

## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Deskripsi Data

#### 4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian

Deskriptif adalah deskripsi data yang merupakan gambaran data yang akan digunakan untuk proses selanjutnya (menguji hipotesis). Hal ini dilakukan untuk memenuhi beberapa asumsi yang telah ditetapkan dalam pengujian hipotesis dengan metode statistik parametris. Dalam deskripsi data ini, penulis mencoba untuk menggambarkan kondisi responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini dilihat dari karakteristik responden antara lain jenis kelamin, usia, Pendidikan Terakhir, Pekerjaan dan Tipe merek Smartphone Samsung.

**Tabel 4.1**

#### 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

<b>NO</b>	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Frekuensi (orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
1	Perempuan	50	52,1
2	Laki-Laki	46	47,9
<b>Total</b>		<b>96</b>	<b>100,0</b>

*Sumber: Data diolah, 2017*

Berdasarkan tabel 4.1 Karakteristik responden dengan jenis kelamin Perempuan memiliki frekuensi sebanyak 50 orang atau 52,1% dan jenis kelamin Laki-Laki memiliki frekuensi sebanyak 46 orang atau 47,9%. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dalam penelitian ini digunakan untuk mengasumsikan tingkat minat beli yang didominasi oleh responden berjenis kelamin Perempuan atau 52,1% dari total keseluruhan responden yang mengisi kuesioner berjumlah 96 orang dengan total persentase sebesar 100,0%.

## 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

**Tabel 4.2**

### **Responden Berdasarkan Usia**

<b>NO</b>	<b>Usia (tahun)</b>	<b>Frekuensi (orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
1	19-20	12	12,5
2	21-25	61	63,5
3	26-30	19	19,9
4	31-35	4	4,1
<b>Total</b>		<b>96</b>	<b>100,0</b>

*Sumber: Data diolah, 2017*

Berdasarkan tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan usia dalam penelitian ini digunakan untuk mengasumsikan tingkat Minat Beli yang didominasi oleh responden usia 19-20 tahun memiliki frekuensi sebanyak 12 orang atau 12,5%, responden usia 21-25 tahun memiliki frekuensi sebanyak 61 orang atau 63,5%, responden usia 26-30 tahun memiliki frekuensi sebanyak 19 orang atau 19,9%, responden usia 31-35 tahun memiliki frekuensi sebanyak 4 orang atau 4,1%.

Karakteristik responden berdasarkan usia dalam penelitian ini digunakan untuk mengasumsikan tingkat minat beli yang didominasi oleh responden usia 21-25 tahun atau 63,5% dari total keseluruhan responden yang mengisi kuesioner berjumlah 96 orang dengan total persentase sebesar 100,0%.

### 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 4.3

#### Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

NO	Pendidikan Terakhir	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	SD	-	0
2	SMP	-	0
3	SMA/SMK	52	54,2
4	Diploma	11	11,5
5	S1	32	33,3
6	S2	1	1,0
<b>Total</b>		<b>96</b>	<b>100,0</b>

Sumber: Data diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.3 Karakteristik responden dengan Pendidikan Terakhir SD memiliki frekuensi sebanyak 0 orang atau 0%, Pendidikan Terakhir SMP memiliki frekuensi sebanyak 0 orang atau 0%, Pendidikan Terakhir SMA/SMK memiliki frekuensi sebanyak 52 orang atau 54,2%, Pendidikan Terakhir Diploma memiliki frekuensi sebanyak 11 orang atau 11,5%, Pendidikan Terakhir S1 memiliki frekuensi sebanyak 32 orang atau 33,3%, dan Pendidikan Terakhir S2 memiliki frekuensi sebanyak 1 orang atau 1,0%. Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan Terakhir dalam penelitian ini digunakan untuk mengasumsikan tingkat minat beli yang didominasi oleh responden Pendidikan Terakhir SMA/SMK atau 54,2% dari total keseluruhan responden yang mengisi kuesioner berjumlah 96 orang dengan total persentase sebesar 100,0%.

