

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung adalah perguruan tinggi Islam negeri di Indonesia yang berda di Tulungagung. IAIN Tulungagung merupakan bentuk pengembangan dan peningkatan serta pemantapan status kelembagaan dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Tulungagung. Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) merupakan bentuk pengembangan dan peningkatan serta pemantapan status dari Fakultas cabang IAIN Sunan Ampel yang berada di luar induknya, yang tersebar di berbagai daerah menjadi perguruan tinggi yang mandiri. Dengan status kemandiriannya itu STAIN Tulungagung diharapkan akan mempunyai peran yang semakin penting dan mantap dalam meningkatkan kecerdasan, harkat dan martabat bangsa, dengan menghasilkan tenaga ahli/sarjana Islam yang memiliki wawasan yang luas dan terbuka, kemampuan berfikir integratif dan perspektif dan memiliki kemampuan manajerial dan profesionalisme sesuai dengan tuntutan kebutuhan masyarakat dalam era globalisasi saat ini.

Pada 1968, bertepatan dengan diberikannya kewenangan dari IAIN Sunan Ampel Surabaya untuk membuka fakultas daerah (di luar induk), usaha para pendiri membuahkan hasil dengan disetujuinya pendirian perguruan tinggi negeri setingkat fakultas yaitu Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Ampel Cabang Tulungagung yang diresmikan

bersama-sama SP IAIN (dari SP Singoleksono) pada hari Jum'at tanggal 1 Jumadil akhir 1388 H. bertepatan dengan 26 Juli 1968 M. oleh Menteri Agama RI. KH. Achmad Dahlan, berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama tertanggal 17 Juli 1968. Sehingga pada tahun ini IAIN Sunan Ampel Cabang Tulungagung berdiri sebagai kelanjutan dari SP IAIN.

Sebagai upaya pemerintah untuk mengembangkan lembaga pendidikan tinggi Islam, khususnya yang berstatus Fakultas daerah (cabang), maka diterbitkan Surat Keputusan Presiden (Kepres) Nomor 11 Tahun 1997 tentang Pendirian Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri dan Keputusan Menteri Agama RI No. 315 Tahun 1997 tentang Organisasi dan Tata Kerja STAIN Tulungagung, Keputusan Menteri Agama RI. No. 348 Tahun 1997 tentang Statuta STAIN Tulungagung, Keputusan Dirjen Binbaga Islam Nomor : E/136/1997 tentang alih status dari Fakultas daerah menjadi STAIN dan Persetujuan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara (PAN) No.8.589/I/1997 tentang pendirian STAIN, yang telah merubah status semua fakultas cabang yang berada di bawah IAIN di seluruh Indonesia menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN), termasuk Fakultas Tarbiyah di Tulungagung yang semula bagian dari Fakultas cabang IAIN Sunan Ampel.

Seiring dengan perkembangan dan peningkatan alih status STAIN Tulungagung menjadi IAIN Tulungagung, maka secara resmi berdasarkan Peraturan Presiden RI Nomor 50 Tahun 2013 tanggal 6 Agustus 2013 STAIN Tulungagung meningkat statusnya menjadi Institut Agama Islam

Negeri Tulungagung. kemudian diresmikan oleh Menteri Agama RI, Bapak Suryadharma Ali, M.Sc., pada tanggal 28 Desember 2013 sekaligus pelantikan Rektor IAIN Tulungagung. Kemudian Perpres tersebut diturunkan menjadi Peraturan Menteri Agama (PMA) Nomor 91 tahun 2013 yang menjelaskan bahwa IAIN Tulungagung memiliki 4 (empat) Fakultas, yaitu: Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.⁹⁵

Saat ini Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam 6 program studi yaitu:

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

B. Deskripsi Data

Deskripsi Responden Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung. Adapun jumlah sampel yang ditentukan sebagai sampel adalah sebanyak 100 dengan teknik *simple random sampling*. Setiap responden diberikan kuesioner untuk memberikan jawaban atas pernyataan yang telah disediakan peneliti. Karakteristik yang diteliti dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin

