju jika karyawan CV. Harapan Indo Sentosa berpenampilan rapi dan sopan.

Item (X3.3) yaitu “Puas dengan sikap sigap dan tanggap karyawan di CV. Harapan Indo Sentosa (OCC Tulungagung)”, sebanyak 25 responden dengan presentase 41,70% menyatakan sangat setuju, sebanyak 32 responden dengan presentase 53,30% menyatakan setuju, serta sebanyak 3 responden dengan presentase 5% menyatakan kurang setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen CV. Harapan Indo Sentosa setuju jika karyawan CV. Harapan Indo Sentosa memiliki sikap sigap dan tanggap kepada konsumen.

Item (X3.4) yaitu “Karyawan CV. Harapan Indo Sentosa (OCC Tulungagung) merekomendasikan produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen”, sebanyak 37 responden dengan presentase 61,70% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 23 responden dengan presentase 38,30% menyatakan setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen CV. Harapan Indo Sentosa sangat setuju jika karyawan merekomendasikan produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pembeli yang dapat menjadi pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.

Item (X3.5) yaitu “Karyawan di CV Harapan Indo Sentosa (OCC Tulungagung) memiliki sifat perhatian dan kepedulian yang baik terhadap

konsumen”, sebanyak 27 responden dengan presentase 45% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 33 responden dengan presentase 55% menyatakan setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen CV. Harapan Indo Sentosa setuju jika karyawan CV. Harapan Indo Sentosa memiliki sifat perhatian dan kepedulian yang baik kepada konsumen.

Tabel 4.7
Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y)

ITEM	SKOR JAWABAN									
	SS		S		KS		TS		STS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Y.1	49	81,70%	11	18,30%	0	0%	0	0%	0	0%
Y.2	47	78,30%	12	20%	1	1,70%	0	0%	0	0%
Y.3	19	31,70%	33	55%	6	10%	2	3,30%	0	0%
Y.4	49	81,70%	11	18,30%	0	0%	0	0%	0	0%
Y.5	37	61,70%	21	35%	2	3,30%	0	0%	0	0%

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 22.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.7, dapat diketahui variable keputusan pembelian (Y), pada item (Y.1) yaitu “Saya memutuskan membeli produk laptop merek HP karena sesuai dengan kebutuhan dan keinginan saya”, sebanyak 49 responden dengan presentase 81,70% menyatakan sangat setuju dan sebanyak 11 responden dengan presentase 18,30% menyatakan setuju. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen CV. Harapan Indo Sentosa sangat setuju jika mereka memutuskan membeli laptop merek HP sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya tanpa paksaan.

Item (Y.2) yaitu “Saya memutuskan membeli produk laptop merek HP karena produknya berkualitas dan mereknya sudah terkenal”, sebanyak 47 responden dengan presentase 78,30% menyatakan sangat setuju, sebanyak 12 responden dengan presentase 20% menyatakan setuju, dan sebanyak 1

responden dengan presentase 1,70% menyatakan kurang setuju. Hal tersebut berarti konsumen CV. Harapan Indo Sentosa sangat setuju jika mereka memutuskan membeli laptop merek HP karena produknya yang berkualitas dan mereknya sudah terkenal.

Item (Y.3) yaitu “Saya membeli produk laptop merek HP karena rekomendasi dari orang lain”, sebanyak 19 responden dengan presentase 31,70% menyatakan sangat setuju, sebanyak 33 responden dengan presentase 55% menyatakan setuju dan sebanyak 6 responden dengan presentase 10% menyatakan kurang setuju, serta sebanyak 2 responden dengan presentase 3,30% menyatakan tidak setuju. Hal tersebut berarti konsumen CV. Harapan Indo Sentosa setuju jika mereka memutuskan membeli laptop merek HP karena rekomendasi dari orang lain.

Item (Y.4) yaitu “Pelayanan yang memuaskan mempengaruhi keputusan pembelian produk laptop merek HP”, sebanyak 49 responden dengan presentase 81,70% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 11 responden dengan presentase 18,30% menyatakan setuju. Hal tersebut berarti konsumen CV. Harapan Indo Sentosa sangat setuju jika pelayanan yang memuaskan akan mempengaruhi konsumen dalam memutuskan pembelian laptop merek HP.

