

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

IV.1 Deskripsi Objek Penelitian

IV.1.1 Sejarah Objek Penelitian

Oppo Electronics Corp merupakan perusahaan yang berbasis di Dongguan, Guangdong China. Yang pada awalnya merupakan perusahaan yang memproduksi portable media player, DVD/Blu-ray, Disc player, televisi LCD dan sekarang sedang serius menggarap pasar telepon mobile, terutama smartphone. Oppo mempunyai divisi bernama Oppo Digital Inc yang dikenal lewat produk pemutar DVD dan Blu-ray. Perusahaan itu berada di Mountain View, California, AS. Lalu ada juga cabang divisi di berbagai negara lainnya yaitu Oppo Indonesia, Oppo Thailand, Oppo Vietnam, dan Oppo China, walaupun memiliki merek yang sama, namun divisi yang berbeda dengan merancang produk untuk kebutuhan daerah mereka sendiri.

Oppo Digital Inc yang merupakan divisi regional Oppo untuk memproduksi DVD dan Blu-ray Disc player juga didirikan, Oppo digital yang berbasis di Mountain View, California merupakan perusahaan dari BBK Electronics. Setelah Oppo digital divisi lain yang turut didirikan adalah Oppo Blu-ray (Eropa), Oppo Korea dan beberapa negara lainnya seperti yang disebutkan sebelumnya.

Didirikan pada tahun 2004, perusahaan ini telah terdaftar dengan nama merek Oppo di belahan dunia. Oppo terkenal dari seri pertamanya, yaitu Oppo Find 5. Sedangkan Oppo Digital Inc didirikan di California juga pada tahun yang sama yaitu tahun 2004 oleh Tony Chen yang merupakan CEO dari Oppo. Produk pertama mereka adalah Oppo OPDV971H Up-Konversi Universal DVD Player.

Kemudian pada tahun 2008 Oppo mulai memasuki pasar industri telepon mobile, salah satu produknya adalah Oppo miss (T15) yang diluncurkan pada tahun 2010. Ketika memasuki pasar Thailand pada 2010, Oppo menggunakan jasa 2PM, *boyband* terkenal asal Korea untuk mempromosikan merek tersebut.

Leonardo DiCaprio, aktor film Titanic, juga pernah dipercaya menjadi bintang iklan Oppo.

Sebagai pemain baru, Oppo terlihat sangat serius menggarap pasar Indonesia. Mereka tak segan-segan mem-*branding* toko ponsel yang dianggap potensial atau berada di lokasi strategis. Iklannya rutin muncul di berbagai media, termasuk menjadi sponsor acara terkenal di sebuah stasiun televisi swasta. Selama setengah tahun pertama menyemarakkan pasar ponsel Indonesia, belanja iklan Oppo kabarnya telah menembus Rp 40 miliar.

Pada tahun 2012 Oppo mulai memproduksi smartphone dengan basis sistem operasi android. Smartphone android pertama Oppo adalah Oppo U701 Ulike, yang diluncurkan tanggal 27 Juni 2012. Kemudian Oppo finder diluncurkan pada Juli 2012, Oppo finder merupakan smartphone tertipis di dunia (pada saat itu) dengan ketebalan 6,65 mm saja, dengan total 2GB RAM dan prosesor 1,5 GHz Quad-Core. Setelah itu Oppo mulai membanjiri pasar smartphone dengan pilihan handset buatannya. Pasar smartphone kelas atas yang saat itu cukup padat kompetisinya, kembali dimeriahkan oleh Oppo find 5 pada Februari 2013. Oppo Find 5 merupakan smartphone pertama yang mempunyai perangkat keras terintegrasi yang mensupport HDR (High Dynamic Range), yang membuat Oppo Find 5 cocok untuk dijadikan sebagai alat fotografi. Pada September 2013, Oppo mengumumkan ponsel baru, yaitu N1. Yang dirilis pada bulan Desember 2013. Smartphone lainnya yang dihasilkan Oppo adalah U705T Ulike 2, U701 Ulike, R610, R811 Real Estat R817, R819/R819T dan T29.

Di Indonesia sendiri bertempat di Bali Room Hotel Kempinski, Oppo mulai berdiri pada tanggal 17 April 2013, Oppo Indonesia yang bernama lengkap PT. Indonesia Oppo Electronics, beralamat di Menara Jamsostek JL. Gatot Subroto No 38 Lt12A Jakarta. Pada saat launching, Oppo Indonesia menggandeng artis Nicholas Saputra dan Sandra Dewi. Beberapa smartphone Oppo yang sudah beredar di Indonesia adalah Oppo Find 5, Oppo Find Mirror, Oppo Find Way, Oppo Find Piano, Oppo Find Muse.

IV.1.2 Deskripsi Data Responden

Dalam penelitian ini peneliti melakukan penyebaran kuesioner sebanyak 100 kuesioner.

Tabel 7 Data Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	%
Laki-Laki	57	57%
Perempuan	43	43%
Total	100	100%

Tabel 7 merupakan data responden penelitian mengenai jenis kelamin berdasarkan jumlah responden. Dibuktikan dari 57 atau 57% adalah responden laki-laki dan selebihnya sebanyak 43 atau 43% adalah responden perempuan.

