

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Objek/subjek Penelitian**

##### **1. Gambaran Objek Penelitian**

Objek pada penelitian ini akan dilaksanakan di Yogyakarta. Dimana objek penelitian merupakan sasaran untuk mendapatkan tujuan tertentu mengenai suatu hal yang akan dibuktikan secara objektif untuk mendapatkan data tertentu yang mempunyai nilai, skor, atau ukuran yang berbeda. Karena peneliti banyak menemukan masyarakat Yogyakarta yang menggunakan oppo smartphone sebagai alat komunikasi. Subjek dalam penelitian ini adalah warga Yogyakarta yang menggunakan produk oppo smartphone. Pemilihan sampel dilakukan sesuai dengan ketentuan tertentu, karena peneliti menggunakan teknik Purposive Sampling. Sehingga peneliti memberikan kriteria tertentu kepada seluruh masyarakat Yogyakarta yang akan dijadikan sampel penelitian. Peneliti menyebarkan kuisioner ke 100 sampel. Jumlah ini sesuai dengan ketentuan Roscoe (dalam Sekaran, 2013), bahwa dalam penelitian multivariate (termasuk analisis regresi linier berganda), sampel sebaiknya 10x lebih besar dari jumlah variabel/indikator dalam penelitian.

##### **2. Profil Responden atau Subjek Penelitian**

Subjek dalam penelitian ini adalah masyarakat Yogyakarta yang menggunakan produk oppo smartphone dengan usia minimal 18 tahun dan membeli atau menggunakan produk oppo smartphone. Data yang digunakan

pada penelitian ini merupakan data primer, dengan menyebarkan kuesioner secara langsung kepada konsumen yang memakai produk oppo smartphone. Jumlah kuesioner yang diberikan kepada responden untuk diisi sebanyak 100 kuesioner. Adapun rekapan penyebaran kuesioner dapat dilihat dari tabel 4.1

**Tabel 4.1**  
**Rincian Kuesioner**

No	Dasar Klarifikasi	Jumlah
1.	Kuesioner yang disebar	100
2.	Kuesioner yang kembali	100
3.	Kuesioner yang dapat diolah	100

Berdasarkan tabel 4.1, diketahui bahwa kuesioner yang diberikan kepada pengguna oppo smartphone sebanyak 100 kuesioner. Kuesioner yang kembali sebanyak 100 kuesioner, dan tidak ada yang tidak sesuai kriteria, kemudian kuesioner yang dapat diolah sebanyak 100 kuesioner.

### **3. Karakter Responden**

Berdasarkan pada hasil kuesioner yang telah disebarkan berjumlah 100, hasil penelitian karakteristik responden dapat dilihat pada Tabel 4.2.

**Tabel 4.2**  
**Data Karakteristik Responden**

NO	KARAKTERISTIK	JUMLAH	%	
1	Jenis Kelamin	Laki-laki	30	30
		Perempuan	70	70
2	Usia	18	3	3
		19	15	15
		20	18	18
		21	20	20
		22	27	27
		23	11	11
		25	6	6
3	Pendidikan Terakhir	SMP	-	-
		SMA	73	73
		DIPLOMA	1	1
		SARJANA S1/S2	26	26
4	Pekerjaan	Pelajar	1	1
		Mahasiswa	79	79
		PNS	9	9
		Buruh	11	11

Berdasarkan Tabel 4.2, terlihat bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin antara laki-laki dan perempuan, yaitu untuk responden laki-laki sebesar 30 orang atau 30% dan untuk responden perempuan sebesar 70 orang atau 70%.

Berdasarkan tabel 4.2 diatas terlihat bahwa karakteristik responden berdasarkan usia, yaitu untuk usia 18 tahun ada 3 orang atau 3%, usia 19 tahun ada 15 orang atau 15%, usia 20 tahun ada 18 orang atau 18%, usia 21 tahun ada 20 orang atau 20%, usia 22 tahun ada 27 orang atau 27%, usia 23 tahun ada 11 orang atau 11%, usia 25 tahun ada 6 orang atau 6%.