#### 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4

##### Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

NO	Pekerjaan	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Pelajar	-	0
2	Mahasiswa	46	47,9
3	PNS	6	6,3
4	Pegawai Suwasta	32	33,3
5	Wirausaha	8	8,3
6	Ibu Rumah Tangga	2	2,1
7	Belum Bekerja	2	2,1
<b>Total</b>		<b>96</b>	<b>100,0</b>

Sumber: Data diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.4 Karakteristik responden dengan Pekerjaan Pelajar memiliki frekuensi sebanyak 0 orang atau 0%, Pekerjaan Mahasiswa memiliki frekuensi sebanyak 46 orang atau 47,9%, Pekerjaan PNS memiliki frekuensi sebanyak 6 orang atau 6,3%, Pekerjaan Pegawai Suwasta memiliki frekuensi sebanyak 32 orang atau 33,3%, Pekerjaan Wirausaha memiliki frekuensi sebanyak 8 orang atau 8,3%, Pekerjaan Ibu Rumah Tangga memiliki frekuensi sebanyak 2 orang atau 2,1%, Pekerjaan dan Belum Bekerja memiliki frekuensi sebanyak 2 orang atau 2,1. Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan dalam penelitian ini digunakan untuk mengasumsikan tingkat minat beli yang didominasi oleh responden Pekerjaan Mahasiswa atau 47,9% dari total keseluruhan responden yang mengisi kuesioner berjumlah 96 orang dengan total persentase sebesar 100,0%.

## 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Tipe Merek Smartphone Samsung

**Tabel 4.5**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Merek Smartphone Samsung**

NO	Tipe Merek Smartphone Samsung	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1	Samsung Galaxy V Plus	10	10,4
2	Samsung Galaxy Grend Prime Plus	18	18,8
3	Samsung A3	14	14,6
4	Samsung Galaxy J5 Prime	23	24,0
5	Samsung Galaxy J7 Prime	12	12,5
6	Samsung Galaxy J3	11	11,5
7	Samsung Galaxy Ace J4	8	8,3
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100,0</b>

*Sumber: Data diolah, 2017*

Berdasarkan tabel 4.5 Karakteristik responden dengan Tipe Merek Smartphone Samsung Galaxy V Plus memiliki frekuensi sebanyak 10 orang atau 10,4%, Tipe Merek Smartphone Samsung Galaxy Grend Prime Plus memiliki frekuensi sebanyak 18 orang atau 18,8%, Tipe Merek Smartphone Samsung A3 memiliki frekuensi sebanyak 14 orang atau 14,6%, Tipe Merek Smartphone Samsung Galaxy J5 Prime memiliki frekuensi sebanyak 23 orang atau 24,0%, Tipe Merek Smartphone Samsung Galaxy J7 Prime memiliki frekuensi sebanyak 12 orang atau 12,5%, Tipe Merek Smartphone Samsung Galaxy J3 memiliki frekuensi sebanyak 11 orang atau 11,5%, dan Tipe Merek Smartphone Samsung Galaxy Ace J4 memiliki frekuensi sebanyak 8 orang atau 8,3%. Karakteristik responden berdasarkan Tipe Merek Smartphone Samsung dalam penelitian ini digunakan untuk mengasumsikan tingkat minat beli yang didominasi oleh responden Tipe Merek Smartphone Samsung J5 Preme atau 24,0% dari total keseluruhan

responden yang mengisi kuesioner berjumlah 96 orang dengan total persentase sebesar 100,0%.

#### 4.1.2 Deskripsi Variabel Penelitian

Hasil jawaban tentang variabel *Perceived Quality* ( $X_1$ ), *Negara Asal* ( $X_2$ ), dan Minat Beli ( $Y$ ) yang di sebarakan kepada 96 responden adalah sebagai berikut :

##### 1. Jawaban Responden Variabel Perceived Quality ( $X_1$ )

**Tabel 4.6**

**Hasil Jawaban Responden Variabel Perceived Quality ( $X_1$ )**

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS(5)		S(4)		RR (3)		TS(2)		STS(1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Smartphone Samsung memiliki model elegan.	42	43.8	45	46.9	9	9.4	0	0.0	0	0.0
2	Reputasi merek Smartphone Samsung bagus.	20	20.8	45	46.9	19	19.8	12	12.5	0	0.0
3	Harga Smartphone Samsung sesuai dengan kualitasnya.	27	28.1	46	47.9	19	19.8	4	4.2	0	0.0
4	Teknologi Smartphone Samsung canggih.	14	14.6	42	43.8	31	32.3	8	8.3	1	1.0

*Sumber: Data diolah, 2017*

Berdasarkan tabel 4.6 dapat dilihat bahwa pernyataan paling tinggi pada variabel *Perceived Quality* yaitu pernyataan No.1, Smartphone Samsung memiliki model elegan, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 42 responden (43,8%), Setuju sebanyak 45 responden (46,9%), Ragu-ragu sebanyak 9 responden (9,4%), Tidak setuju sebanyak 0 responden (0,0%) dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau (0,0%). Pernyataan yang paling rendah di respon oleh responden yaitu pernyataan No. 4, Teknologi Smartphone Samsung canggih, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 14 responden (14,6%), Setuju

sebanyak 42 responden (43,8%), Ragu-ragu sebanyak 31 responden (32,3%), Tidak setuju sebanyak 8 responden (8,3%) dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 responden atau (1,0%).