IV.1.3 Deskripsi Data Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti melakukan penyebaran kuesioner sebanyak 100 kuesioner. Untuk mengetahui pengukuran situasi konsumen saat menjawab dilakukan analisa yang memberikan penilaian untuk variabel kualitas pelayanan, citra, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan mulai dari sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju dengan melihat masing-masing bobot nilai pada table berikut:

Tabel 8 Skala Likert Deskripsi Objek Penelitian

Penilaian	Bobot
Sangat Tidak Setuju	100-180
Tidak Setuju	180-260
Kurang Setuju	260-340
Setuju	340-420
Sangat Setuju	420-500

Sumber : Supranto (2008)

Maka, menurut Supranto (2008, hlm.74) cara menentukan besarnya kelas (panjang interval) menggunakan rumus:

$$c = \frac{X_2 - X_1}{K} = \frac{500 - 100}{5} = 80$$

Dimana:

c = Perkiraan besarnya (*class width, class size, class length*)

k = Banyaknya kelas

X₂ = Nilai observasi terbesar

X_1 = Nilai observasi terkecil

Jadi, interval dalam penelitian ini adalah sebesar 80.

Berdasarkan butir kuesioner yang sudah diuji dengan menggunakan SPSS 21 maka, dapat dilihat jumlah masing-masing bobot butir pertanyaan dalam tabel berikut:

Tabel 9 Jumlah Bobot Butir Kuesioner 1 - 28 Kualitas Produk

		Statistics									
		Btr_1	Btr_2	Btr_3	Btr_4	Btr_5	Btr_6	Btr_7	Btr_8	Btr_9	Btr_10
N	Valid	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Mean	3.62	3.89	3.87	3.65	3.68	3.87	3.63	3.71	3.70	3.65
	Median	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
	Mode	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	Sum	362	389	387	365	368	387	363	371	370	365

Sumber : Hasil Output SPSS 21

		Statistics									
		Btr_11	Btr_12	Btr_13	Btr_14	Btr_15	Btr_16	Btr_17	Btr_18	Btr_19	Btr_20
N	Valid	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Mean	3.65	3.87	3.62	3.89	3.89	3.62	3.89	3.87	3.65	3.68
	Median	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
	Mode	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	Sum	365	387	362	389	389	362	389	387	365	368

Sumber : Hasil Output SPSS 21

		Statistics							
		Btr_21	Btr_22	Btr_23	Btr_24	Btr_25	Btr_26	Btr_27	Btr_28
N	Valid	100	100	100	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
	Mean	3.87	3.63	3.71	3.70	3.65	3.65	3.87	3.62
	Median	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
	Mode	4	4	4	4	4	4	4	4
	Sum	387	363	371	370	365	365	387	362

Sumber : Hasil Output SPSS 21

Dari tabel 9 diatas ada 28 butir pernyataan yang terdapat *mean*, *median*, *mode* dan *sum*. Dari 28 data yang valid, *mean* atau rata-rata dari kualitas produk adalah 373,5714 sedangkan nilai terendah terdapat pada butir 1, 13, 16 dan 28 dengan bobot 362 termasuk dalam penilaian kurang setuju. Dan nilai tertinggi terdapat pada butir 2, 14, 15 dan 17 dengan bobot 389 termasuk dalam penilaian setuju. Berdasarkan hasil perhitungan tabel 9 yang diperoleh 28 pernyataan, rata-rata responden menjawab dengan penilaian setuju dengan bobot 341-420. Maka dapat disimpulkan bahwa secara umum responden memberikan penilaian setuju

dalam kuesioner yang artinya mereka tertarik dengan kualitas produk dari Oppo smartphone dan memutuskan untuk melakukan pembelian.

Tabel 10 Jumlah Bobot Butir Kuesioner 29 – 34 Harga

		<i>Statistics</i>					
		Btr_29	Btr_30	Btr_31	Btr_32	Btr_33	Btr_34
<i>N</i>	<i>Valid</i>	100	100	100	100	100	100
	<i>Missing</i>	0	0	0	0	0	0
	<i>Mean</i>	3.37	3.77	4.10	3.67	3.72	3.69
	<i>Median</i>	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
	<i>Mode</i>	4	4	4	4	4	4
	<i>Sum</i>	337	377	410	367	372	369

Sumber : Hasil Output SPSS 21

Dari tabel 10 diatas ada 6 butir pernyataan yang terdapat *mean*, *median*, *mode* dan *sum*. Dari 6 data yang valid, *mean* atau rata-rata dari harga adalah 372 sedangkan nilai terendah terdapat pada butir 29 dengan bobot 337 termasuk dalam penilaian kurang setuju. Dan nilai tertinggi terdapat pada butir 31 dengan bobot 410 termasuk dalam penilaian setuju. Berdasarkan hasil perhitungan tabel diatas yang diperoleh 6 pernyataan, rata-rata responden menjawab dengan penilaian setuju dengan bobot 341-420. Maka dapat disimpulkan bahwa secara umum responden memberikan penilaian setuju dalam kuesioner yang artinya mereka sesuai dengan harga dari Oppo smartphone dan memutuskan untuk melakukan pembelian.