⁹⁵ febi.iain-tulungagung.ac.id, diakses pada 25 April 2018

responden, jurusan responden, dan usia responden. Kemudian melakukan analisis atas data yang diperoleh meliputi analisis variabel–variabel berupa atribut produk, ekuitas merek, dan kualitas produk dengan jumlah pertanyaan sebanyak 25 butir. Analisis dilakukan dengan menggunakan komputer melalui program SPSS 21.0. Untuk lebih jelasnya karakteristik responden dapat dijabarkan sebagai berikut:

a. Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh gambaran tentang jenis kelamin dari responden yang dapat dilihat pada tabel 4.1 sebagai berikut:

Tabel 4.1
Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Prosentase
Laki-laki	43	43 %
Perempuan	57	57 %
Jumlah	100	100 %

Sumber: Data diolah peneliti, 2018

Dari hasil penelitian yang dapat dilihat pada tabel 4.1 didapatkan informasi bahwa mayoritas responden memiliki jenis kelamin perempuan dengan jumlah 57 orang atau 57 %. Hal ini berarti bahwa perempuan menunjukkan sebagai pemakai *notebook* Acer lebih banyak dibandingkan laki-laki.

b. Usia

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh gambaran tentang usia dari responden yang dapat dilihat pada tabel 4.2 sebagai berikut:

Tabel 4.2
Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden	Prosentase
17-20 tahun	21	21%
21-24 tahun	74	73%
25-28 tahun	5	5%
>28 tahun	0	0 %
Jumlah	100	100 %

Sumber: Data diolah peneliti, 2018

Dari hasil penelitian yang dapat dilihat pada tabel 4.2 didapatkan informasi bahwa mayoritas responden berusia antara 21-24 tahun dengan jumlah 74 orang atau 74%. Data tersebut menjelaskan bahwa yang paling banyak menggunakan *notebook* Acer adalah pemakai yang berusia antara 21-24 tahun.

c. **Jurusan**

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh gambaran tentang jurusan dari responden yang dapat dilihat pada tabel 4.3 sebagai berikut :

Tabel 4.3
Deskripsi Responden Berdasarkan Jurusan

Usia	Jumlah Responden	Prosentase
Perbankan Syariah	21	21%
Ekonomi Syariah	32	42%
Akuntansi Syariah	35	35%
MBS	2	2%
MKS	4	4%
MAZAWA	6	6%
Jumlah	100	100 %

Data diolah peneliti, 2018

Berdasarkan Tabel 4.3 menunjukkan bahwa dari 100 responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini 21 responden

atau 21% adalah jurusan Perbankan Syariah, 32 responden atau 32% adalah jurusan Ekonomi Syariah, 35 responden atau 35% adalah jurusan Akuntansi Syariah, 2 responden atau 2% adalah jurusan Manajemen Bisnis Syariah, 4 responden atau 4% adalah jurusan Manajemen Keuangan Syariah, dan 6 responden atau 6% adalah Manajemen Zakat dan Wakaf.

Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah lebih banyak menggunakan *notebook* merek Acer.

C. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Variabel Penelitian

Angket telah peneliti sebarakan kepada responden yang terdiri atas 25 item pernyataan dan dibagi dalam 4 kategori yaitu:

- a. 6 (enam) pernyataan digunakan untuk atribut produk (X1)
- b. 6 (enam) pernyataan digunakan untuk daya ekuitas merek (X2)
- c. 7 (tujuh) pernyataan digunakan untuk kualitas produk (X3)
- d. 6 (enam) pernyataan digunakan untuk keputusan pembelian (Y)

Hasil yang diperoleh dari jawaban responden sebagaimana akan dipaparkan pada tabel berikut ini:

a. Atribut Produk

Tanggapan responden tentang variabel atribut produk dengan 3 indikator yang diwakili oleh 6 item pernyataan, terdapat pada pernyataan menjalankan fungsinya dengan baik yang menyatakan sangat setuju 24%, setuju 60% dan netral 16%.

