

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Deskriptif adalah untuk mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat simpulan yang berbentuk umum atau generalisasi. Dalam deskripsi data ini peneliti akan menggambarkan kondisi responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini dilihat dari karakteristik responden antara lain :

4.1.1 Deskripsi karakteristik Responden

1. Jenis Kelamin

Gambaran umum mengenai konsumen oppo smartphone berdasarkan jenis kelamin pada saat pengambilan sample adalah sebagai berikut :

Tabel 4.1 Respoden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	49	49%
Perempuan	51	51%
Total	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah 2017

Berdasarkan tabel 4.1 diatas dapat diketahui bahwa proporsi paling besar adalah responden wanita sebanyak 51 atau 51%, hal ini dapat dilihat yang paling banyak menggunakan oppo smartphone adalah wanita, data dapat dilihat pada lampiran 3 .

2. Latar Belakang Pendidikan

Gambaran umum mengenai konsumen oppo smartphone berdasarkan latar belakang pendidikan pada saat pengambilan sample adalah sebagai berikut :

Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Latar Belakang Pendidikan

Tingkat pendidikan	Jumlah	Persentase
SMA	55	55%
D3	16	16%
S1	25	25%
S2	4	4%
S3	0	0%
Total	100	100%

Sumber : data primer yang diolah 2017

Berdasarkan tabel 4.2 diatas dapat diketahui bahwa proporsi paling besar adalah responden dengan latar belakang pendidikan SMA sebanyak 55 atau 55%, hal ini dapat dilihat yang paling banyak menggunakan oppo smartphone adalah dengan latar pendidikan SMA, data dapat dilihat pada lampiran 4

3. Pekerjaan Responden

Gambaran umum mengenai konsumen oppo smartphone berdasarkan pekerjaan pada saat pengambilan sample sebagai berikut :

Tabel 4.3 Responden Berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Karyawan swasta	43	43%

Karyawan BUMN	5	5%
PNS	17	17%
Mahasiswa	35	35%
Total	100	100%

Sumber: data primer yang diolah 2017

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat diketahui bahwa proporsi paling besar adalah responden dengan pekerjaan sebagai karyawan swasta sebanyak 43 atau 43%, hal ini dapat dilihat yang paling banyak menggunakan oppo smartphone adalah karyawan swasta, data dapat dilihat pada lampiran 5

4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden

1. Variable Kualitas Produk

Table 4.4 Hasil Jawaban Responden Variable Kualitas Produk (X)

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS(1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Ukuran smartphone oppo memiliki variasi yang menarik.	22	22%	65	65%	8	8%	3	3%	2	2%
2	Smartphone oppo memiliki warna yang menarik.	21	21%	62	62%	11	11%	3	3%	3	3%
3	Smartphone oppo memudahkan saya dalam mencari tempat yang akan dituju	21	21%	55	55%	18	18%	4	4%	2	2%

4	Smartphone oppo memudahkan saya dalam berkomunikasi.	26	26%	57	57%	11	11%	4	4%	2	2%
5	Smartphone oppo memiliki kamera yang berkualitas.	36	36%	44	44%	12	12%	6	6%	2	2%
6	Smartphone oppo memiliki E-mail yang mudah di gunakan.	14	14%	53	53%	24	24%	6	6%	3	3%
7	Smartphone oppo memiliki fitur – fitur yang canggih.	30	30%	46	46%	17	17%	6	6%	1	1%
8	Smartphone oppo memiliki tampilan produk yang menarik.	30	30%	50	50%	17	17%	2	2%	1	1%
9	Smartphone oppo memiliki fungsi produk untuk berkomunikasi lebih hemat.	30	30%	36	36%	27	27%	5	5%	2	2%
10	Smartphone oppo memiliki daya tahan produk yang tidak mudah rusak.	32	32%	40	40%	21	21%	6	6%	1	1%
11	Umur ekonomis yang dimiliki oleh smartphone oppo cukup lama.	27	27%	39	39%	25	25%	7	7%	2	2%
12	Smartphone oppo memiliki baterai yang cukup kuat.	35	35%	33	33%	21	21%	5	5%	6	6%