Tabel 11 Jumlah Bobot Butir Kuesioner 35 – 40 Citra Merek

		<i>Statistics</i>					
		Btr_35	Btr_36	Btr_37	Btr_38	Btr_39	Btr_40
<i>N</i>	<i>Valid</i>	100	100	100	100	100	100
	<i>Missing</i>	0	0	0	0	0	0
	<i>Mean</i>	3.27	3.99	3.34	3.59	4.02	3.19
	<i>Median</i>	3.00	4.00	3.00	4.00	4.00	3.00
	<i>Mode</i>	3	4	4	4	4	4
	<i>Sum</i>	327	399	334	359	402	319

Sumber : Hasil Output SPSS 21

Dari tabel 11 diatas ada 6 butir pernyataan yang terdapat *mean*, *median*, *mode* dan *sum*. Dari 6 data yang valid, *mean* atau rata-rata dari citra merek adalah 356,6667 sedangkan nilai terendah terdapat pada butir 40 dengan bobot 319 termasuk dalam penilaian kurang setuju. Dan nilai tertinggi terdapat pada butir 39 dengan bobot 402 termasuk dalam penilaian setuju. Berdasarkan hasil perhitungan tabel diatas yang diperoleh 6 pernyataan, rata-rata responden menjawab dengan

penilaian setuju dengan bobot 341-420. Maka dapat disimpulkan bahwa secara umum responden memberikan penilaian setuju dalam kuesioner yang artinya mereka percaya dengan citra merek dari Oppo smartphone dan memutuskan untuk melakukan pembelian.

Tabel 12 Jumlah Bobot Butir Kuesioner 41 – 50 Keputusan Pembelian

		<i>Statistics</i>									
		Btr_41	Btr_42	Btr_43	Btr_44	Btr_45	Btr_46	Btr_47	Btr_48	Btr_49	Btr_50
<i>N</i>	<i>Valid</i>	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	<i>Missing</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	<i>Mean</i>	3.64	3.83	3.91	3.94	3.75	3.80	3.19	3.93	3.64	3.83
	<i>Median</i>	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00
	<i>Mode</i>	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
	<i>Sum</i>	364	383	391	394	375	380	319	393	364	383

Sumber : Hasil Output SPSS 21

Dari tabel 12 diatas ada 10 butir pernyataan yang terdapat *mean*, *median*, *mode* dan *sum*. Dari 10 data yang valid, *mean* atau rata-rata dari keputusan pembelian adalah 374,6 sedangkan nilai terendah terdapat pada butir 47 dengan bobot 319 termasuk dalam penilaian kurang setuju. Dan nilai tertinggi terdapat pada butir 44 dengan bobot 394 termasuk dalam penilaian setuju. Berdasarkan hasil perhitungan tabel diatas yang diperoleh 10 pernyataan, rata-rata responden menjawab dengan penilaian setuju dengan bobot 341-420. Maka dapat disimpulkan bahwa secara umum responden memberikan penilaian setuju dalam kuesioner yang artinya mereka puas terhadap kualitas produk, harga dan citra merek dari Oppo smartphone dan memutuskan untuk melakukan pembelian.

IV.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Untuk mengetahui apakah pernyataan yang diajukan kepada responden dapat dikatakan valid atau tidak, maka peneliti melakukan pengujian validitas dan reabilitas terhadap instrument yang telah disebar dalam bentuk kuesioner kepada 30 responden. Instrumen terdiri dari 50 butir pernyataan dimana jawaban terendah diberi skor 1 dan jawaban tertinggi diberi skor 5.

a. Kualitas Produk (X_1)**Tabel 13 Validitas Kualitas Produk**

<i>Case Processing Summary</i>			
		N	%
<i>Cases</i>	<i>Valid</i>	30	100,0
	<i>Excluded^a</i>	0	,0
	<i>Total</i>	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Sumber : Hasil Output SPSS 21

Pada tabel 13 diatas terlihat bahwa uji coba dengan menggunakan 30 responden (N=30) yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini dengan memberikan tanggapan terhadap kuesioner yang peneliti buat dan semua responden tidak ada yang *excluded* atau dikeluarkan dari analisis.

Tabel 14 Validitas Butir Pertanyaan

<i>Item-Total Statistics</i>				
	<i>Scale Mean if Item Deleted</i>	<i>Scale Variance if Item Deleted</i>	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>
butir1	115,20	143,338	,695	,949
butir2	115,17	144,626	,801	,949
butir3	115,30	142,424	,678	,950
butir4	115,30	142,286	,685	,950
butir5	115,37	145,206	,683	,950
butir6	115,33	146,575	,636	,950
butir7	115,27	144,823	,576	,951
butir8	115,43	146,737	,512	,951
butir9	115,17	147,868	,635	,950
butir10	115,27	146,616	,607	,950
butir11	115,50	144,466	,595	,951
butir12	115,33	143,747	,655	,950
butir13	115,23	144,323	,758	,949
butir14	115,40	145,972	,591	,950
butir15	115,33	145,816	,692	,950
butir16	115,17	145,385	,671	,950
butir17	115,50	145,155	,597	,950
butir18	115,53	147,292	,449	,952
butir19	115,33	142,575	,724	,949
butir20	115,33	143,609	,621	,950
butir21	115,30	147,941	,525	,951
butir22	115,20	143,890	,780	,949
butir23	115,50	144,879	,614	,950
butir24	115,40	144,524	,633	,950
butir25	115,33	149,402	,432	,952
butir26	115,30	145,941	,667	,950
butir27	115,37	146,861	,522	,951
butir28	115,33	144,023	,687	,950