## 2. Jawaban Responden Variabel *Negara Asal (X<sub>2</sub>)*

**Tabel 4.7**

**Hasil Jawaban Responden Variabel *Negara Asal (X<sub>2</sub>)***

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS(5)		S(4)		N (3)		TS(2)		STS(1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Negara asal smartphone sebagai negara yang inovatif dalam memproduksi.	20	20.8	50	52.1	24	25.0	2	2.1	0	0.0
2	Negara asal smartphone berinovasi mengeluarkan produk dengan tampilan yang berbeda.	29	30.2	46	47.9	20	20.8	1	1.0	0	0.0
3	Negara asal merek sebagai negara asal yang memiliki teknologi tinggi	22	22.9	51	53.1	21	21.9	2	2.1	0	0.0
4	Negara asal merek dapat bersaing dengan produk smartphone negara lain.	29	30.2	48	50.0	19	19.8	0	0.0	0	0.0
5	Desain produk smartphone diproduksi negara asal disesuaikan dengan keinginan konsumen.	19	19.8	46	47.9	27	28.1	4	4.2	0	0.0
6	Negara asal smartphone sebagai negara yang baik dalam desain produk.	14	14.6	49	51.0	31	32.3	2	2.1	0	0.0
7	Negara asal smartphone	23	24.0	45	46.9	27	28.1	1	1.0	0	0.0

	Sebagai negara Yang memiliki tenaga kerja yang kreatif dalam memproduksi										
8	Negara asal smartphone membuat produk dengan tampilan yang menarik.	24	25.0	43	44.8	28	29.2	1	1.0	0	0.0
9	Negara asal produk smartphone Sebagai negara yang memiliki tenaga kerja yang berkualitas tinggi	18	18.8	52	54.2	24	25.0	0	0.0	2	2.1
10	Negara asal dari suatu produk mewakili kualitas dari produk smartphone itu sendiri.	17	17.7	48	50.0	26	27.1	3	3.1	2	2.1
11	Negara asal produk smartphone sebagai negara yang memiliki reputasi baik (terhormat).	22	22.9	34	35.4	35	36.5	3	3.1	2	2.1
12	Negara asal smartphone memiliki gengsi yang tinggi	14	14.6	41	42.7	38	39.6	2	2.1	1	1.0
13	Citra negara asal smartphone memiliki citra yang bagus dibenak konsumen.	15	15.6	46	47.9	33	34.3	1	1.0	1	1.0
14	Negara asal merek sebagai negara maju	30	31.3	48	50.0	14	14.6	4	4.2	0	0.0

Sumber: Data diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.7 dapat dilihat bahwa pernyataan paling tinggi pada variabel *Negara Asal* yaitu pernyataan No. 14, Negara asal merek sebagai negara maju, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 30 responden (31,3%), Setuju sebanyak 48 responden (50.0%), Netral sebanyak 14 responden (14,6%), Tidak setuju sebanyak 4 responden

(4,2%) dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau (0,0%). Pernyataan yang paling rendah di respon oleh responden yaitu pernyataan No.12, Negara asal smartphone memiliki gengsi yang tinggi, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 14 responden (14,6%), Setuju sebanyak 41 responden (42,7%), Netral sebanyak 38 responden (39,6%), Tidak setuju sebanyak 2 responden (2,1%) dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 responden atau (1,0%).

#### 4. Jawaban Responden Variabel Minat Beli (Y)

**Tabel 4.8**

**Hasil Jawaban Responden Variabel Minat Beli (Y)**

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS(5)		S(4)		RR (3)		TS(2)		STS(1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Saya tertarik mencari informasi mengenai tipe produk Samsung terbaru.	35	36.5	46	47.9	15	15.6	0	0.0	0	0.0
2	Situs internet memberikan informasi Smartphone Samsung yang ditawarkan berkualitas.	28	29.2	56	58.3	12	12.5	0	0.0	0	0.0
3	Smartphone samsung memiliki kualitas yang berbeda dengan smartphone lain.	27	28.1	39	40.6	30	31.3	0	0.0	0	0.0
4	Smartphone samsung memberikan harga yang berbeda dengan pesaing.	27	28.1	49	51.0	19	19.8	1	1.0	0	0.0
5	Smartphone Samsung selalu berinovasi mengeluarkan produk terbaru membuat saya	18	18.8	45	46.9	28	29.2	5	5.2	0	0.0