13	Smartphone oppo memiliki akses internet yang cepat.	31	31%	44	44%	20	20%	2	2%	3	3%
14	Smartphone oppo memiliki jumlah part yang mudah di cari.	33	33%	32	32%	28	28%	6	6%	1	1%
15	Speaker yang dimiliki smartphone oppo memiliki suara yang jelas.	33	33%	44	44%	18	18%	3	3%	2	2%
16	Smartphone oppo memiliki desain produk yang menarik.	32	32%	46	46%	16	16%	5	5%	1	1%
17	Persepsi pengguna smartphone oppo terhadap kualitas produk.	20	20%	43	43%	31	31%	1	1%	5	5%

Sumber: hasil data diolah tahun 2017

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui respon terhadap variabel kualitas produk. Pada hasil pernyataan mengenai kualitas produk yang memperoleh hasil paling tinggi terdapat pada pernyataan “setuju” yaitu sebesar 65% pada pernyataan 1 “Ukuran smartphone oppo memiliki variasi yang menarik.” Sedangkan pernyataan mengenai kualitas produk yang menyatakan “setuju” paling rendah dengan nilai 32% terdapat pada pernyataan 14 yaitu “Smartphone oppo memiliki jumlah part yang mudah di cari.”, data dapat dilihat pada lampiran 6.

2. Variable Negara Asal

Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden Variable Negara Asal (M)

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS(1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Negara asal merek sebagai negara yang inovatif dalam pabrikasi	11	11%	51	51%	31	31%	4	3%	3	5%
2	Negara asal merek sebagai negara yang memiliki pendidikan dan teknologi tinggi.	16	16%	48	48%	27	27%	5	5%	4	4%
3	Negara asal merek sebagai negara yang baik dalam disain smartphone	12	12%	38	38%	32	32%	11	11%	7	7%
4	Negara asal merek negara yang memiliki reputasi yang baik.	21	21%	39	39%	27	27%	7	7%	6	6%
5	Negara asal merek sebagai negara yang maju.	23	23%	41	41%	30	30%	5	5%	1	1%
6	Negara asal merek sebagai negara yang memiliki tenaga kerja yang kreatif.	24	24%	46	46%	27	27%	2	2%	1	1%
7	Negara asal merek sebagai negara yang memiliki tenaga kerja	24	24%	41	41%	32	32%	2	2%	1	1%

	yang berkualitas tinggi.										
8	Negara asal merek adalah negara yang ideal untuk dikunjungi.	27	27%	46	46%	24	24%	3	3%	0	0%

Sumber : data primer yang diolah 2017

Berdasarkan tabel 4.5 dapat diketahui respon terhadap variabel negara asal. Pada hasil pernyataan mengenai negara asal yang memperoleh hasil paling tinggi terdapat pada pernyataan “setuju” yaitu sebesar 51% pada pernyataan 1 “Negara asal merek sebagai negara yang inovatif dalam pabrikan.” Sedangkan pernyataan mengenai negara asal yang menyatakan “setuju” paling rendah dengan nilai 38% terdapat pada pernyataan 3 yaitu “Negara asal merek sebagai negara yang baik dalam disain smartphone, data dapat lihat lampiran 7.

3. Variable Keputusan Pembelian

Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden Variable Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS(1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Memanfaatkan fasilitas smartphone oppo sebagai alat komunikasi sudah menjadi budaya.	14	14%	42	42%	36	36%	6	6%	2	2%
2	Faktor agama berpengaruh terhadap penggunaan smartphone	4	4%	21	21%	32	32%	28	28%	15	15%

	oppo.										
3	Kelas sosial mempengaruhi saya dalam menggunakan smartphone oppo.	7	7%	27	27%	43	43%	17	17%	6	6%
4	Lingkungan membuat saya harus menggunakan smartphone oppo.	5	5%	25	25%	36	36%	26	26%	8	8%
5	Keluarga berpengaruh terhadap pembelian smartphone oppo.	5	5%	25	25%	36	36%	28	28%	6	6%
6	Peranan dan status mempengaruhi keputusan pembelian smartphone oppo.	11	11%	33	33%	41	41%	14	14%	1	1%
7	Pekerjaan mempengaruhi keputusan pembelian smartphone oppo.	11	11%	30	30%	41	41%	17	17%	1	1%
8	Keputusan pembelian smartphone oppo ditentukan oleh keadaan ekonomi.	17	17%	36	36%	32	32%	11	11%	4	4%
9	Gaya hidup mempengaruhi keputusan pembelian smartphone oppo.	18	18%	36	36%	26	26%	16	16%	4	4%