Sumber : Hasil Output SPSS 21

Pada tabel 14 diatas terlihat hasil perhitungan validitas dan reliabilitas yang akan dianalisis untuk 28 pernyataan. Nilai r tabel untuk taraf kepercayaan 95% atau signifikansi 5% ($\alpha=0,05$) dapat dicari berdasarkan jumlah responden atau n oleh karena $n=30$, maka nilai r tabel pada $df = 28$ dan $\alpha= 0,05$ adalah 0,361. Dari tabel tersebut terlihat bahwa semua pernyataan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0,361 sehingga semua pernyataan adalah valid.

Tabel 15 Reliabilitas Kualitas Produk

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
,952	28

Sumber : Hasil Output SPSS 21

Dari hasil uji reliabilitas seperti yang diperlihatkan pada tabel 15 diatas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* 0,952 dengan jumlah pernyataan 28. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa kuesioner tersebut sangat reliabel (konsisten) karena $0,952 > 0,80$.

b. Harga (X_2)

Tabel 16 Validitas Harga

<i>Case Processing Summary</i>			
	N	%	
<i>Cases</i>	<i>Valid</i>	30	100,0
	<i>Excluded^a</i>	0	,0
	<i>Total</i>	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Sumber : Hasil Output SPSS 21

Pada tabel 16 diatas terlihat bahwa uji coba dengan menggunakan 30 responden ($N=30$) yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini dengan memberikan tanggapan terhadap kuesioner yang peneliti buat, dan semua responden tidak ada yang *excluded* atau dikeluarkan dari analisis.

Tabel 17 Validitas Butir Pertanyaan

<i>Item-Total Statistics</i>				
	<i>Scale Mean if Item Deleted</i>	<i>Scale Variance if Item Deleted</i>	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>
butir1	19,63	8,240	,444	,808
butir2	19,87	7,706	,606	,776
butir3	19,70	7,459	,549	,788
butir4	19,97	8,516	,417	,812
butir5	20,00	6,828	,670	,758
butir6	19,83	6,695	,755	,737

Sumber : Hasil Output SPSS 21

Pada tabel 17 diatas terlihat hasil perhitungan validitas dan reliabilitas yang akan dianalisis untuk 6 pernyataan. Nilai r tabel untuk taraf kepercayaan 95% atau signifikansi 5% ($\alpha=0,05$) dapat dicari berdasarkan jumlah responden atau n oleh karena $n=30$, maka nilai r tabel pada $df = 28$ dan $\alpha = 0,05$ adalah 0,361. Dari tabel tersebut terlihat bahwa semua pernyataan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0,361 sehingga semua pernyataan adalah valid.

Tabel 18 Reliabilitas Harga

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
,812	6

Sumber : Hasil Output SPSS 21

Dari hasil uji reliabilitas seperti yang diharapkan pada tabel 18 diatas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* 0,812 dengan jumlah pernyataan 6. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa kuesioner tersebut sangat reliabel (konsisten) karena $0,812 > 0,80$.

c. Citra Merek (X_3)

Tabel 19 Validitas Citra Merek

<i>Case Processing Summary</i>			
		<i>N</i>	<i>%</i>
<i>Cases</i>	<i>Valid</i>	30	100,0
	<i>Excluded^a</i>	0	,0
	<i>Total</i>	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Sumber : Hasil Output SPSS 21

Pada tabel 19 diatas terlihat bahwa uji coba dengan menggunakan 30 responden (N=30) yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini dengan memberikan tanggapan terhadap kuesioner yang peneliti buat, dan semua responden tidak ada yang *excluded* atau dikeluarkan dari analisis.

Tabel 20 Validitas Butir Pertanyaan

	<i>Item-Total Statistics</i>			
	<i>Scale Mean if Item Deleted</i>	<i>Scale Variance if Item Deleted</i>	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>
butir1	19,30	11,252	,731	,804
butir2	19,30	12,217	,671	,819
butir3	19,30	11,390	,705	,810
butir4	18,90	12,990	,518	,844
butir5	19,50	10,948	,542	,857
butir6	19,20	12,648	,756	,812

Sumber : Hasil Output SPSS 21

Pada tabel 20 diatas terlihat hasil perhitungan validitas dan reliabilitas yang akan dianalisis untuk 6 pernyataan. Nilai r_{tabel} untuk tara kepercayaan 95% atau signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) dapat dicari berdasarkan jumlah responden atau oleh karena $n = 30$, maka nilai r_{tabel} pada $df = 28$ dan $\alpha = 0,05$ adalah 0,361. Dari tabel tersebut terlihat bahwa semua pernyataan memiliki nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ 0,361 sehingga semua pernyataan valid.