	tertarik untuk mencoba.										
6	Saya ingin menggunakan smartphone Samsung karna fiturnya lengkap.	23	24.0	30	31.3	29	30.2	14	14.6	0	0.0
7	Saya ingin mengetahui teknologi Smartphone Samsung.	22	22.9	40	41.7	31	32.3	3	3.1	0	0.0
8	Saya ingin mengetahui smartphone dari citra mereknya	26	27.1	50	52.1	16	16.7	4	4.2	0	0.0
9	Saya ingin membeli Smartphone Samsung karna dari spesifikasinya.	30	31.3	41	42.7	19	19.8	6	6.3	0	0.0
10	Saya ingin membeli Smartphone samsung karna lagi promosi.	29	30.2	34	35.4	28	29.2	5	5.2	0	0.0

*Sumber: Data diolah, 2017*

Berdasarkan tabel 4.8 dapat dilihat bahwa pernyataan paling tinggi pada variabel Minat Beli yaitu pernyataan No. 1, Saya tertarik mencari informasi mengenai tipe produk Samsung terbaru, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 35 responden (36,5%), Setuju sebanyak 46 responden (47.9%), Ragu-ragu sebanyak 15 responden (15,6%), Tidak setuju sebanyak 0 responden (0,0%) dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau (0,0%). Pernyataan yang paling rendah di respon oleh responden yaitu pernyataan No.5, Smartphone Samsung selalu berinovasi mengeluarkan produk terbaru membuat saya tertarik untuk mencoba, yang menyatakan sangat setuju sebanyak 18 responden (18,8%), Setuju sebanyak 45 responden (46,9%), Ragu-ragu sebanyak 28 responden (29,2%), Tidak setuju sebanyak 5 responden

(5,2%) dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau (0,0%).

## 4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

### 4.2.1 Hasil Uji Validitas

Kriteria pengujian untuk uji ini adalah apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka valid dan apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka tidak valid. Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.9**

**Hasil Uji Validitas Variabel Perceived Quality (X1)**

Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Kondisi	Keterangan
Pernyataan 1	0,669	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 2	0,555	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 3	0,722	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 4	0,778	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

*Sumber: Data diolah, 2017*

Berdasarkan tabel 4.9 hasil uji semua pernyataan variabel Perceived Quality (X1), maka nilai signifikansi dari semua butir pernyataan adalah valid, dapat diartikan bahwa dari semua butir pernyataan semua valid dan memenuhi syarat kevalidan instrumen.

**Tabel 4.10**

**Hasil Uji Validitas Variabel Negara Asal (X<sub>2</sub>)**

Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Kondisi	Keterangan
Pernyataan 1	0,517	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 2	0,570	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 3	0,596	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 4	0,548	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 5	0,678	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 6	0,739	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 7	0,799	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 8	0,778	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 9	0,544	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Pernyataan 10	0,828	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 11	0,638	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 12	0,500	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 13	0,772	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 14	0,489	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Data diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.10 hasil uji semua pernyataan variabel *Negara Asal* ( $X_2$ ), maka nilai signifikansi dari semua butir pernyataan adalah valid, dapat diartikan bahwa dari semua butir pernyataan semua valid dan memenuhi syarat kevalidan instrumen.

**Tabel 4.11**

**Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y)**

<b>Pernyataan</b>	<b><math>r_{hitung}</math></b>	<b><math>r_{tabel}</math></b>	<b>Kondisi</b>	<b>Keterangan</b>
Pernyataan 1	0,500	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 2	0,388	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 3	0,664	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 4	0,603	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 5	0,415	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 6	0,560	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 7	0,556	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 8	0,584	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 9	0,445	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 10	0,366	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Data diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.11 hasil uji semua pernyataan variabel Minat Beli (Y), maka nilai signifikansi dari semua butir pernyataan adalah valid, dapat diartikan bahwa dari semua butir pernyataan semua valid dan memenuhi syarat kevalidan instrumen.