Kapasitas memori besar dan prosesor tangguh yang menyatakan sangat setuju 20%, setuju 61%, netral 17%, dan tidak setuju 2%. Pilihan warna bervariasi yang menyatakan sangat setuju 3%, setuju 62%, netral 18%, dan tidak setuju 7%. Desain menarik yang menyatakan sangat setuju 5%, setuju 62%, netral 29%, dan tidak setuju 2%. Bahan-bahan pembuatan berkualitas yang menyatakan sangat setuju 6%, setuju 49%, netral 41% tidak setuju 4%. Spesifikasi sesuai keinginan yang menyatakan sangat setuju 7%, setuju 51%, netral 37%, dan tidak setuju 5%.

b. Ekuitas Merek (X2)

Tanggapan responden tentang variabel ekuitas merek dengan 4 indikator yang diwakili oleh 6 item pernyataan, terdapat pada pernyataan merek produk mudah diingat yang menyatakan sangat setuju 23%, setuju 65%, dan netral 12%. Memiliki kesan yang baik yang menyatakan sangat setuju 12%, setuju 47%, netral 39% dan tidak setuju 2%. Memiliki loyalitas yang menyatakan sangat setuju 8%, setuju 38%, netral 45% dan tidak setuju 9%. Lebih unggul dari produk lain yang menyatakan sangat setuju 3%, setuju 32%, netral 43%, tidak setuju 19%, dan sangat tidak setuju 3%. Memiliki kesan modern yang menyatakan sangat setuju 10%, setuju 39%, netral 47% dan tidak setuju 4%. Kualitas sesuai harapan yang menyatakan sangat setuju 12%, setuju 43%, netral 40% dan tidak setuju 5%.

c. Kualitas Produk (X3)

Tanggapan responden tentang variabel kepercayaan dengan 4 indikator yang diwakili oleh 7 item pernyataan, terdapat pada pernyataan fungsi sistem stabil yang menyatakan sangat setuju 5%, setuju 55%, netral 31% dan tidak setuju 4%. Memberikan kenyamanan dengan performa baik yang menyatakan sangat setuju 1%, setuju 59%, netral 26% dan tidak setuju 4%. Fitur lengkap yang menyatakan sangat setuju 10%, setuju 47%, netral 36% dan tidak setuju 7%. Tidak ada kendala ketika sistem dijalankan yang menyatakan sangat setuju 9%, setuju 41%, netral 3% dan tidak setuju 9%. Daya tahan awet yang menyatakan sangat setuju 3%, setuju 57%, netral 38% dan tidak setuju 9%. Harga terjangkau yang menyatakan sangat setuju 8%, setuju 59%, netral 27%, tidak setuju 6%. Ketika *error* mudah diperbaiki yang menyatakan sangat setuju 3%, setuju 54%, netral 3% dan tidak setuju 6%.

d. Keputusan Pembelian (Y)

Tanggapan responden tentang variabel minat beli dengan 6 indikator yang diwakili oleh 6 item pernyataan, terdapat pada pernyataan memilih karena popularitas yang menyatakan sangat setuju 6%, setuju 54%, netral 23% dan tidak setuju 17%. Terkenal bagus yang menyatakan sangat setuju 11%, setuju 62%, netral 21% dan tidak setuju 2%. Fitur memenuhi kebutuhan yang menyatakan sangat setuju 4%, setuju 6%, netral 1%, tidak setuju 6% dan sangat

tidak setuju 4%. Memiliki kedekatan internal yang menyatakan sangat setuju 2%, setuju 43%, netral 28%, tidak setuju 19% dan sangat tidak setuju %. Kenyamanan *dealer* tempat membeli yang menyatakan sangat setuju 3%, setuju 55%, netral 32%, tidak setuju 9% dan sangat tidak setuju 2%. Konsumen menyukai sistem pembayaran *online/offline* yang menyatakan sangat setuju 18%, setuju 53%, netral 9%, tidak setuju 6% dan sangat tidak setuju 4%.

D. Analisis Data

Penelitian ini menggunakan data angket yang disebar menggunakan metode secara langsung dan media sosial yaitu google form kepada para Mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung. Sehingga dapat dilakukan analisis data yang diperoleh, yaitu meliputi analisis variabel-variabel independen berupa atribut produk, ekuitas merek, dan kualitas produk terhadap variabel dependen berupa keputusan pembelian. Perhitungan variabel-variabel tersebut dilakukan dengan menggunakan komputer melalui program SPSS 21.0. Berikut ini deskripsi statistik berdasarkan data yang telah diolah dengan menggunakan SPSS 21.0

1. Hasil Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Berikut ini hasil pengujian validasi pada angket yang disebar pada Mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung. Nilai validitas dapat dilihat pada nilai *Pearson Correlation*.