Berdasarkan tabel 4.2 diatas terlihat bahwa karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir, yaitu SMA ada 73 orang atau 73%, Diploma ada 1 orang atau 1%, Sarjana ada 26 orang atau 26%.

Berdasarkan tabel 4.2 diatas terlihat bahwa karakteristik responden berdasarkan pekerjaan yaitu pelajar ada 1 orang atau 1%, mahasiswa ada 79 orang atau 79%, PNS ada 9 orang atau 9%, buruh ada 11 orang atau 11%.

## **B. Uji Kualitas Instrumen**

Uji kualitas instrumen dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen penelitian sudah memenuhi kriteria valid dan reliabel. dalam penelitian ini terdiri dari 16 daftar pernyataan yang mewakili setiap variabel dengan jumlah responden 100 orang untuk diuji kualitas instrumennya dengan IBM SPSS

### **1. Uji Validitas**

Untuk hasil uji validitas dari variabel-variabel dalam penelitian ini dapat dilihat dari tabel-tabel berikut :

**Tabel 4.3**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Butir Pertanyaan	Signifikan	Keterangan
Kualitas Produk	1	0.000	Valid
	2	0.000	Valid
	3	0.000	Valid

Persepsi Harga	1	0.000	Valid
	2	0.000	Valid
	3	0.000	Valid
<i>Saluran Distribusi</i>	1	0.000	Valid
	2	0.000	Valid
	3	0.000	Valid
<i>Promosi</i>	1	0.000	Valid
	2	0.000	Valid
	3	0.000	Valid
	4	0.000	Valid
<i>Keputusan Pembelian</i>	1	0.000	Valid
	2	0.000	Valid
	3	0.000	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Untuk uji validitas data formal yang menggunakan IBM SPSS dari 16 daftar pertanyaan yang mewakili setiap variabel yang diujikan. Hasil uji validitas pada Tabel 4.3 menunjukkan bahwa 16 indikator pertanyaan yang mewakili 5 variabel dinyatakan valid dengan nilai  $p < 0,05$ .

### 1. Uji Reliabilitas

Untuk hasil uji validitas dari variabel-variabel dalam penelitian ini dapat dilihat dari tabel-tabel berikut :

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Nilai	Keterangan
Kualitas Produk	0,777	Reliabel
Persepsi Harga	0,611	Reliabel
<i>Saluran Distribusi</i>	0,624	Reliabel
<i>Promosi</i>	0,719	Reliabel
<i>Keputusan Pembelian</i>	0,806	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Hasil pengujian reliabelitas pada Tabel 4.4, menunjukkan nilai *Cronbach Alpha* pada variabel kualitas produk sebesar 0,777, variabel persepsi harga sebesar 0,611, variabel saluran distribusi sebesar 0,624, promosi sebesar 0,719 dan keputusan pembelian sebesar 0,806 yang nilai masing-masing variabel lebih besar dari 0,6. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan instrumen penelitian tersebut reliabel sehingga dapat digunakan dalam penelitian ini.

### **C. Analisis Data dan Hipotesis**

#### **1. Uji Asumsi Klasik**

##### **a. Uji Normalitas**

Menurut Ghazali (2011), uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel bebas, dan variabel terikat keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan memperhatikan *normal*

*probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari data normal, dapat diuji dengan metode Kolmogorov Smirnov maupun pendekatan grafik. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal, berikut hasil dari uji normalitas yang ditunjukkan oleh tabel 4.5 :

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Normalitas**

	<b>Unstandardized Residual</b>
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,151

Sumber : Data yang diolah 2017

Berdasarkan tabel 4.5, dapat kita lihat bahwa hasil uji normalitas menunjukkan nilai signifikansi diatas 5% atau 0,05 yang bearti bahwa data normal atau residual menyebar normal.

#### **b. Uji Multikolinearitas**

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya kolerasi antara variabel independent. Hasil dari uji multikolonieritas akan ditunjukkan oleh tabel 4.6 berikut :

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

<b>Model</b>	<b>Toleran</b>	<b>VIF</b>
kualitas produk	0.381	2.623
persepsi harga	0.875	1.143
saluran distribusi	0.490	2.039

Promosi	0.491	2.035
---------	-------	-------

Sumber : Data yang diolah 2017

Berdasarkan pada tabel 4.6 diatas, menunjukkan bahwa penelitian ini terbebas dari multikorelasi yang ditunjukkan dari nilai *tolerance* berada diatas nilai 0,1 dan nilai VIF dibawah 10.