Tabel 21 Reliabilitas Citra Merek

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
,849	6

Sumber : Hasil Output SPSS 21

Dari hasil reliabilitas seperti yang diperlihatkan pada tabel 21 diatas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* 0,849 dengan jumlah pernyataan 6. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa kuesioner tersebut reliabel (konsisten) karena $0,849 > 0,80$.

d. Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 22 Validitas Keputusan Pembelian

<i>Case Processing Summary</i>			
		N	%
<i>Cases</i>	<i>Valid</i>	30	100,0
	<i>Excluded^a</i>	0	,0
	<i>Total</i>	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Sumber : Hasil Output SPSS 21

Pada tabel 22 diatas terlihat bahwa uji coba dengan menggunakan 30 responden (N=30) yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini dengan memberikan tanggapan terhadap kuesioner yang peneliti buat, dan semua responden tidak ada yang *excluded* atau dikeluarkan dari analisis.

Tabel 23 Validitas Butir Pertanyaan

<i>Item-Total Statistics</i>				
	<i>Scale Mean if Item Deleted</i>	<i>Scale Variance if Item Deleted</i>	<i>Corrected Item- Total Correlation</i>	<i>Cronbach's Alpha if Item Deleted</i>
butir1	35,53	21,568	,651	,780
butir2	35,30	25,114	,500	,802
butir3	35,33	22,437	,605	,786
butir4	35,73	24,271	,435	,805
butir5	35,50	24,190	,427	,806
butir6	35,57	23,357	,501	,798
butir7	35,83	24,626	,390	,809
butir8	35,63	24,171	,584	,793
butir9	35,67	23,609	,555	,793
buti10	36,30	21,872	,437	,814

Sumber : Hasil Output SPSS 21

Pada tabel 23 diatas terlihat hasil perhitungan validitas reabilitas yang akan dianalisis untuk 8 pernyataan. Nilai r tabel untuk taraf kepercayaan 95% atau signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) dapat dicari berdasarkan jumlah responden atau n oleh karena $n = 30$, maka nilai r tabel pada $df = 28$ dan $\alpha = 0,05$ adalah 0,361. Dari tabel tersebut terlihat bahwa semua pernyataan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0,361 sehingga semua pernyataan adalah valid.

Tabel 24 Reliabilitas Keputusan Pembelian

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
,815	10

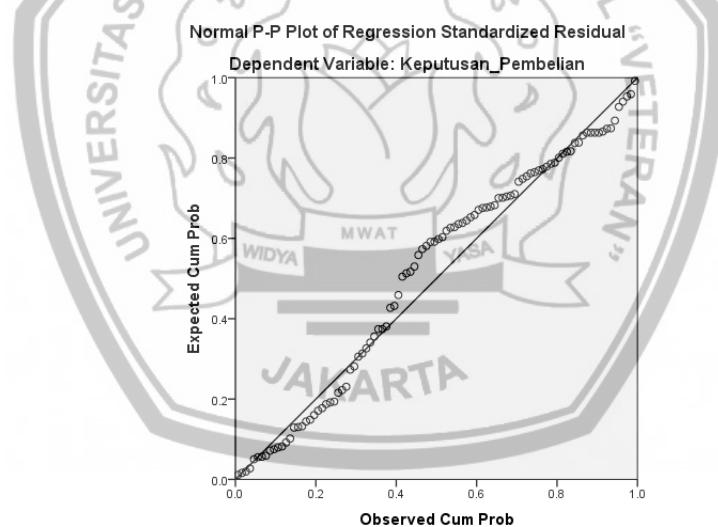
Sumber : Hasil Output SPSS 21

Dari hasil uji reliabilitas seperti yang diperlihatkan pada tabel 24 diatas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's* 0,815 dengan jumlah pernyataan 10. Dengan demikian dapat dapat dinyatakan bahwa kuesioner tersebut sangat reliabel (konsisten) karena $0,815 > 0,80$.

IV.3 Analisis Data dan Uji Hipotesis

IV.3.1 Uji Normalitas

Hasil normalitas dengan menggunakan analisis *PP Plot Regression Standardized Residual* ditunjukkan dengan grafik sebagai berikut:



Sumber : Hasil Output SPSS 21

Gambar 3 Normality P-P Plot

Dari analisis grafik 3 menunjukkan model regresi memenuhi asumsi normalitas. Hal ini dapat dilihat bahwa data menyebar disekitas garis diagonal/menyebar mengikuti garis diagonal dan mengikuti model regresi sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diolah merupakan data yang berdistribusi normal sehingga uji normalitas terpenuhi itu jika dianalisa dengan

menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov*^a, maka terlihat seperti pada tabel berikut.