10	Kepribadian dan konsep diri mempengaruhi keputusan pembelian smartphone oppo.	18	18%	33	33%	38	38%	11	11%	0	0%
11	Pembelian dilakukan karena terdapat motivasi dalam menggunakan smartphone oppo.	14	14%	48	48%	29	29%	8	8%	1	1%
12	Persepsi konsumen mempengaruhi keputusan pembelian smartphone oppo.	11	11%	47	47%	32	32%	8	8%	2	2%
13	Penggunaan smartphone oppo berpengaruh terhadap proses belajar saya.	11	11%	54	54%	22	22%	9	9%	4	4%
14	Menggunakan smartphone oppo menambah kepercayaan diri saya.	15	15%	47	47%	22	22%	9	9%	7	7%
15	Sikap konsumen mempengaruhi keputusan pembelian smartphone oppo.	14	14%	50	50%	29	29%	6	6%	1	1%

Sumber: data primer yang diolah 2017

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui respon terhadap variabel keputusan pembelian. Pada hasil pernyataan mengenai keputusan pembelian yang memperoleh hasil paling tinggi terdapat pada pernyataan “setuju” yaitu sebesar 54% pada pernyataan 13 “Penggunaan smartphone oppo

berpengaruh terhadap proses belajar saya.” Sedangkan pernyataan mengenai keputusan pembelian yang menyatakan “setuju” paling rendah dengan nilai 19% terdapat pada pertanyaan 2 yaitu “Faktor agama berpengaruh terhadap penggunaan smartphone oppo”, data dapat dilihat pada lampiran 8.

4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

4.2.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas diujikan pada 30 responden karena lebih mendekati kurva normal yang dilakukan menggunakan korelasi product moment.

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Angket Kualitas Produk (X)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kondisi	Keterangan
Pernyataan 1	0,572	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 2	0,369	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 3	0,487	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 4	0,448	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 5	0,552	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 6	0,444	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 7	0,511	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 8	0,560	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Pernyataan 9	0,720	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 10	0,604	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 11	0,393	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 12	0,436	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 13	0,489	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 14	0,720	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 15	0,604	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 16	0,425	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 17	0,615	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Hasil data diolah tahun 2017

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, menunjukkan hasil pengujian yang valid untuk 17 butir pernyataan. Hal ini dapat dilihat dari koefisien korelasi product momen lebih besar dari r tabel. Nilai tertinggi koefisien product moment sebesar 0,720 pada pernyataan ke 14 yaitu “Smartphone oppo memiliki jumlah part yang mudah di cari”. Dan nilai terkecil koefisien product moment sebesar 0,369 pada pernyataan ke 2 yaitu “Smartphone oppo memiliki warna yang menarik”, data dapat dilihat pada lampiran 9.

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Angket Negara Asal (M)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kondisi	Keterangan
Pernyataan 1	0,555	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 2	0,660	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 3	0,525	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Pernyataan 4	0,701	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 5	0,720	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 6	0,710	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 7	0,828	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 8	0,430	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Hasil data diolah tahun 2017

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, menunjukkan hasil pengujian yang valid untuk 8 butir pernyataan. Hal ini dapat dilihat dari koefisien korelasi product momen lebih besar dari r tabel. Nilai tertinggi koefisien product moment sebesar 0,828 pada pernyataan ke 7 yaitu “Negara asal merek sebagai negara yang memiliki tenaga kerja yang berkualitas tinggi.” Dan nilai terkecil koefisien product moment sebesar 0,430 pada pernyataan ke 8 yaitu “Negara asal merek adalah negara yang ideal untuk dikunjungi.”. data dapat dilihat pada lampiran 10.

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kondisi	Keterangan
Pernyataan 1	0,679	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 2	0,538	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 3	0,530	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 4	0,672	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 5	0,534	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 6	0,637	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 7	0,535	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 8	0,649	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 9	0,695	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 10	0,632	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Pernyataan 11	0,631	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 12	0,531	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 13	0,617	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 14	0,423	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 15	0,402	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber : hasil data diolah 2017

Berdasarkan tabel 4.9 diatas, menunjukkan hasil pengujian yang valid untuk 15 butir pernyataan. Hal ini dapat dilihat dari koefisien korelasi product momen lebih besar dari r tabel. Nilai tertinggi koefisien product moment sebesar 0,695 pada pernyataan ke 9 yaitu “Gaya hidup mempengaruhi keputusan pembelian smartphone oppo.” Dan nilai terkecil koefisien product moment sebesar 0,402 pada pernyataan ke 15 yaitu “Sikap konsumen mempengaruhi keputusan pembelian smartphone oppo.” Data dapat dilihat pada lampiran 11.

