

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Deskripsi data adalah menggambarkan data yang telah terkumpul dan menggambarkan kondisi responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini dilihat dari karakteristik responden

4.1.1 Karakteristik Responden

Berikut adalah rekapitulasi data karakteristik dari para responden dalam penelitian ini:

**Tabel 4.1 Karakteristik Responden Konsumen Sepatu Olahraga Merek
Ardiles di Kota Bandar Lampung**

No	Kategori	Sub Kategori	Frekuensi	Presentase
1	Jenis Kelamin	Laki-Laki	51	51%
		Perempuan	49	49%
2	Usia	19 - 25	76	76%
		26 - 30	13	13%
		31 - 35	9	9%
		36 - 40	2	2%
		41 - 45	0	0%
3	Pendidikan Terakhir	SD	0	0%
		SMP	0	0%
		SMA	37	37%
		SMK	25	25%
		Diploma	9	9%
		S1	29	29%
		S2	0	0%
4	Pekerjaan	Pegawai Negeri	1	1%
		Karyawan Swasta	18	18%
		Karyawan BUMN	4	4%
		Wiraswasta	21	21%
		Pelajar	3	3%
		Mahasiswa	47	47%
		Lainnya	6	6%
5	Pengeluaran Per Bulan	< Rp. 1.500.000	48	48%
		Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000	29	29%
		Rp. 3.000.000 - Rp. 4.500.000	11	11%

	Rp. 4.500.000 - Rp. 6.000.000	6	6%
	Rp. 6.000.000 - Rp. 8.000.000	1	1%
	> Rp. 8.000.000	5	5%

Sumber: Data Primer 2020

4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden

Berikut adalah data deskripsi jawaban dari para responden yang diperoleh dari penyebaran kuesioner:

Tabel 4.2 Deskripsi Jawaban Responden Tentang *Country of Origin*

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya membeli sepatu Ardiles karena percaya dengan negara asal sepatu ini.	4	7	31	31	27
2	Saya membeli sepatu Ardiles karena tingkat perkembangan teknologi di Indonesia sangat baik.	2	10	20	46	22
3	Saya membeli sepatu Ardiles membuat saya bangga akan produk lokal.	2	6	16	37	39
4	Saya membeli sepatu Ardiles karena bangga dengan produk lokal.	1	6	14	30	49
5	Saya membeli sepatu Ardiles karena ingin ikut membantu meningkatkan perekonomian merek lokal.	1	5	17	30	47
6	Saya membeli sepatu Ardiles karena ingin membantu pertumbuhan merek lokal.	0	5	19	30	46

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui jawaban responden mengenai kuesioner variabel *country of origin* untuk butir pernyataan 1 diperoleh sebanyak 27 responden menyatakan sangat setuju, 31 responden menyatakan setuju, 31 responden menyatakan netral, 7 responden menyatakan tidak setuju, dan 4 responden menyatakan tidak setuju. Jawaban responden untuk butir pernyataan 2 diperoleh sebanyak 22 responden menyatakan sangat setuju, 46 responden menyatakan setuju, 20 responden menyatakan netral, 10 responden menyatakan tidak setuju, dan 2 responden menyatakan sangat tidak setuju. Jawaban

responden untuk butir pernyataan 3 diperoleh sebanyak 39 responden menyatakan sangat setuju, 37 responden menyatakan setuju, 16 responden menyatakan netral, 6 responden menyatakan tidak setuju, dan 2 responden menyatakan sangat tidak setuju. Jawaban responden untuk butir pernyataan 4 diperoleh sebanyak 49 responden menyatakan sangat setuju, 30 responden menyatakan setuju, 14 responden menyatakan netral, 6 responden menyatakan tidak setuju, dan 1 responden menyatakan sangat tidak setuju. Jawaban responden untuk butir pernyataan 5 diperoleh sebanyak 47 responden menyatakan sangat setuju, 30 responden menyatakan setuju, 17 responden menyatakan netral, 5 responden menyatakan tidak setuju, dan 1 responden menyatakan sangat tidak setuju. Jawaban responden untuk butir pernyataan 6 diperoleh sebanyak 46 responden menyatakan sangat setuju, 30 responden menyatakan setuju, 19 responden menyatakan netral, 5 responden menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