Item (Y.5) yaitu “Saya merasakan puas dan memperoleh manfaat setelah melakukan pembelian produk laptop merek HP”, sebanyak 37 responden dengan presentase 61,70% menyatakan sangat setuju, dan sebanyak 21 responden dengan presentase 35% menyatakan setuju, serta

sebanyak 2 responden dengan presentase 3,30% menyatakan kurang setuju. Hal tersebut berarti konsumen CV. Harapan Indo Sentosa sangat setuju jika mereka merasa puas dan memperoleh manfaat setelah memutuskan membeli laptop merek HP.

D. Uji Validitas dan Reabilitas

1. Uji Validitas

Untuk menguji validitas dan reabilitas instrumen menggunakan SPSS. Uji validitas merupakan analisis untuk mengukur valid atau tidaknya item pertanyaan. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$ dimana n adalah jumlah sample. Jika r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} maka data tersebut dikatakan valid. Dalam penelitian ini, jumlah responden adalah 60 responden. Maka, dari jumlah responden tersebut dapat diketahui besarnya r_{tabel} adalah 0,254 diperoleh dari $df = n-2 = 60-2 = 58$ dengan taraf kesalahan sebesar 5%. Jadi, item pertanyaan kuesioner tersebut dikatakan valid apabila nilai r_{hitung} yaitu pada *Correct Item Total Pearson Correlation* lebih besar dari 0,254.

Hasil pengujian validitas instrumen dapat diketahui pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Harga

Produk	<i>Person Correlation</i>	R_{tabel} (N=60) Taraf Signifikansi 5%	Validitas
X1.1	,771	0,254	Valid
X1.2	,856	0,254	Valid
X1.3	,501	0,254	Valid
X1.4	,787	0,254	Valid
X1.5	,604	0,254	Valid

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 22.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.8 hasil uji validitas variabel harga di atas diketahui bahwa item X1.1 dengan nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ ($0,771 > 0,254$) maka indikator dinyatakan valid, item X1.2 dengan nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ ($0,856 > 0,254$) maka indikator dinyatakan valid, item X1.3 dengan nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ ($0,501 > 0,254$) maka indikator dinyatakan valid, X1.4 dengan nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ ($0,787 > 0,254$) maka indikator dinyatakan valid, dan item X1.5 dengan nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ ($0,604 > 0,254$) maka indikator dinyatakan valid.

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Citra Merek

Produk	<i>Person Correlation</i>	R_{tabel} (N=60) Taraf Signifikansi 5%	Validitas
X2.1	,550	0,254	Valid
X2.2	,716	0,254	Valid
X2.3	,741	0,254	Valid
X2.4	,789	0,254	Valid
X2.5	,719	0,254	Valid

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 22.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.9 hasil uji validitas variabel citra merek di atas diketahui bahwa item X2.1 dengan nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ ($0,550 > 0,254$) maka indikator dinyatakan valid, item X2.2 dengan nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ ($0,716 > 0,254$) maka indikator dinyatakan valid, item X2.3 dengan nilai

$r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,741 > 0,254$) maka indikator dinyatakan valid, X2.4 dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,789 > 0,254$) maka indikator dinyatakan valid, dan item X2.5 dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,719 > 0,254$) maka indikator dinyatakan valid.

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Produk	<i>Person Correlation</i>	R_{tabel} (N=60) Taraf Signifikansi 5%	Validitas
X3.1	,687	0,254	Valid
X3.2	,569	0,254	Valid
X3.3	,707	0,254	Valid
X3.4	,669	0,254	Valid
X3.5	,692	0,254	Valid

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 22.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.10 hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan di atas diketahui bahwa item X3.1 dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,687 > 0,254$) maka indikator dinyatakan valid, item X3.2 dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,569 > 0,254$) maka indikator dinyatakan valid, item X3.3 dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,707 > 0,254$) maka indikator dinyatakan valid, X3.4 dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,669 > 0,254$) maka indikator dinyatakan valid, dan item X3.5 dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,692 > 0,254$) maka indikator dinyatakan valid.