Tabel 4.4
Uji Validitas Instrumen Variabel Atribut Produk

Nomor Item	<i>Pearson Correlation</i>	R Tabel (N=100), Taraf Signifikasi 5%	Keterangan
X1.1	0,505	0,197	Valid
X1.2	0,540	0,197	Valid
X1.3	0,443	0,197	Valid
X1.4	0,473	0,197	Valid
X1.5	0,428	0,197	Valid
X1.6	0,467	0,197	Valid

Sumber: Data Primer diolah SPSS 21.0 tahun 2018

Tabel 4.5
Uji Validitas Instrumen Variabel Ekuitas Merek

Nomor Item	<i>Pearson Correlation</i>	R Tabel (N=100), Taraf Signifikasi 5%	Keterangan
X2.1	0,513	0,197	Valid
X2.2	0,759	0,197	Valid
X2.3	0,805	0,197	Valid
X2.4	0,857	0,197	Valid
X2.5	0,793	0,197	Valid
X2.6	0,808	0,197	Valid

Sumber: Data Primer diolah SPSS 21.0 tahun 2018

Tabel 4.6
Uji Validitas Instrumen Variabel Kualitas Produk

Nomor Item	<i>Pearson Correlation</i>	R Tabel (N=100), Taraf Signifikasi 5%	Keterangan
X3.1	0,612	0,197	Valid
X3.2	0,723	0,197	Valid
X3.3	0,685	0,197	Valid
X3.4	0,816	0,197	Valid
X3.5	0,654	0,197	Valid
X3.6	0,691	0,197	Valid
X3.7	0,661	0,197	Valid

Sumber: Data Primer diolah SPSS 21.0 tahun 2018

Tabel 4.7
Uji Validitas Instrumen Variabel Keputusan Pembelian

Nomor Item	<i>Pearson Correlation</i>	R Tabel (N=100), Taraf Signifikasi 5%	Keterangan
Y1.1	0,622	0,197	Valid
Y1.2	0,715	0,197	Valid

Y1.3	0,597	0,197	Valid
Y1.4	0,606	0,197	Valid
Y1.5	0,700	0,197	Valid
Y1.6	0,491	0,197	Valid

Sumber: Data Primer diolah SPSS 21.0 tahun 2018

Berdasarkan tabel di atas seluruh item pertanyaan atau pernyataan mulai dari variabel Atribut Produk (X_1), Ekuitas Merek (X_2), Kualitas Produk (X_3) dan Keputusan Pembelian (Y) adalah valid karena *Pearson Correlation* lebih besar dibanding 0,197 dan apabila korelasi tiap faktor positif dan besarnya 0,197 ke atas maka variabel tersebut merupakan *construct* yang kuat.

b. Uji Reliabilitas

Dalam suatu penelitian, pengujian reliabilitas instrument dilakukan karena keterandalan instrument berkaitan dengan keajaiban dan taraf kepercayaan terhadap instrument penelitian tersebut. Reliabilitas yang digunakan menurut Nugroho dan Sayuti yaitu dinyatakan reliabel jika mempunyai nilai koefisien *alpha* yang lebih besar dari 0,60. Berikut hasil dari uji reliabilitas variabel Atribut Produk (X_1), Ekuitas Merek (X_2), Kualitas Produk (X_3), dan Ekuitas Merek (Y).

Tabel 4.8
Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Atribut Produk

Cronbach's Alpha	N of Items
.313	6

Sumber: Data Primer diolah SPSS 21.0 tahun 2018

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel Atribut Produk sebesar 0,313 kurang dari 0,60. Jadi dapat disimpulkan bahwa uji reliabilitas pada variabel Atribut Produk memiliki reliabilitas yang buruk.