#### 4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan kepada suatu pengertian bahwa instrument cukup dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrument tersebut sudah baik. Pada pengujian reliabilitas kuesioner di gunakan rumus *alpha cronbach* dengan mengkonsultasi-

kan nilai alpha yang dibantu dengan program SPSS 21.0 hasil pengujian reliabilitas menggunakan tingkat keyakinan 95% = 0,05. Dari hasil pengelolaan data melalui program SPSS diperoleh nilai koefisien seperti pada tabel di bawah ini :

**Tabel 4.12**  
**Interprestasi Nilai r Alpha Indeks Korelasi**

Nilai Korelasi	Keterangan
0,800 – 1.000	Sangat Tinggi
0,600 – 0,799	Tinggi
0,400 – 0,599	Sedang
0,200 – 0,399	Rendah
0,000 – 0,199	Sangat Rendah

Berdasarkan tabel 4.12 ketentuan reliabel, maka dapat dilihat hasil pengujian sebagai berikut :

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Nilai Alpa	Koefisien r	Keterangan
Perceived Quality (X1)	0,614	0,800 – 1.000	Sangat Tinggi
Negara Asal (X <sub>2</sub> )	0,888	0,800 – 1.000	Sangat Tinggi
Minat Beli (Y)	0,677	0,600 – 0,799	Tinggi

*Sumber: Data diolah, 2017*

Dari tabel 4.13 diperoleh nilai r Alpa *Perceived Quality* (X1) sebesar 0,614 dengan reliable tinggi, *Negara Asal* (X<sub>2</sub>) sebesar 0,888 dengan reliable sangat tinggi, dan *Minat Beli* (Y) Sebesar 0,677 dengan reliable tinggi .

### 4.3 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data

#### 4.3.1 Hasil Uji Normalitas

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Normalitas**

Variabel	Sig	Alpha	Keterangan
Perceived Quality (X1)	0,184	0,05	Normal

<i>Negara Asal</i> (X <sub>2</sub> )	0,508	0,05	Normal
Minat Beli (Y)	0,289	0,05	Normal

Sumber: Data diolah, 2017

Rumusan :

Ho : Data berasal dari populasi berdistribusi normal

Ha : Data berasal dari populasi yang tidak berdistribusi normal

Kriteria pengambilan keputusan

Signifikan (Sig) < 0,05 maka Ho ditolak

Signifikan (Sig) > 0,05 maka Ho diterima

Berdasarkan tabel 4.14 menunjukkan bahwa pada One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test nilai untuk *Perceived Quality* dengan tingkat signifikan diperoleh data 0,184 > 0,05 maka data berasal dari populasi berdistribusi normal. Nilai untuk *Negara Asal* dengan tingkat signifikan diperoleh 0,508 > 0,05 maka data berasal dari populasi berdistribusi normal. Nilai untuk Minat Beli dengan tingkat signifikan diperoleh data 0,289 > 0,05 maka data berasal dari populasi berdistribusi normal.

#### 4.3.2 Hasil Uji Homogenitas

Tabel 4.15

Hasil Uji Homogenitas

	Sig.	Keterangan
Perceived Quality (X1)	0,094	Varian populasi Homogen
<i>Negara Asal</i> (X2)	0,306	Varian populasi Homogen

Sumber: Data diolah, 2017

Rumusan :

Ho : Varian populasi adalah homogen

Ha : Varian populasi adalah tidak homogen

Kreteria pengambilan keputusan

Signifikan (Sig) < 0,05 maka Ho ditolak

Signifikan (Sig) > 0,05 maka Ho diterima

Berdasarkan tabel 4.15 hasil perhitungan didapat nilai signifikan Perceived Quality (X1) sig 0,094 > 0,05 maka Ho diterima dan Ha ditolak, sehingga varian populasi bersifat homogen. Nilai signifikan Negara Asal (X2) sig 0,306 > 0,05 maka Ho diterima dan Ha ditolak, sehingga varian populasi bersifat homogen.

#### 4.3.3 Hasil Uji Linieritas

**Tabel 4.16**

**Hasil Uji Linieritas**

Variabel	F	Sig	Alpha	Keterangan
X1 Terhadap Y	0,637	0,762	0,05	Berbentuk Linier
X2 Terhadap Y	1,353	0,163	0,05	Berbentuk Linier

*Sumber: Data diolah, 2017*

Rumusan:

Ho : Model regresi berbentuk linier

Ha : Model regresi tidak berbentuk linier

Kriteria pengambilan keputusan

Signifikan (Sig) < 0,05 maka Ho ditolak

Signifikan (Sig) > 0,05 maka Ho diterima

#### **Variabel *Perceived Quality* \*Minat Beli**

Berdasarkan tabel 4.16 hasil perhitungan ANOVA didapat nilai Sig pada baris *Deviantion from linearity* 0,762 > alpha 0,05 maka Ho diterima yang diterima yang menyatakan model regresi berbentuk linier.