Tabel 25 Normality Kolmogorov-Smirnov^a

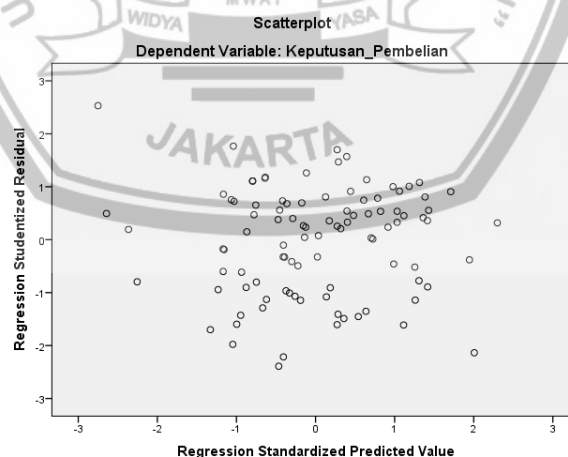
	<i>Tests of Normality</i>					
	<i>Kolmogorov-Smirnov^a</i>			<i>Shapiro-Wilk</i>		
	<i>Statistic</i>	<i>df</i>	<i>Sig.</i>	<i>Statistic</i>	<i>df</i>	<i>Sig.</i>
Kualitas_Produk	.072	100	.200*	.964	100	.008
Harga	.085	100	.073	.977	100	.079
Citra_Merek	.080	100	.116	.986	100	.384
Keputusan_Pembelian	.072	100	.200*	.976	100	.065

Sumber : Hasil Output SPSS 21

Dari hasil statistik terlihat pada tabel 25 dalam Uji Normalitas, peneliti menggunakan *Sig.* dibagian *Kolmogorov-Smirnov*^a karena data yang diuji lebih besar dari 50 responden, dan dari data tersebut berdistribusi normal karena semua nilai setiap variabel $> 0,05$.

IV.3.2 Uji Heterokedastisitas

Hasil Uji Heterokedastisitas dengan menggunakan analisis *Scatterplot* menunjukkan hasil sebagai berikut:



Sumber : Hasil Output SPSS 21

Gambar 4 Grafik Heterokedastisitas

Dari gambar 4 grafik *scatterplot* tersebut, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak, baik dibagian atas angka nol atau dibagian bawah angka nol dari

sumbu Y. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa titik tidak terjadi heterokedastisitas dalam model regresi.

Tabel 26 Heterokedastisitas

Model	Coefficients ^a				t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	.614	.201			3.049	.003
1 Kualitas_Produk	-.129	.048	-.311		-2.688	.008
Harga	.011	.051	.026		.224	.824
Citra_Merek	.064	.061	.130		1.043	.300

a. *Dependent Variable:* RES2

Sumber : Hasil Output SPSS 21

Dari tabel 26 di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi ketiga variabel independen lebih dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

IV.3.3 Uji Multikorelasi

Uji multikoleasi juga dilihat dari nilai VIF (*Variance-Inflating-Factor*). Jika $VIF < 10$, tingkat kolinearitas dapat ditoleransi. Hasil Uji Multikolerasi dalam penelitian ini adalah:

Tabel 27 Multikorelasi

Model	Coefficients ^a	
	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Kualitas_Produk	.721	1.387
1 Harga	.691	1.447
Citra_Merek	.626	1.597

a. *Dependent Variable:* Keputusan_Pembelian

Sumber : Hasil Output SPSS 21

Berdasarkan tabel 27 diatas, dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk (X_1) memiliki nilai $VIF = 1.387$ artinya nilai VIF ini lebih kecil daripada 10 ($1.387 < 10$), variabel harga (X_2) memiliki nilai $VIF = 1.447$ artinya nilai VIF ini lebih kecil daripada 10 ($1.447 < 10$), variabel citra merek (X_3) memiliki nilai $VIF = 1.597$ artinya nilai VIF ini lebih kecil daripada 10 ($1.597 < 10$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas di antara variabel bebas.

IV.3.4 Uji Linearitas

Dasar pengambilan keputusan pada uji linearitas adalah sebagai berikut:

- Jika Sig. atau signifikansi pada *Deviation from Linearity* $> 0,05$ maka hubungan antarvariabel adalah linear.
- Jika Sig. atau signifikansi pada *Deviation from Linearity* $< 0,05$ maka hubungan antarvariabel tidak linear.

Hasil uji linieritas dapat dilihat dari tabel sebagai berikut:

Tabel 28 Linearitas Kualitas Produk (X1)

ANOVA Table							
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
		(Combined)	25.069	27	.928	3.193	.000
Keputusan_Pembelian * Kualitas_Produk	Between Groups	Linearity	15.711	1	15.711	54.02	.000
		Deviation from Linearity	9.358	26	.360	1.238	.237
	Within Groups	20.940	72	.291			
	Total	46.008	99				

Sumber : Hasil Output SPSS 21

Dari tabel 28 diatas, dapat diketahui signifikansi dari deviation from linearity adalah 0,237 artinya, nilai ini lebih besar daripada 0,05 ($0,237 > 0,05$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hubungan antarvariabel keputusan pembelian (Y) dan kualitas produk (X_1) adalah linear.

Tabel 29 Linearitas Harga (X2)

ANOVA Table							
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
		(Combined)	18.547	16	1.159	3.503	.000
Keputusan_Pembelian * Harga	Between Groups	Linearity	12.592	1	12.592	38.05	.000
		Deviation from Linearity	5.955	15	.397	1.200	.289
	Within Groups	27.462	83	.331			
	Total	46.008	99				

Sumber : Hasil Output SPSS 21

Dari tabel 29 diatas, dapat diketahui signifikansi dari deviation from linearity adalah 0,289 artinya, nilai ini lebih besar daripada 0,05 ($0,289 > 0,05$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hubungan antarvariabel keputusan pembelian (Y) dan kualitas produk (X_1) adalah linear.