**c. Uji Heteroskedastisitas**

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Hasil uji heteroskedastisitas pada penelitian ini akan ditunjukkan oleh tabel 4.7 berikut :

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Model	Sig
kualitas produk	0.403
persepsi harga	0.661
saluran distribusi	0.307
Promosi	0.275

Sumber :  
2017

Data yang diolah



Berdasarkan tabel 4.7, dapat kita lihat bahwa dengan hasil nilai signifikansi diatas 0,05 menunjukkan bahwa tidak terjadi hubungan yang signifikan antara seluruh variabel independent sehingga dapat disimpulkan bahwa asumsi non-heteroskedastisitas terpenuhi.

## 2. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda akan digunakan untuk menguji pengaruh pada hipotesis 1 sampai 4 yaitu antara kualitas produk, persepsi harga, saluran distribusi dan promosi terhadap keputusan pembelian pada oppo smartphone di Yogyakarta. Berikut hasil dari uji regresi menggunakan SPSS 22 :

**Tabel 4.8**  
**Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients B	Sig
kualitas produk	0.347	0.001
persepsi harga	0.129	0.070
saluran distribusi	0.273	0.006
Promosi	0.324	0.000

Sumber : Data yang diolah 2017

Berdasarkan hasil analisis uji regresi linier berganda pada tabel diatas maka dapat dijelaskan bahwa kualitas produk (X1), saluran distribusi (X3), dan promosi (X4) memiliki nilai *Unstandardized Coefficients B* (0,347), (0,273) dan (0,324) yang menunjukkan bahwa

kualitas produk (X1), saluran distribusi (X3), dan promosi (X4) memiliki arah positif terhadap keputusan pembelian (Y) dan signifikan karena nilainya (0,001), (0,006), dan (0,000) dibawah  $\leq 0,05$ .

Sedangkan persepsi harga memiliki nilai *Unstandardized Coefficients* B (0,129) tidak memiliki arah positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian karena nilainya (0,070) diatas 0,05.

### 1. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Hasil analisis uji F akan ditunjukkan oleh tabel dibawah ini:

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji F**

Model	F	Sig
Regression	56.260	0,000

Sumber : Data yang diolah 2017

Berdasarkan uji F pada tabel diatas hasil menunjukkan bahwa model penelitian layak dengan ditunjukkannya nilai signifikan 0,000.

### 2. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Uji ini digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independent (kualitas produk, persepsi harga, saluran distribusi,

promosi) secara individual dalam menerangkan variabel dependent (keputusan pembelian). Melalui perhitungan t-statistik yang dilakukan akan diperoleh nilai t hitung masing-masing variabel bebas dengan nilai tabel dengan taraf 5% (*level of significant*) dimana hasil pengujian sebagai berikut (lihat tabel 4.9) :

a. Pengujian Hipotesis Pertama (H1)

Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi positif (0,347) signifikan karena berada dibawah nilai taraf signifikansi 0,05 yaitu (0,001) sehingga H<sub>1</sub> diterima. Jadi hipotesis pertama pada penelitian ini yang menyatakan “kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian oppo smartphone” **diterima.**

b. Pengujian Hipotesis Kedua (H2)

Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi positif (0,129) namun nilai signifikansi variabel berada diatas nilai taraf signifikansi 0,05 yaitu (0,070) sehingga H<sub>2</sub> ditolak. Jadi hipotesis kedua pada penelitian ini yang menyatakan “persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian oppo smartphone” **ditolak.**

c. Pengujian Hipotesis Ketiga (H3)

Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi positif (0,273) signifikan karena berada dibawah nilai taraf signifikansi 0,05 yaitu

(0,006) sehingga  $H_3$  diterima. Jadi hipotesis ketiga pada penelitian ini yang menyatakan “saluran distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian oppo smartphone” **diterima.**

d. Pengujian Hipotesis Keempat ( $H_4$ )

Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi positif (0,324) signifikan karena berada dibawah nilai taraf signifikansi 0,05 yaitu (0,000) sehingga  $H_4$  diterima. Jadi hipotesis keempat pada penelitian ini yang menyatakan “promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian oppo smartphone” **diterima.**

### 3. Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui adanya kecocokan suatu model, mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menerangkan variasi dari variabel dependent. Hasil dari uji determinasi ( $R^2$ ) dapat dilihat dari tabel 4.10 dibawah ini :

**Tabel 4.10**

**Hasil Uji Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ )**

Model	R Square
1	0,703

Sumber : Data yang

diolah 2017

Berdasarkan tabel hasil uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) diatas, dapat dilihat nilai dari R Square adalah 0,703 yang berarti bahwa variabel independen yaitu kualitas produk, persepsi harga, saluran distribusi, dan promosi dapat menjelaskan variabel dependen yaitu keputusan pembelian oppo smartphone sebesar 70,3 %. Sedangkan sisanya sebesar 29,7 % dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar variabel yang diteliti.

#### D. Pembahasan

Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, persepsi harga, saluran distribusi dan promosi terhadap keputusan pembelian pada oppo smartphone di Yogyakarta.

##### 1. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian

Hasil pengujian hipotesis pertama (H1) menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki nilai signifikan sebesar  $0,001 < 0,05$  dan diperoleh nilai t hitung sebesar 3,302 dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,347. Berdasarkan data yang diperoleh, maka dapat dijelaskan secara parsial, variabel “kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian” **diterima**.

Hal ini menunjukkan bahwa semakin bagus kualitas produk akan meningkatkan keputusan pembelian. Kualitas produk yang bagus yaitu meliputi desain produk, kecanggihan, ketahanan produk sesuai dengan harapan pelanggan seperti yang diberikan oleh oppo smartphone. Hasil penelitian ini didukung oleh Irawan Danni (2015) bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian oppo smartphone.

## 2. Pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian

Hasil pengujian hipotesis kedua (H2) menunjukkan bahwa variabel persepsi harga menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi positif (0,129) namun nilai signifikansi variabel berada diatas nilai taraf signifikansi 0,05 yaitu (0,070). Jadi hipotesis kedua pada penelitian ini yang menyatakan “Persepsi harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian oppo smartphone” **ditolak**.

Hal ini menunjukkan bahwa persepsi harga tidak mempengaruhi keputusan pembelian terhadap suatu produk. Dari hasil penelitian responden tidak mengutamakan persepsi harga sebagai alasan untuk melakukan keputusan pembelian. Jadi konsumen tidak selalu memperhatikan harga saat akan melakukan keputusan pembelian pada produk oppo, sehingga konsumen hanya melihat dari kualitas produk, saluran distribusi dan promosi.

## 3. Pengaruh saluran distribusi terhadap keputusan pembelian

Hasil pengujian hipotesis ketiga (H3) menunjukkan bahwa variabel saluran distribusi memiliki nilai signifikan sebesar  $0,006 < 0,05$  dan diperoleh nilai t hitung sebesar 2,809 dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,273. Berdasarkan data yang diperoleh, maka dapat dijelaskan secara parsial, variabel “saluran distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian” **diterima**.

Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik saluran distribusi yang diberikan oleh perusahaan maka semakin mudah konsumen mendapatkan produk, sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian. Hasil penelitian ini didukung oleh Irawan Danni (2015) bahwa saluran distribusi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian oppo smartphone.

#### 4. Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian

Hasil pengujian hipotesis keempat (H4) menunjukkan bahwa variabel saluran distribusi memiliki nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  dan diperoleh nilai t hitung sebesar 4,757 dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,324. Berdasarkan data yang diperoleh, maka dapat dijelaskan secara parsial, variabel “promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian” **diterima**.

Hal ini menunjukkan bahwa semakin menarik promosi yang diberikan oleh perusahaan maka dapat meningkatkan keputusan pembelian pada suatu produk. Hasil penelitian ini didukung oleh Irawan

Danni (2015) bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian oppo smartphone.