### Variabel *Negara Asal* \*Minat Beli

Berdasarkan tabel 4.16 hasil perhitungan ANOVA didapat nilai Sig pada baris *Deviantion from linearity*  $0,163 > \alpha 0,05$  maka  $H_0$  diterima yang diterima yang menyatakan model regresi berbentuk linier.

#### 4.4 Hasil Analisis Data

Uji regresi linier berganda dengan dua atau lebih variabel independen digunakan untuk menguji pengaruh dan meramalkan suatu variabel dependen (Y) berdasarkan dua atau lebih variabel independen ( $X_1$ ), ( $X_2$ ), dalam persamaan linier. Hasil dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 4.17**

**Hasil Uji Regresi Model Summary**

Model	Koefisien Kolerasi (R)	(R square)	Keterangan
Regresi Linier Berganda	0,329	0,108	Terdapat tingkat keeratan dan Pengaruh antar Variabel

*Sumber: Data diolah, 2017*

Berdasarkan tabel 4.17 nilai R,  $R^2$  Adjusted  $R^2$  dan std Error. Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,329 yang menunjukkan tingkat keeratan antar variabel *Perceived Quality* dan *Negara Asal* rendah. Koefisien determinasi  $R^2$  (R square) sebesar 0,108. Menunjukkan bahwa Minat Beli (Y) dipengaruhi oleh *Perceived Quality* ( $X_1$ ) dan *Negara Asal* ( $X_2$ ) sebesar 10,8% sedang sisanya 89,2% dipengaruhi oleh faktor /variabel lain.

**Tabel 4.18**  
**Hasil Uji Regresi *Coefficients***

Variabel	<i>Unstandardized Coefficients</i>	Keterangan
	<b>B</b>	
Constant (Y)	23,797	Variabel X1 dan X2 akan Meningkatkan Persepsi Konsumen
<i>Perceived Quality</i> (X <sub>1</sub> )	0,298	
<i>Negara Asal</i> (X <sub>2</sub> )	0,204	

*Sumber: Data diolah, 2017*

Berdasarkan tabel 4.18 *Coefficients* adalah untuk melihat persamaan regresi linier berganda dan pengujian hipotesis dengan statistik t untuk masing-masing variabel independen.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

- a. Terlihat bahwa konstanta  $a = 23,797$  dan koefisien  $b_1 = 0,298$ ,  $b_2 = 0,204$ , sehingga persamaan regresi menjadi :

$$Y = 23,797 + 0,298 (X_1) + 0,204 (X_2)$$

Nilai konstanta sebesar 23,797 menyatakan bahwa jika tidak ada skor *Perceived Quality* dan *Negara Asal* ( $x = 0$ ) maka skor Minat Beli adalah sebesar 23,797.

- b. Koefisien regresi untuk *Perceived Quality* ( $X_1$ ) = 0,298 menyatakan bahwa setiap penambahan sebesar satu satuan *Perceived Quality* maka akan meningkatkan Minat Beli sebesar 0,298.
- c. Koefisien regresi untuk *Negara Asal* ( $X_2$ ) = 0,204 menyatakan bahwa setiap penambahan sebesar satu satuan *Negara Asal* maka akan meningkatkan Minat Beli sebesar 0,204.

## 4.5 Hasil Pengujian Hipotesis

### 4.5.1 Hasil Uji t

Pengujian hipotesis adalah uji yang dilakukan untuk membuktikan hipotesis penelitian. Hipotesis dalam penelitian ini berkaitan dengan terdapat tidaknya pengaruh signifikan variabel independen terhadap variabel dependen. Uji hipotesis yang digunakan adalah uji t.

**Tabel 4.19**  
**Hasil Uji t**

Variabel	T hitung	T tabel	Sig	Alpha	Keterangan
<i>Perceived Quality</i> (X <sub>1</sub> )	1,311	1,661	0,193	0,05	Tidak berpengaruh Terhadap Y
<i>Negara Asal</i> (X <sub>2</sub> )	2,611	1,661	0,011	0,05	Berpengaruh Terhadap Y

Sumber: Data diolah, 2017

### Hipotesis I

Rumusan Hipotesis

H<sub>0</sub> = *Perceived Quality* (X<sub>1</sub>) tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli (Y) Smartphone Samsung di Bandar Lampung.

H<sub>a</sub> = *Perceived Quality* (X<sub>1</sub>) berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli (Y) Smartphone Samsung di Bandar Lampung.