Tabel 30 Linearitas Citra Merek (X3)

		ANOVA Table					
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
		(Combined)	22.306	15	1.487	5.270	.000
Keputusan_Pembelian * Citra_Merek	Between Groups	Linearity	16.302	1	16.302	57.771	.000
		Deviation from Linearity	6.004	14	.429	1.520	.122
	Within Groups		23.703	84	.282		
		Total	46.008	99			

Sumber : Hasil Output SPSS 21

Dari tabel 30 diatas, dapat diketahui signifikansi dari deviation from linearity adalah 0,122 artinya, nilai ini lebih besar daripada 0,05 ($0,122 > 0,05$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hubungan antarvariabel keputusan pembelian (Y) dan kualitas produk (X_1) adalah linear.

IV.3.5 Uji Hipotesis

IV.3.5.1 Uji t dan Uji F

a. Uji t

Tabel 31 Uji t

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	.045	.385			.116	.908
1 Kualitas_Produk	.365	.092	.339		3.982	.000
Harga	.247	.098	.219		2.516	.014
Citra_Merek	.398	.117	.311		3.397	.001

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber : Hasil Output SPSS 21

Berdasarkan tabel 31 diatas, *Coefficients^a* diperoleh nilai t-hitung dari setiap variabel independen dalam penelitian ini. Nilai t-hitung dari setiap variabel independen akan dibandingkan dengan nilai t-tabel dengan menggunakan tingkat kepercayaan (*confidence interval*) 95% atau $\alpha = 0.05$ maka diperoleh nilai t-tabel 1,984. Hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (X_1) memiliki nilai t-hitung ($3,982 > 1,984$) dengan taraf signifikan 0,000, maka keputusannya adalah menerima H_a dan H_0 ditolak. Hal ini berarti variabel Kualitas Produk (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Merek Oppo di Taman

Pondok Cabe, Tangerang Selatan. Hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa variabel Harga (X_2) memiliki nilai t-hitung (2,516) > nilai t-tabel (1,984) dengan taraf signifikan 0,014, maka keputusannya adalah menerima H_a dan H_o ditolak. Hal ini berarti variabel Harga (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan keputusan pembelian *Smartphone* Merek Oppo di Taman Pondok Cabe, Tangerang Selatan. Hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa variabel Citra Merek (X_3) memiliki nilai t-hitung (3,397) > nilai t-tabel (1,984) dengan taraf signifikan 0,001, maka keputusannya adalah menerima H_a dan H_o ditolak. Hal ini berarti variabel Promosi (X_3) secara parsial berpengaruh signifikan keputusan pembelian *Smartphone* Merek Oppo di Taman Pondok Cabe, Tangerang Selatan.

b. Uji F

Uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen. Berikut hasil uji F (Uji Simultan).

Tabel 32 Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	22.896	3	7.632	31.700	.000 ^b
1 Residual	23.113	96	.241		
Total	46.008	99			

a. *Dependent Variable:* Keputusan_Pembelian

b. *Predictors:* (Constant), Citra_Merek, Kualitas_Produk, Harga

Sumber : Hasil Output SPSS 21

Tabel ANOVA ini menampilkan nilai F hitung, yaitu sebesar 31.700.

$$\text{Df pembilang} = \text{Jumlah variabel} - 1 = 4 - 1 = 3$$

$$\text{Df penyebut} = \text{Jumlah data} - \text{jumlah variabel} = 100 - 4 = 96$$

$$\text{Df total} = \text{df pembilang} + \text{df penyebut} = 3 + 96 = 99$$

Hasil uji signifikan pada tabel 32 uji ANOVA menunjukkan hasil uji F diperoleh nilai F hitung = 31.700 > F tabel 2,70 (df 1 = 3, df 2 = 96, $\alpha = 0,05$) dan nilai signifikan = 0,000 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa H_o ditolak dan H_a diterima dan dapat disimpulkan bahwa variabel

Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian *smartphone* merek Oppo. Hal ini berarti Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek secara bersama-sama akan meningkatkan pembelian *smartphone* merek Oppo.

IV.3.5.2 Model Regresi Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh tentang variabel Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Merek Oppo yang dirumuskan sebagai berikut :

Tabel 33 Model Regresi

Model	Coefficients ^a			T	Sig.	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.045	.385		.116	.908
	Kualitas_Produk	.365	.092	.339	3.982	.000
	Harga	.247	.098	.219	2.516	.014
	Citra_Merek	.398	.117	.311	3.397	.001

a. *Dependent Variable:* Keputusan_Pembelian

Sumber : Hasil Output SPSS 21

Berdasarkan tabel 33 diatas, maka persamaan regresi yang bisa dibentuk dari pengaruh antara variabel Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Merek Oppo adalah sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 0,045 artinya jika variabel independen yang terdiri dari Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek dianggap 0 (nol) atau tidak diterapkan maka keputusan pembelian konsumen *smartphone* merek Oppo sebesar 0,045.
- Hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X_1) dengan nilai koefisien regresi 0,365 berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Merek Oppo di Taman Pondok Cabe, Tangerang Selatan.
- Hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa variabel harga (X_2) dengan nilai koefisien regresi 0,247 berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Merek Oppo di Taman Pondok Cabe, Tangerang Selatan.