4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi respon dalam memberikan jawaban sehingga kesungguhan dari respon dapat dipercaya untuk apakah data reliable atau tidak dilakukan dengan tehnik *Alpha cronbach*, yang dibantu dengan program SPSS 20. hasil pengujian reliabilitas menggunakan tingkat keyakinan 95% = 0,05.

Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Koefisien r	Keterangan
1	Kualitas produk (X)	0,893	0,893 berada di antara	Sangat Tinggi

			0,8000 – 1,0000	
2	Negara Asal (M)	0,873	0,873 berada di antara 0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
3	Keputusan Pembelian (Y)	0,862	0,862 berada di antara 0,8000 – 1,0000	SangatTinggi

Sumber: Hasil data diolah tahun 2017

Berdasarkan hasil uji reliabilitas tabel 4.10 nilai cronbach's alpha sebesar 0,893 untuk variabel kualitas produk (X) dengan tingkat reliabel sangat tinggi. 0,873 untuk variabel negara asal (M) dengan tingkat reliabel sanagt tinggi. dan 0,862 untuk variabel keputusan pembelian (Y) yang artinya tingkat reliabel sangat tinggi, data dapat dilihat pada lampiran 12

4.3 Uji Persyaratan Analisis Data

4.3.1 Hasil Uji Normalitas

Untuk mengetahui data normal atau mendekati normal bisa dilakukan dengan uji Kolmogrov-Smirnov ($Sig > 0,05$). Dengan kata lain residual berdistribusi normal.

Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov

Variabel	Sig.	Apha	Kondisi	Keterangan
Kualitas produk	0,176	0,05	Sig > Alpha	Normal
Negara asal	0,597	0,05	Sig > Alpha	Normal
Keputusan Pembelian	0,657	0,05	Sig > Alpha	Normal

Sumber : hasil data di olah tahun 2017

Berdasarkan tabel 4.11 diatas, menunjukkan bahwa Kualitas produk (X) One-Sample Kolmogorov Test-Smirnov dengan tingkat signifikan diperoleh $0,176 > 0,05$ maka data berasal dari populasi berdistribusi normal. Nilai untuk Negara asal (M) dengan tingkat signifikan diperoleh $0,597 > 0,05$ maka berasal dari populasi berdistribusi normal. Nilai untuk keputusan pembelian (Y) dengan tingkat signifikan diperoleh data $0,657 > 0,05$ maka data berasal dari populasi berdistribusi normal. Data dapat dilihat pada lampiran 13.

4.4 Analisis Jalur

4.4.1 Uji Analisis Jalur

HASIL HIPOTESIS 1

Tabel 4.12

Hasil Perhitungan Model Summary

Variabel	R (Korelasi)	R Square (Koefisien Determinasi)
Kualitas Produk	0,436	0,190

Sumber data di olah tahun 2017

Berdasarkan tabel 4.12 diatas, di peroleh nilai koefisien determinasi R Square sebesar 0,190 artinya variabel kualitas produk (X) mempengaruhi variable negara asal (M) sebesar 19% dan sisanya 81% di pengaruhi oleh variabel lain, data dapat dilihat pada lampiran 14.

Tabel 4.13
Hasil Perhitungan Coefficients

Variabel	Beta
Kualitas Produk	0,436

Sumber data di olah tahun 2017

Tabel 4.13 menjelaskan hasil pengujian pada variabel kualitas produk (X) berkontribusi pengaruh terhadap variabel negara asal (M). besarnya pengaruh variabel kualitas produk (X) terhadap variabel negara asal (M) sebesar 0,436 atau 43,6 %, data dapat dilihat pada lampiran 14.