Kriteria Pengambilan Keputusan

Apabila Signifikan (Sig) < 0,05 maka H<sub>0</sub> ditolak

Apabila Signifikan (Sig) > 0,05 maka H<sub>0</sub> diterima Atau

Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan  $\alpha$  0,05 maka H<sub>0</sub> ditolak

Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dengan  $\alpha$  0,05 maka H<sub>0</sub> diterima

Berdasarkan tabel 4.19 bahwa  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , dengan nilai  $t_{hitung}$  1,311 lebih kecil dari pada  $t_{tabel}$  1,661 atau probabilitas sig 0,193 > 0,05, hasil ini berarti H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>a</sub> ditolak, dengan kata lain *Perceived Quality*

(X<sub>1</sub>) tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli (Y) Smartphone Samsung di Bandar Lampung.

### **Hipotesis II**

Rumusan Hipotesis

H<sub>0</sub> = *Negara Asal* (X<sub>2</sub>) tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli (Y) Smartphone Samsung di Bandar Lampung.

H<sub>a</sub> = *Negara Asal* (X<sub>2</sub>) berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli (Y) Smartphone Samsung di Bandar Lampung.

Kriteria Pengambilan Keputusan

Apabila Signifikan (Sig) < 0,05 maka H<sub>0</sub> ditolak

Apabila Signifikan (Sig) > 0,05 maka H<sub>0</sub> diterima Atau

Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dengan  $\alpha$  0,05 maka H<sub>0</sub> ditolak

Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  dengan  $\alpha$  0,05 maka H<sub>0</sub> diterima

Berdasarkan tabel 4.19 bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , dengan nilai  $t_{hitung}$  2,611 lebih besar dari pada  $t_{tabel}$  1,661 atau probabilitas sig 0,011 < 0,05, hasil ini berarti H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima, dengan kata lain *Negara Asal* (X<sub>2</sub>) berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli (Y) Smartphone Samsung di Bandar Lampung.

#### **4.5.2 Hasil Uji F**

Pengujian hipotesis adalah uji yang dilakukan untuk membuktikan hipotesis penelitian. Hipotesis dalam penelitian ini berkaitan dengan terdapat tidaknya pengaruh signifikan variabel independen terhadap variabel dependen. Uji hipotesis yang digunakan adalah uji F. Adapun hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

**Tabel 4.20**  
**Hasil Uji F**

<b>Model</b>	<b>F hitung</b>	<b>F tabel</b>	<b>Sig</b>	<b>Alpha</b>	<b>Keterangan</b>
<i>Regression</i> <i>Residual Total</i>	5,627	3,09	0,005	0,05	Variabel X1 dan X2 berpengaruh signifikan terhadap Y

*Sumber: Data diolah, 2017*

### **Hipotesis III**

Rumusan Hipotesis

$H_0 =$  *Perceived Quality* ( $X_1$ ) dan *Negara Asal* ( $X_2$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli (Y) Smartphone Samsung di Bandar Lampung

$H_a =$  *Perceived Quality* ( $X_1$ ) dan *Negara Asal* ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli (Y) Smartphone Samsung di Bandar Lampung.

Kriteria Pengambilan Keputusan

Berdasarkan tabel 4.20 maka diperoleh  $F_{hitung}$  adalah 5,627 sedangkan nilai  $F_{tabel}$  ( $\alpha$  0,05) dengan ( $n - k = 96 - 3 = 93$ ,  $k - 1 = 3 - 1 = 2$ ) adalah 3,09. Dengan demikian  $F_{hitung}$  5,627 >  $F_{tabel}$  3,09 atau sig 0,005 < 0,05 hasil ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Dengan kata lain maka semua variabel secara simultan berpengaruh signifikan antara *Perceived Quality* ( $X_1$ ) dan *Negara Asal* ( $X_2$ ) terhadap Minat Beli(Y).

## **4.6 Pembahasan**

Uji regresi linier berganda menggunakan *model summary* yang menyatakan uji asumsi ini memiliki pengaruh signifikan dan hasilnya diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,329 yang menunjukkan tingkat keeratan antar variabel *Perceived Quality* dan *Negara Asal* rendah. Koefisien determinasi  $R^2$  (R

square) sebesar 0,108. Menunjukkan bahwa Minat Beli (Y) dipengaruhi oleh *Perceived Quality* ( $X_1$ ) dan *Negara Asal* ( $X_2$ ) sebesar 10,8% sedang sisanya 89,2% dipengaruhi oleh faktor /variabel lain.