Tabel 4.9
Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Ekuitas Merek

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.853	6

Sumber: Data Primer diolah SPSS 21.0 tahun 2018

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel Ekuitas Merek sebesar 0,853 lebih dari 0,60. Jadi dapat disimpulkan bahwa uji reabilitas pada variabel Ekuitas Merek memiliki reabilitas yang baik.

Tabel 4.10
Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Kualitas Produk

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.817	7

Sumber: Data Primer diolah SPSS 21.0 tahun 2018

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel Kualitas Produk sebesar 0,817 lebih dari 0,60. Jadi dapat disimpulkan bahwa uji reabilitas pada variabel Kualitas Produk memiliki reabilitas yang baik.

Tabel 4.11
Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Keputusan Pembelian

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.669	6

Sumber: Data Primer diolah SPSS 21.0 tahun 2018

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel Keputusan Pembelian sebesar 0,669 lebih dari 0,60. Jadi dapat disimpulkan bahwa uji reabilitas pada variabel Keputusan Pembelian memiliki reabilitas yang baik.

2. Uji Normalitas

Pada uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas data dengan *Kolmogorov-Smirnov*, asumsi data dikatakan normal jika, variabel memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05. Berikut hasil dari uji normalitas:

Tabel 4.12

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.60382518
	Absolute	.094
Most Extreme Differences	Positive	.062
	Negative	-.094
Kolmogorov-Smirnov Z		.929
Asymp. Sig. (2-tailed)		.354

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.

Sumber: Data Primer diolah SPSS 21.0 tahun 2018

Berdasarkan tabel *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* diperoleh angka *Asymp. Sig. (2-tailed)* yaitu $0,354 > 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini distribusi secara normal karena memiliki nilai signifikan lebih dari 0.05.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Untuk mendeteksi uji multikolinieritas adalah dengan melihat VIF (*Variance Inflation Factor*) dan nilai *tolerance* nya. Jika VIF (< 10) kurang dari 10 dan nilai *tolerance* nya (> 10) lebih dari 0.10, maka tidak terjadi multikolonieritas. Berikut hasil uji multikolinieritas:

Tabel 4.13

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Atribut Produk	.841	1.190
Ekuitas Merek	.765	1.308
Kualitas Produk	.767	1.304

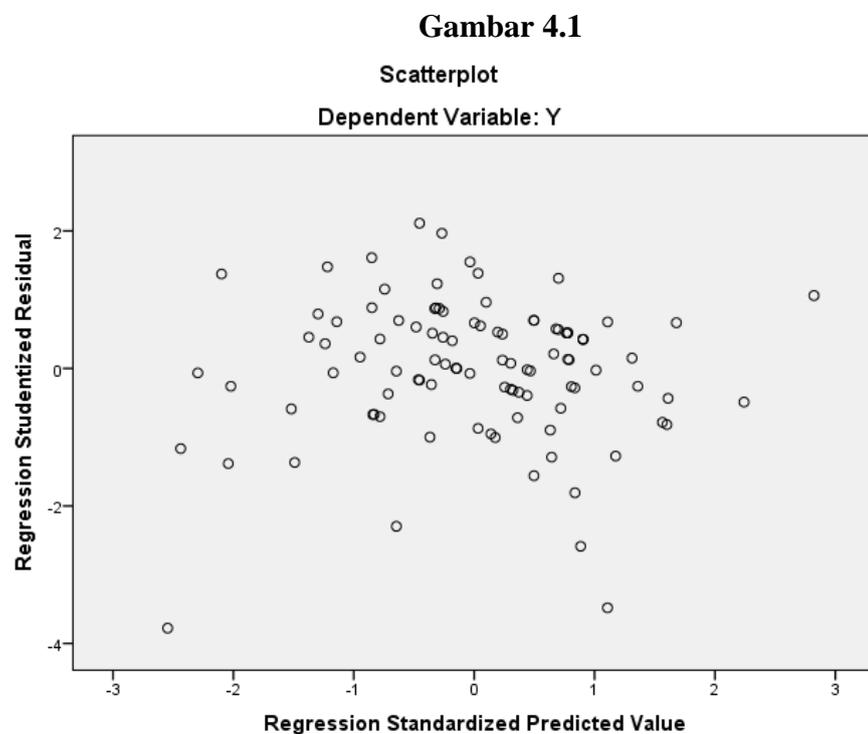
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Primer diolah SPSS 21.0 tahun 2018