HASIL HIPOTESIS 2

Tabel 4.14

Hasil Perhitungan Model Summary

Variabel	R (Korelasi)	R Square (Koefisien Determinasi)
Kualitas Produk	0,430	0,185

Sumber data di olah tahun 2017

Berdasarkan tabel 4.14 diatas, di peroleh nilai koefisien determinasi R Square sebesar 0,185 artinya variabel kualitas produk (X) mempengaruhi variable keputusan pembelian (Y) sebesar 18,5% dan sisanya 81,5% di pengaruhi oleh variabel lain, data dapat dilihat pada lampiran 15.

Tabel 4.15
Hasil Perhitungan Coefficients

Variabel	Beta
Kualitas Produk	0,430

Sumber data di olah tahun 2017

Tabel 4.15 menjelaskan hasil pengujian pada variabel kualitas produk (X) berkontribusi pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y). besarnya pengaruh variabel kualitas produk (X) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 0,430 atau 43,%, data dapat dilihat pada lampiran 15.

HIPOTESIS 3

Tabel 4.16
Hasil Perhitungan Model Summary

Variabel	R (Korelasi)	R Square (Koefisien Determinasi)
Negara asal	0,439	0,193

Sumber data di olah tahun 2017

Berdasarkan tabel 4.16 diatas, di peroleh nilai koefisien determinasi R Square sebesar 0,193 artinya variabel negara asal (M) mempengaruhi variable keputusan pembelian (Y) sebesar 19,3% dan sisanya 80,7% di pengaruhi oleh variabel lain, data dapat dilihat pada lampiran 16.

Tabel 4.17
Hasil Perhitungan Coefficients

Variabel	Beta
Negara asal	0,439

Sumber data di olah tahun 2017

Tabel 4.17 menjelaskan hasil pengujian pada variabel negara asal (M) berkontribusi pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y). besarnya pengaruh variabel negara asal (M) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 0,439 atau 43,9%, data dapat dilihat pada lampiran 16.

HIPOTESIS 4

Tabel 4.18
Hasil Perhitungan Model Summary

Variabel	R (Korelasi)	R Square (Koefisien Determinasi)
Kualitas Produk Negara asal	0,513	0,263

Sumber data di olah tahun 2017

Berdasarkan tabel 4.18 diatas, di peroleh nilai koefisien determinasi R Square sebesar 0,263 artinya variabel kualitas produk (X) melalui variable negara asal (M) berpengaruh terhadap variable keputusan pembelian (Y) sebesar 26,3% dan sisanya 73,7% di pengaruhi oleh variabel lain, data dapat dilihat pada lampiran 17.

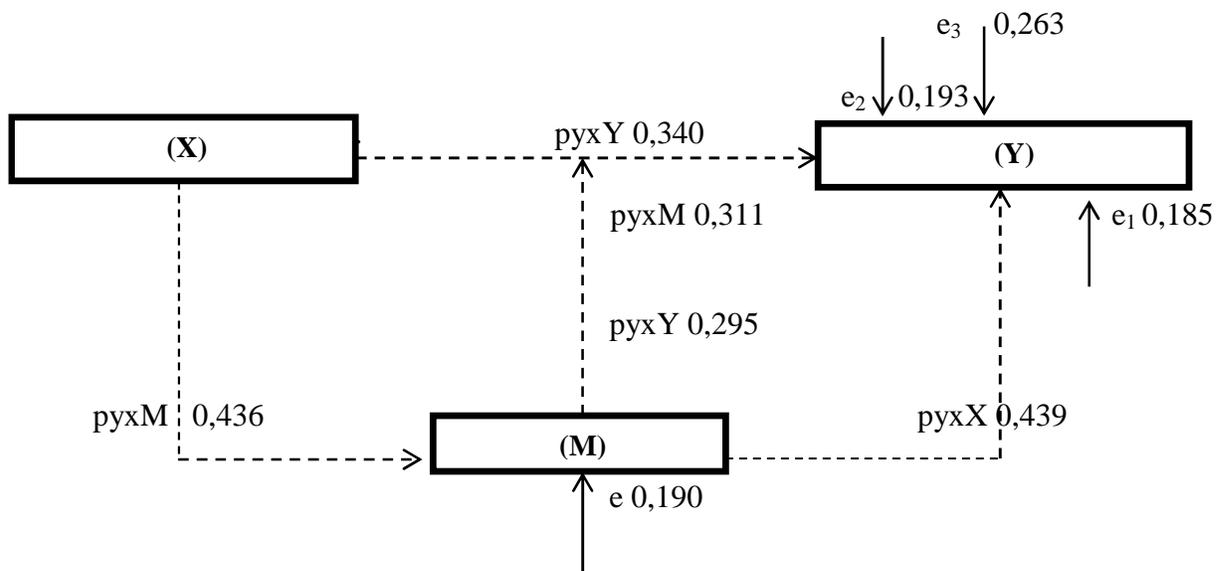
Tabel 4.19
Hasil Perhitungan Coefficients