- d. Hasil pengujian hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa variabel citra merek (X_3) dengan nilai koefisien regresi 0,398 berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Merek Oppo di Taman Pondok Cabe, Tangerang Selatan.

IV.3.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel *independen* terhadap variabel *dependen* yaitu variabel Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Merek Oppo secara bersama-sama di mana :

Jika R^2 semakin besar (mendekati satu) maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas (X_1) Kualitas Produk, (X_2) Harga, dan (X_3) Citra Merek terhadap keputusan pembelian *Smartphone* Merek Oppo variabel terikat (Y) adalah besar. Berarti model yang digunakan semakin kuat menerangkan pengaruh variabel bebas Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Merek Oppo.

Sebaliknya jika (R^2) semakin kecil (mendekati nol) maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas (X_1) yakni Kualitas Produk, (X_2) Harga dan (X_3) Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Merek Oppo sebagai variabel terikat (Y) adalah semakin kecil. Berarti model yang digunakan tidak kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Merek Oppo. Untuk analisisnya dengan menggunakan output SPSS dapat dilihat pada tabel “*Model Summary*”.

Tabel 34 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

<i>Model Summary^b</i>				
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.705 ^a	.498	.482	.49067

a. *Predictors: (Constant), Citra_Merek, Kualitas_Produk, Harga*

b. *Dependent Variable: Keputusan_Pembelian*

Sumber : Hasil Output SPSS 21

Besarnya Pengaruh variabel Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), dan Citra Merek (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) dapat diketahui dengan melihat nilai R^2 pada tabel Model Summary. Dalam kasus ini besarnya R^2 adalah $0,498 = 49,8\%$. Artinya pengaruh variabel Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), Citra Merek (X_3) secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah sebesar $49,8\%$ dan pengaruh variabel lain yaitu Promosi, Selera Konsumen dan Loyalitas Konsumen mempengaruhi variabel Keputusan Pembelian (Y) adalah sebesar $50,2\%$. Angka $50,2\%$ didapat dari $(100\% - 49,8\%) = 50,2\%$.

IV.4 Pembahasan

Dari hasil penelitian pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Merek Oppo di Taman Pondok Cabe, Tangerang Selatan dapat diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian dengan menggunakan teknik analisis regresi berganda, maka dalam penelitian ini yang merupakan variabel bebas adalah kualitas produk, harga dan citra merek. Dan variabel terikatnya adalah keputusan pembelian. Berdasarkan analisa SPSS versi 21 diperoleh pengaruh dari hasil masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

a. Hasil pengujian terhadap variabel Kualitas Produk

Dari hasil pengujian secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis dan mendukung penelitian yang dilakukan oleh Alfred (2013) yang hasil penelitiannya mengatakan bahwa variabel Kualitas Produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Tetapi hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yuniati (2014) Anggara (2012) Rumat (2014) yang mengatakan variabel Kualitas Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Perbedaan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yuniati, Anggara dan Rumat ini bisa disebabkan oleh perbedaan produk yang diteliti dan lokasi penelitian, yaitu Yuniati meneliti mengenai handphone Cross di Sukoharjo, Anggara meneliti mengenai laptop Acer

di Bandar Lampung sedangkan Rimate meneliti mengenai iPhone di Manado.

b. Hasil pengujian terhadap variabel Harga

Hasil pengujian dari variabel Harga secara parsial atau (uji t) menunjukkan bahwa variabel Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis dan mendukung penelitian yang dilakukan oleh Yuniati (2014) Aleiyya (2014) Laheba (2015) Alfred (2013). Hasil dari keempat penelitian terdahulu mereka mengatakan bahwa variabel Harga berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Tetapi hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Anggara mengatakan variabel Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Perbedaan hasil penelitian yang dilakukan oleh Anggara ini disebabkan oleh perbedaan produk yang diteliti dan lokasi penelitian, yaitu Anggara meneliti mengenai laptop Acer di Bandar Lampung.

c. Hasil pengujian terhadap variabel Citra Merek

Hasil pengujian dari variabel Citra Merek secara parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel Citra Merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis dan mendukung penelitian yang dilakukan oleh Aleiyya (2014) dan Laheba (2015) yang hasil penelitiannya mengatakan bahwa variabel Citra Merek memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

d. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Dan nilai koefisien determinasi atau R^2 dari penelitian ini adalah sebesar 49,8%, hasil dari koefisien ini mendekati dari hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yuniati yaitu sebesar 49,1%. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Anggara hanya mendapatkan hasil R^2 sebesar 12,6%. Perbedaan hasil koefisien determinasi ini terjadi karena perbedaan geografis, Yuniati melakukan penelitiannya di Sukoharjo, sedangkan Anggara melakukan penelitiannya di Bandar Lampung.