Berdasarkan *coefficients* di atas diketahui bahwa nilai VIF yaitu 1,190 (Variabel Atribut Produk), 1,308 (Variabel Ekuitas Merek), dan 1,304 (Variabel Kualitas Produk). Jadi variabel terbebas dari asumsi klasik multikolinearitas, karena hasilnya lebih kecil dari 10.

b. Uji Heteroskedastisitas

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat dari pola gambar *Scatterplot*. Tidak terdapat heteroskedastisitas jika: (1) penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola; (2) titik-titik data menyebar di atas dan dibawah atau disekitar angka 0; dan (3) titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas dan dibawah saja. Berikut hasil dari uji heteroskedastisitas:



Sumber: Data Primer diolah SPSS 21.0 tahun 2018

Dari grafik *scatterplot* terlihat bahwa titik-titik tidak membentuk pola tertentu sehingga penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji Regresi Linier Beranda

Tabel 4.15
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	5.424	3.261	
Atribut Produk	.122	.149	.075
Ekuitas Merek	.363	.094	.375
Kualitas Produk	.207	.084	.239

Sumber: Data Primer diolah SPSS 21.0 tahun 2018

Tabel diatas digunakan untuk menggambarkan persamaan regresi berikut ini:

$$Y = 5,424 + 0,122 X_1 + 0,363 X_2 + 0,207 X_3$$

Atau Keputusan Pembelian = 5,424 + 0,122 (Atribut Produk) + 0,363 (Ekuitas Merek) + 0,207 (Kualitas Produk).

Keterangan:

- a) Nilai konstanta sebesar 5,424 menyatakan bahwa apabila variabel atribut produk, ekuitas merek, dan kualitas produk maka keputusan pembelian sebesar 5,424.
- b) Koefisien regresi X_1 , sebesar +0,122, menyatakan bahwa apabila atribut produk mengalami kenaikan maka akan

menambah daya tarik pengaruh keputusan pembelian (Y) *notebook* Acer sebesar 0,122. Koefisien bernilai positif antara ekuitas merek dengan keputusan pembelian mahasiswa, maka semakin tinggi tingkat nilai atribut produk maka akan semakin besar pengaruhnya dalam mengambil keputusan pembelian.

- c) Koefisien regresi variabel ekuitas merek (X_2) sebesar +0,363 menyatakan bahwa apabila ekuitas merek mengalami kenaikan maka akan menambah daya tarik melakukan keputusan pembelian (Y) *notebook* Acer sebesar 0,363. Koefisien bernilai positif antara ekuitas merek dengan keputusan pembelian mahasiswa, maka semakin tinggi tingkat nilai ekuitas merek, maka akan semakin besar pengaruhnya dalam mengambil keputusan pembelian.
- d) Koefisien regresi variabel kualitas produk (X_3) sebesar +0,207 menyatakan bahwa apabila kualitas produk mengalami kenaikan maka akan meningkatkan pengaruh pengambilan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,207. Koefisien bernilai positif antara kualitas produk dengan keputusan pembelian mahasiswa, maka akan semakin besar pengaruhnya dalam mengambil keputusan pembelian.
- e) Tanda (+) menandakan arah hubungan yang searah, sedangkan tanda (-) menunjukkan arah hubungan yang berbanding terbalik antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

f) Dari hasil uji penelitian terlihat bahwa variabel yang paling dominan dari variabel atribut produk, variabel ekuitas merek dan variabel kualitas produk terhadap variabel keputusan pembelian adalah variabel ekuitas merek.