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian

Produk	<i>Person Correlation</i>	R_{tabel} (N=60) Taraf Signifikansi 5%	Validitas
Y.1	,804	0,254	Valid
Y.2	,724	0,254	Valid
Y.3	,637	0,254	Valid
Y.4	,756	0,254	Valid
Y.5	,707	0,254	Valid

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 22.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.10 hasil uji validitas variabel keputusan pembelian di atas diketahui bahwa item Y.1 dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,804 > 0,254$) maka indikator dinyatakan valid, item Y.2 dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,724 > 0,254$) maka indikator dinyatakan valid, item Y.3 dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,637 > 0,254$) maka indikator dinyatakan valid, Y.4 dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,756 > 0,254$) maka indikator dinyatakan valid, dan item Y.5 dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ ($0,707 > 0,254$) maka indikator dinyatakan valid.

2. Uji Reabilitas

Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data sesuai dengan tujuan pengukuran. Untuk mencapai hal tersebut, dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode Alpha Cronbach`s diukur berdasarkan skala Alpha Cronbach`s 0 sampai 1. Suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai Alpha Cronbach`s $>$ dari 0.60.

Jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan reng yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Nilai Alpa Cronbach 0,00 – 0.20 berarti kurang reliabel.
- b. Nilai Alpa Cronbach 0,21 – 0.40 berarti agak reliabel.
- c. Nilai Alpa Cronbach 0,41 – 0.60 berarti cukup reliabel.

- d. Nilai Alpa Cronbach 0,61 – 0.80 berarti reliabel.
- e. Nilai Alpa Cronbach 0,81 – 1.00 berarti sangat reliable.

Hasil pengujian validitas instrumen dapat diketahui pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.12
Hasil Uji Reliabilitas X1

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items
.738	5

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 22.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.12 hasil uji reabilitas X1 di atas, dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach Alpha* untuk item pertanyaan nomor 1 sampai 5 variabel harga lebih besar dari 0,61 yaitu sebesar 0,735. Yang artinya bahwa kuesioner dalam penelitian ini adalah reliabel.

Tabel 4.13
Hasil Uji Reliabilitas X2

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items
.749	5

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 22.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.13 hasil uji reabilitas X2 di atas, dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach Alpha* untuk item pertanyaan nomor 1 sampai 5 variabel harga lebih besar dari 0,61 yaitu sebesar 0,749. Yang artinya bahwa kuesioner dalam penelitian ini adalah reliabel.

Tabel 4.14
Hasil Uji Reliabilitas X3

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items
.685	5

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 22.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.14 hasil uji reabilitas X3 di atas, dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach Alpha* untuk item pertanyaan nomor 1 sampai 5 variabel harga lebih besar dari 0,61 yaitu sebesar 0,685. Yang artinya bahwa kuesioner dalam penelitian ini adalah reliabel.

Tabel 4.15
Hasil Uji Reliabilitas Y

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items
.726	5

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 22.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.15 hasil uji reabilitas Y di atas, dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach Alpha* untuk item pertanyaan nomor 1 sampai 5 variabel harga lebih besar dari 0,61 yaitu sebesar 0,726. Yang artinya bahwa kuesioner dalam penelitian ini adalah reliabel.

E. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas Data

Uji normalitas merupakan salah satu bagian dari uji persyaratan analisis data dan uji asumsi klasik, artinya sebelum kita melakukan analisis yang sesungguhnya, data penelitian tersebut harus diuji kenormalan distribusinya. Jadi, uji normalitas data ini bertujuan untuk menguji apakah data penelitian yang kita lakukan memiliki distribusi yang normal atau tidak. Dasar pengambilan keputusan uji normalitas yaitu jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data tersebut berdistribusi normal. Namun sebaliknya, apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

Berikut adalah hasil pengujian dengan pendekatan *Kolmogorov-Smirnov* menggunakan aplikasi software SPSS 22.0 dengan perumusan sebagai berikut:

H_0 = data tidak berdistribusi normal

H_1 = data berdistribusi normal

Dengan menggunakan taraf signifikansi 5% atau $\alpha = 0,05$, terima H_1 jika nilai signifikansi $\geq \alpha$ dan tolak H_1 jika nilai signifikansi $\leq \alpha$.