Pengujian hipotesis merupakan hasil perhitungan regresi linier berganda menggunakan program SPSS 21 dan pengujian hipotesis dengan uji T dan F sebagai berikut :

#### **4.6.1 Pengaruh *Perceived Quality* ( $X_1$ ) terhadap Minat Beli (Y)**

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan dapat diketahui bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan dari faktor *Perceived Quality* ( $X_1$ ) terhadap Minat Beli (Y) Smartphone Samsung di Bandar Lampung. Hal ini terbukti dengan tabel 4.19 bahwa  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , dengan nilai  $t_{hitung}$  1,311 lebih kecil dari pada  $t_{tabel}$  1,661 atau probabilitas  $sig\ 0,193 > 0,05$ , hasil ini berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, maka angka tersebut menunjukkan nilai yang tidak signifikan yang artinya tidak terdapat pengaruh antara *Perceived Quality* terhadap Minat Beli Smartphone Samsung di Bandar Lampung. Dengan demikian, jika meningkatkan variabel *Perceived Quality* ( $X_1$ ) akan berdampak menurunnya Minat Beli (Y) Dari hasil pernyataan kuesioner pada variabel *Perceived Quality* bahwa teknologi smartphone Samsung canggih dengan kata lain resiko *Perceived Quality* terhadap Minat Beli rendah.

Hasil yang didapat dari penelitian khususnya di Bandar Lampung bahwa Konsumen memilih menggunakan smartphone Samsung karena Konsumen percaya bahwa Smartphone Samsung dari dulu selalu berinovasi dan menurut konsumen Smartphone yang selalu berinovasi membuat model Smartphone Samsung menjadi elegan itulah *perceived Quality* tentang produk Smartphone yang bagus.

Pengaruh *perceived Quality* ini tidak sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh (Zeithaml, 1988). Aaker (1991) dalam Erna Listiana

(2012:26) Perceived Quality atau kualitas yang dirasakan bukanlah kualitas produk yang sebenarnya namun persepsi pelanggan terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan produk atau jasa.

#### **4.6.2 Pengaruh *Negara Asal* ( $X_2$ ) terhadap Minat Beli (Y)**

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh signifikan dari faktor *Negara Asal* ( $X_2$ ) terhadap Minat Beli (Y) Smartphone Samsung di Bandar Lampung. Hal ini terbukti tabel 4.19 bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , dengan nilai  $t_{hitung}$  2,611 lebih besar dari pada  $t_{tabel}$  1,661 atau probabilitas sig  $0,011 < 0,05$ , hasil ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya ada pengaruh signifikan antara *Negara Asal* terhadap Minat Beli Smartphone Samsung di Bandar Lampung.

Dengan demikian, jika meningkatkan variabel *Negara Asal* ( $X_2$ ) akan berdampak meningkatnya Minat Beli (Y), dengan kata lain semakin maju *Negara Asal* akan semakin meningkatnya Minat Beli Smartphone Samsung begitu juga sebaliknya. Pengaruh *Negara Asal* ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh I Gusti et al., Alit et al., dan I Made et al., (2014:3608). Country of origin adalah seluruh bentuk persepsi konsumen atas produk dari sebuah negara tertentu berdasarkan persepsi konsumen sebelumnya akan kelebihan dan kekurangan produksi serta pemasaran negara tersebut.

#### **4.6.3 Pengaruh *Perceived Quality* ( $X_1$ ) dan *Negara Asal* ( $X_2$ ) Terhadap Minat Beli (Y)**

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh signifikan dari faktor *Perceived Quality* ( $X_1$ ) dan *Negara Asal* ( $X_2$ ) terhadap Minat Beli (Y) Smartphone Samsung di Bandar Lampung. Berdasarkan tabel 4.20 maka diperoleh  $F_{hitung}$  adalah 5,627 sedangkan nilai  $F_{tabel}$  ( $\alpha$  0,05)

dengan ( $n - k = 96 - 3 = 93$ ,  $k - 1 = 3 - 1 = 2$ ) adalah 3,09. Dengan demikian  $F_{hitung} 5,627 > F_{tabel} 3,09$  atau  $sig 0,005 < 0,05$  hasil ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya dengan kata lain maka semua variabel secara simultan berpengaruh signifikan antara *Perceived Quality* ( $X_1$ ) dan *Negara Asal* ( $X_2$ ) terhadap Minat Beli ( $Y$ ) Smartphone Samsung di Bandar Lampung.