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi untuk mengetahui besarnya variabel independen dalam menerangkan variabel dependen atau untuk menjelaskan sejauh mana kemampuan variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut hasil uji koefisien determinasi:

Tabel 4.16

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.560 ^a	.313	.292	2.68415

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Atribut Produk, Ekuitas Merek

b. Dependent Variable: Kualitas Produk

Sumber: Data Primer diolah SPSS 21.0 tahun 2018

Tabel diatas menjelaskan bahwa besarnya presentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Angka *Adjusted R Square* atau besar koefisien determinasi adalah 0,292. Jadi pengaruh variabel independen terhadap perubahan variabel dependen adalah 29,2%. Sedangkan sisanya (100% - 29,2% = 70,8%) dijelaskan oleh sebab-sebab lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

6. Uji Hipotesis

a. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. Cara mengetahuinya dilihat dari t hitung lebih besar daripada t tabel maka uji regresi dikatakan signifikan. Atau dengan melihat angka signifikasinya. Jika nilai Sig. lebih kecil dari 0.05 maka secara parsial atau sendiri-sendiri variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Berikut hasil uji t:

Tabel 4.17
Coefficients^a

Model	Standardized Coefficients	t	Sig.
	Beta		
(Constant)		1.663	.100
Atribut Produk	.075	.815	.417
Ekuitas Merek	.375	3.877	.000
Kualitas Produk	.239	2.472	.015

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Primer diolah SPSS 21.0 tahun 2018

Dari tabel di atas terlihat variabel atribut produk (X1) diperoleh t hitung sebesar 0,815 dengan tingkat sig. 0,417 (lebih besar dari taraf signifikan 0,05), untuk variabel ekuitas merek t hitung sebesar 3,877 dengan tingkat sig. 0,00 (lebih kecil dari taraf signifikan 0,05), dan variabel kualitas produk t hitung sebesar 2,472 dengan tingkat sig. 0,015 (lebih kecil dari taraf signifikan

0,05). Sehingga dapat dikatakan variabel atribut produk pengaruhnya tidak signifikan terhadap variabel keputusan pembelian, sedangkan variabel ekuitas merek dan kualitas produk keduanya secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Berdasarkan tabel 4.22, berikut akan dijelaskan pengujian masing - masing variabel secara parsial:

1) Variabel Atribut Produk (X_1)

Terlihat pada kolom *coefficients* model 1 (Atribut Produk) terdapat nilai sig 0,417. Nilai sig 0,417 > 0,05 (nilai probabilitas), maka H_0 diterima dan H_1 di tolak atau atribut produk (X_1) berpengaruh tidak signifikan terhadap perilaku keputusan pembelian Mahasiswa (Y).

2) Variabel Ekitas Merek (X_2)

Terlihat pada kolom *coefficients* model 1 (Ekuitas Merek) terdapat nilai sig 0,000. Nilai sig 0,000 < 0,05 (nilai probabilitas), maka H_0 ditolak dan H_1 di diterima atau ekuitas merek (X_2) berpengaruh signifikan terhadap perilaku keputusan pembelian Mahasiswa(Y).

3) Variabel Citra merek (X_3)

Terlihat pada kolom *coefficients* model 1 (kualitas produk) terdapat nilai sig 0,015. Nilai sig 0,05 < 0,05 (nilai probabilitas), maka H_0 ditolak H_1 diterima atau kualitas produk

(X3) berpengaruh signifikan terhadap perilaku keputusan pembelian mahasiswa (Y).

b. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menilai apakah uji regresi yang dilakukan mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak, dimana jika nilai F hitung lebih besar dari pada F tabel maka uji regresi dikatakan signifikan. Atau dengan melihat angka signifikasinya, jika nilai Sig. lebih kecil dari 0.05, maka secara simultan atau bersama-sama pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah signifikan.

Tabel 4.18

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	315.593	3	105.198	14.601	.000 ^a
Residual	691.647	96	7.205		
Total	1007.240	99			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Atribut Produk, Ekuitas Merek

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Primer diolah SPSS 21.0 tahun 2018

Dari tabel diatas menjelaskan bahwa besarnya nilai F 14,601 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 (kurang dari 0,05), hasil uji statistik menunjukkan bahwa variabel independen (atribut produk, ekuitas merek, dan kualitas produk) secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap

keputusan pembelian *notebook* Acer pada Mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi perilaku keputusan pembelian *notebook* Acer pada Mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung. Dengan kata lain hipotesa 4 (H₄) yaitu “Atribut Produk, Ekuitas Merek, dan Kualitas Produk secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *notebook* Acer pada Mahasiswa FEBI IAIN Tulungagung”, dapat teruji.