Variabel	Beta
Kualitas Produk	0,295
Negara asal	0,311

Sumber : data diolah 2017

Tabel 4.19 menjelaskan hasil pengujian pada variable kualitas produk (X) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) dan besarnya pengaruh variable kualitas produk sebesar 0,295 atau 29,5%, dan dari hasil hasil perhitungan besarnya pengaruh variabel negara asal (M) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 0,311 atau 31,1%, data dapat dilihat pada lampiran 17.

Berikut ini adalah hasil diagram analisis jalur :



$$M = 0,436 + 0,190 \quad (\text{persamaan jalur struktural 1})$$

$$Y = 0,340 + 0,185 \quad (\text{persamaan jalur struktural 2})$$

$$Y = 0,439 + 0,193 \quad (\text{persamaan jalur struktural 3})$$

$$Y = 0,295 + 0,311 + 0,263 \quad (\text{persamaan jalur struktural 4})$$

Berdasarkan hasil perhitungan analisis jalur maka memberikan informasi secara objektif sebagai berikut :

1. Pengaruh variable kualitas produk (X) terhadap negara asal (M) sebesar 0,436 atau 43,6 %
2. Pengaruh variable kualitas produk (X) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,340 atau 34%
3. Pengaruh variable negara asal (M) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,439 atau 43,9%
4. Pengaruh variable kualitas produk (X) sebesar 0,295 atau 29,5% dan negara asal (M) sebesar 0,311 atau 31,1% terhadap keputusan pembelian (Y)

4.5 Pembahasan

Berdasarkan hasil kuisisioner, responden dalam penelitian ini sebagian besar adalah perempuan dengan jumlah 51 orang, dan berpendidikan SMA dengan pekerjaan sebagai karyawan swasta. Dan semua responden menggunakan oppo smartphone.

1. hasil pengujian pada variabel kualitas produk (X) berkontribusi pengaruh terhadap variabel negara asal (M). dan besarnya pengaruh variabel kualitas produk (X) terhadap variabel negara asal (M) sebesar 0,436 atau 43,6 %. Menurut Kotler dan Armstrong (2011:258) kualitas produk adalah kemampuan yang bisa dinilai dari suatu produk didalam menjalankan fungsinya, yang merupakan suatu gabungan dari kinerja, daya tahan, kesesuaian spesifikasi, fitur dan releabilitas dari suatu produk tersebut. Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas, artinya teori kualitas produk terbukti berpengaruh.

2. hasil pengujian pada variabel kualitas produk (X) berkontribusi pengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) dan besarnya pengaruh variabel kualitas produk (X) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,430 atau 43, %.
3. hasil pengujian pada variabel Negara Asal (M) berkontribusi pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y). dan besarnya pengaruh variabel Negara Asal (M) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 0,439 atau 43,9%. Menurut (Cateora dan Graham, 1999) Negara asal merupakan bagian dari suatu produk karena gambaran dari suatu negara mewakili produk yang dihasilkan. Sedangkan Menurut Ahmed, James, dan Lim (2008) dalam ekawati (2015) disepakati bahwa konsumen mempunyai persepsi tertentu mengenai lokasi atau negara tempat suatu produk dihasilkan. Artinya teori negara asal terbukti berpengaruh.
4. hasil pengujian pada variable kualitas produk (X) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) dan besarnya pengaruh variable kualitas produk sebesar 0,295 atau 29,5%, dan besarnya pengaruh variabel negara asal (M) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 0,311 atau 31,1%. Menurut Kotler dan Armstrong (2001:26) keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli. Sehubungan dengan itu, negara asal memiliki pengaruh besar pada persepsi terhadap kualitas sebuah produk, artinya teori kualitas produk dan negara asal terbukti berpengaruh terhadap keputusan pembelian.