Hasil pengujian normalitas data dapat diketahui pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.16
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.10610592
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.056
	Negative	-.086
Test Statistic		.086
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: data primer diolah dengan SPSS 22.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.16 hasil uji normalitas, dapat diketahui nilai signifikansi atau *Asymp. Sig. (2-tailed)* variabel sebesar 0,200

yang artinya bahwa nilai signifikansi atau *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari 0,05 ($0,200 > 0,05$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas timbul sebagai akibat adanya hubungan klausul antara dua variabel bebas atau lebih atau adanya kenyataan bahwa dua variabel penjelas atau lebih bersama-sama dipengaruhi oleh variabel ketiga yang berada di luar model. Dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinieritas dapat dilakukan dengan 2 cara, yaitu sebagai berikut:

1. Melihat nilai tolerance
 - a. Jika nilai tolerance $> 0,10$ maka artinya tidak terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji.
 - b. Jika nilai tolerance $< 0,10$ maka artinya terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji.
2. Melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*)
 - a. Jika nilai VIF $< 10,00$ maka artinya tidak terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji.
 - b. Jika nilai VIF $> 10,00$ maka artinya terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji.

Berikut ini adalah hasil uji multikolinieritas data dari SPSS 22.0, yakni:

Tabel 4.17
Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF	
		B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	.562	2.413		.233	.817			
	Harga	.515	.119	.461	4.341	.000	.592	1.690	
	Citra_Merek	.355	.097	.367	3.665	.001	.665	1.503	
	Kualitas_Pelayanan	.105	.102	.100	1.026	.309	.700	1.428	

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 22.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.17 hasil uji multikolinieritas yang dilakukan diketahui bahwa nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) yaitu: harga 1,690, citra merek 1,503, dan kualitas pelayanan 1,428, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel-variabel independen terbebas dari asumsi klasik multikolinieritas atau tidak terjadi multikolinieritas.

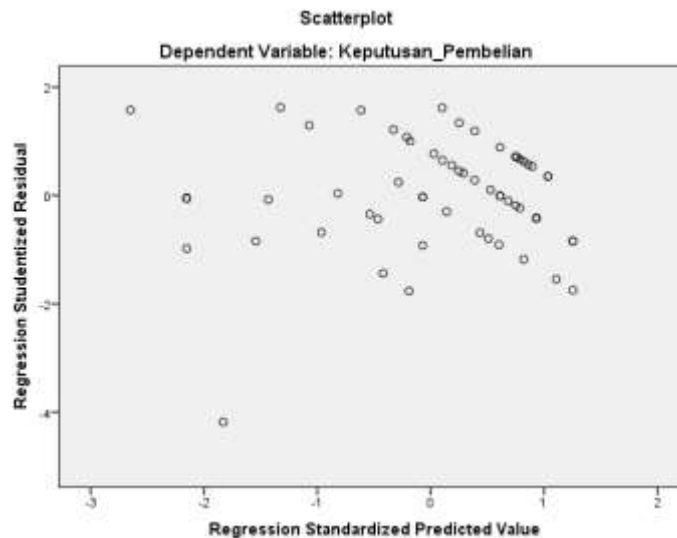
3. Uji Heteroskedastisitas

Dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas menggunakan grafik *Scatterplot* adalah sebagai berikut:

- a. Jika terdapat pola tertentu pada grafik *Scatterplot* SPSS, seperti titik-titik yang membentuk pola yang teratur (bergelombang, menyebar kemudian menyempit), maka dapat disimpulkan bahwa telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Sebaliknya, jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar, maka indikasinya adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

Berikut ini adalah hasil uji heteroskedastisitas data dari SPSS 22.0, yakni:

Gambar 4.1
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: data primer diolah dengan SPSS 22.0, 2020

Berdasarkan gambar 4.6 hasil uji heteroskedastisitas dengan grafik *scatterplot* dapat dilihat bahwa tidak ada pola tertentu yang jelas dan terlihat titik-titik menyebar secara acak di atas dan juga di bawah angka 0 pada sumbu Y. hal tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk prediksi dalam keputusan pembelian laptop merek HP berdasarkan masukan variabel independen yaitu harga, citra merek dan kualitas pelayanan.

F. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah analisis untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua atau lebih variabel independen (harga, citra

merek dan kualitas pelayanan) terhadap satu variabel dependen (keputusan pembelian laptop merek HP) secara sendiri-sendiri (parsial) maupun bersama-sama (simultan). Hasil uji menggunakan uji regresi linier berganda disajikan sebagai berikut:

Tabel 4.18
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.562	2.413		.233	.817
	Harga	.515	.119	.461	4.341	.000
	Citra Merek	.355	.097	.367	3.665	.001
	Kualitas Pelayanan	.105	.102	.100	1.026	.309
a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian						

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 22.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.18 hasil uji regresi linear berganda diatas maka dapat diperoleh hasil persamaan sebagai berikut:

$$Y = 0,562 + 0,515X_1 + 0,355X_2 + 0,105X_3$$

Keterangan:

X₁ : Harga

X₂ : Citra Merek

X₃ : Kualitas Pelayanan

Y : Keputusan Pembelian Laptop HP

Dari persamaan regresi linier berganda tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 0,562, artinya jika harga (X1), citra merek (X2), kualitas pelayanan (X3) nilainya adalah 0, maka keputusan pembelian (Y) nilainya sebesar 0,562.
2. Koefisien regresi linier harga (X1) sebesar 0,515 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan pada variabel harga, maka akan meningkatkan keputusan pembelian laptop HP sebesar 0,515. Koefisien yang bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara harga dengan keputusan pembelian laptop merek HP, semakin baik faktor harga maka semakin meningkat pula keputusan pembelian laptop merek HP.
3. Koefisien regresi linier citra merek (X2) sebesar 0,355 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan pada variabel citra merek, maka akan meningkatkan keputusan pembelian laptop merek HP sebesar 0,355. Koefisien yang bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara citra merek dengan keputusan pembelian laptop merek HP, semakin baik faktor citra merek maka semakin meningkat pula keputusan pembelian laptop merek HP.
4. Koefisien regresi linier kualitas pelayanan (X3) sebesar 0,105 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 satuan pada variabel kualitas pelayanan, maka akan meningkatkan keputusan pembelian laptop merek HP sebesar 0,105. Koefisien yang bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif antara kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian

laptop merek HP, semakin baik faktor kualitas pelayanan maka semakin meningkat pula keputusan pembelian laptop merek HP.

G. Uji Hipotesis

1. Uji T (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah harga, citra merek, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian laptop merek HP konsumen CV. Harapan Indo Sentosa. Pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$. Untuk menentukan t_{tabel} yaitu dengan rumus $df = n$ (jumlah sampel) – k (jumlah variabel independen) – 1 = $60 - 3 - 1 = 56$ dan $\alpha = 5\%$, jadi diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 2,003. Adapun hipotesis awal adalah sebagai berikut:

H_0 : harga, citra merek dan kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian laptop merek HP di CV. Harapan Indo Sentosa Tulungagung.

H_1 : harga, citra merek dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian laptop merek HP di CV. Harapan Indo Sentosa Tulungagung.

Tabel 4.19

Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.562	2.413		.233	.817
	Harga	.515	.119	.461	4.341	.000
	Citra Merek	.355	.097	.367	3.665	.001
	Kualitas Pelayanan	.105	.102	.100	1.026	.309

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian
--

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 22.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.19 hasil uji t diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

H_0 : harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian laptop merek HP di CV. Harapan Indo Sentosa Tulungagung.

H_1 : harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian laptop merek HP di CV. Harapan Indo Sentosa Tulungagung.

Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial di dapat nilai harga t_{hitung} sebesar 4,341 lebih besar dari t_{tabel} yaitu 2,003 dengan taraf signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$), maka harga berpengaruh dan memiliki hubungan positif terhadap keputusan pembelian laptop merek HP atau tolak H_0 dan terima H_1 , dan nilai signifikan harga sebesar 0,000 lebih kecil dari α 0,05 maka harga signifikan terhadap keputusan pembelian laptop merek HP di CV. Harapan Indo Sentosa Tulungagung.

2. Pengaruh Citra Merek (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

H_0 : citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian laptop merek HP di CV. Harapan Indo Sentosa Tulungagung.

H_1 : citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian laptop merek HP di CV. Harapan Indo Sentosa Tulungagung.

Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial di dapat nilai citra merek t_{hitung} sebesar 3,665 lebih besar dari t_{tabel} yaitu 2,003 dengan taraf signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$), maka citra merek berpengaruh dan memiliki hubungan positif terhadap keputusan pembelian laptop merek HP atau tolak H_0 dan terima H_1 , dan nilai signifikan citra merek sebesar 0,001 lebih kecil dari *alpha* 0,05 maka citra merek signifikan terhadap keputusan pembelian laptop merek HP di CV. Harapan Indo Sentosa Tulungagung.

3. Pengaruh kualitas pelayanan (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

H_0 : kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian laptop merek HP di CV. Harapan Indo Sentosa Tulungagung.

H_1 : kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian laptop merek HP di CV. Harapan Indo Sentosa Tulungagung.

Berdasarkan hasil analisis regresi secara parsial di dapat nilai kualitas pelayanan t_{hitung} sebesar 1,026 lebih kecil dari t_{tabel} yaitu 2,003 dengan taraf signifikansi 0,05 ($\alpha = 5\%$), maka kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian laptop merek HP atau terima H_0 dan tolak H_1 , dan nilai signifikan kualitas pelayanan sebesar 0,309 lebih besar dari *alpha* 0,05 maka kualitas pelayanan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian laptop merek HP di CV. Harapan Indo Sentosa Tulungagung.

2. Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama (simultan) harga (X1), citra merek (X2), dan kualitas pelayanan (X3), berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) laptop merek HP di CV. Harapan Indo Sentosa Tulungagung. Pada tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$.

Adapun hipotesis awal adalah sebagai berikut:

H_0 : harga, citra merek dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian laptop merek HP di CV.

Harapan Indo Sentosa Tulungagung

H_1 : harga, citra merek dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian laptop merek HP di CV.

Harapan Indo Sentosa Tulungagung

Tabel 4.20

Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	120.749	3	40.250	31.225	.000 ^b
	Residual	72.185	56	1.289		
	Total	192.933	59			
a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian						
b. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan, Citra_Merek, Harga						

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 22.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.20 hasil uji F diatas, dapat diketahui bahwa hasil dari analisis regresi secara bersama-sama (simultan) didapatkan nilai F_{hitung} sebesar 31,225 yang lebih besar dari F_{tabel} sebesar 3,16 (hasil

dari $df1 = k-1$, $df2 = n-k$ maka hasilnya $df1 = 3 - 1 = 2$, $df2 = 60 - 3 = 57$) dan signifikansi F sebesar 0,000 yang lebih kecil dari $alpha$ 0,05.

Maka, berdasarkan penelitian ini, dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Karena F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($31,225 > 3,16$) atau signifikansi F yang lebih kecil dari nilai $alpha$ 0,05 atau dengan kata lain ada pengaruh yang signifikan harga, citra merek, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian laptop merek HP di CV. Harapan Indo Sentosa secara bersama-sama.

H. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Uji determinasi atau uji R^2 digunakan untuk mengukur seberapa dekat garis regresi yang terestimasi dengan data sesungguhnya. Nilai koefisien determinasi mencerminkan seberapa besar variabel terikat Y dapat diterangkan oleh variabel bebas X.

- 1) Bila nilai koefisien determinasi sama dengan 0 ($R^2=0$) artinya variasi dari Y tidak dapat diterangkan oleh X.
- 2) Bila nilai koefisien determinasi sama dengan 1 ($R^2=1$) artinya variabel Y secara keseluruhan dapat diterangkan oleh X.

Untuk mengetahui determinasi variabel yang diteliti dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Tabel 4.21
Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.791 ^a	.626	.606	1.135	2.028
a. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan, Citra_Merek, Harga					
b. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian					

Sumber: data primer diolah dengan SPSS 22.0, 2020

Berdasarkan tabel 4.21 hasil analisis koefisien determinasi diatas dapat diketahui bahwa pada kolom *Adjusted R square* adalah 0,606 artinya 60,6% variabel terikat keputusan pembelian (Y) laptop merek HP di CV. Harapan Indo Sentosa dijelaskan oleh variabel bebas yang terdiri dari harga, citra merek dan kualitas pelayanan. Dan sisanya sebesar 39,4% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan. Jadi, sebagian besar variabel terikat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas yang digunakan dalam model.