Tabel 4.3 Deskripsi Jawaban Responden Tentang Citra Merek

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Merek Ardiles mencerminkan produk asli Indonesia.	2	5	21	33	39
2	Begitu mendengar nama Ardiles yang ada di benak saya yaitu suatu produk sepatu asli dari Indonesia.	1	7	13	48	31
3	Sepatu Ardiles mencerminkan produk lokal yang berkualitas.	2	3	21	41	33
4	Sepatu Ardiles adalah sepatu lokal yang sangat nyaman digunakan.	0	5	21	46	28
5	Merek sepatu lokal yang berkualitas tinggi adalah Ardiles	3	9	27	36	25
6	Sepatu Ardiles identik dengan merek lokal yang memiliki kualitas baik	1	7	24	42	26
7	Saya membeli sepatu Ardiles karena memiliki keunikan tersendiri dibandingkan	0	9	35	41	25

	dengan merek lainnya					
8	Sepatu Ardiles memiliki desain yang menarik.	1	8	34	30	27

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui jawaban responden mengenai kuesioner variabel citra merek untuk butir pernyataan 1 diperoleh sebanyak 39 responden menyatakan sangat setuju, 33 responden menyatakan setuju, 21 responden menyatakan netral, 5 responden menyatakan tidak setuju, dan 2 responden menyatakan tidak setuju. Jawaban responden untuk butir pernyataan 2 diperoleh sebanyak 31 responden menyatakan sangat setuju, 48 responden menyatakan setuju, 13 responden menyatakan netral, 7 responden menyatakan tidak setuju, dan 1 responden menyatakan sangat tidak setuju. Jawaban responden untuk butir pernyataan 3 diperoleh sebanyak 33 responden menyatakan sangat setuju, 41 responden menyatakan setuju, 21 responden menyatakan netral, 3 responden menyatakan tidak setuju, dan 2 responden menyatakan sangat tidak setuju. Jawaban responden untuk butir pernyataan 4 diperoleh sebanyak 28 responden menyatakan sangat setuju, 46 responden menyatakan setuju, 21 responden menyatakan netral, 5 responden menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Jawaban responden untuk butir pernyataan 5 diperoleh sebanyak 25 responden menyatakan sangat setuju, 36 responden menyatakan setuju, 27 responden menyatakan netral, 9 responden menyatakan tidak setuju, dan 3 responden menyatakan sangat tidak setuju. Jawaban responden untuk butir pernyataan 6 diperoleh sebanyak 26 responden menyatakan sangat setuju, 42 responden menyatakan setuju, 25 responden menyatakan netral, 7 responden menyatakan tidak setuju, dan 1 responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Jawaban responden untuk butir pernyataan 7 diperoleh sebanyak 25 responden menyatakan sangat setuju, 41 responden menyatakan setuju, 35 responden menyatakan netral, 9 responden menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Jawaban responden untuk butir pernyataan 8 diperoleh sebanyak 27 responden menyatakan sangat setuju, 30 responden menyatakan setuju, 34 responden menyatakan netral, 8

responden menyatakan tidak setuju, dan 1 responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

Tabel 4.4 Deskripsi Jawaban Responden Tentang Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya membeli sepatu Ardiles karena sesuai dengan kebutuhan	0	7	23	37	33
2	Membeli sepatu Ardiles dapat memenuhi kebutuhan saya	1	10	28	36	25
3	Saya membeli sepatu Ardiles karena memiliki beragam merek / variasi.	1	10	29	39	21
4	Ardiles menyediakan beragam jenis sepatu olahraga sehingga membantu saya dalam menentukan pilihan.	0	6	24	34	36
5	Saya dapat membeli sepatu Ardiles kapan saja.	3	8	28	29	32
6	Saya membeli sepatu Ardiles karena Ardiles menyediakan berbagai metode pembayaran untuk pembelian.	4	6	28	33	29
7	Sistem pembayaran yang beragam memudahkan saya dalam membeli sepatu Ardiles.	0	3	22	45	30

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui jawaban responden mengenai kuesioner variabel citra merek untuk butir pernyataan 1 diperoleh sebanyak 33 responden menyatakan sangat setuju, 37 responden menyatakan setuju, 23 responden menyatakan netral, 7 responden menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju. Jawaban responden untuk butir pernyataan 2 diperoleh sebanyak 25 responden menyatakan sangat setuju, 36 responden menyatakan setuju, 28 responden menyatakan netral, 10 responden menyatakan tidak setuju, dan 1 responden menyatakan sangat tidak setuju. Jawaban responden untuk butir pernyataan 3 diperoleh sebanyak 21 responden

menyatakan sangat setuju, 39 responden menyatakan setuju, 29 responden menyatakan netral, 10 responden menyatakan tidak setuju, dan 1 responden menyatakan sangat tidak setuju. Jawaban responden untuk butir pernyataan 4 diperoleh sebanyak 36 responden menyatakan sangat setuju, 34 responden menyatakan setuju, 24 responden menyatakan netral, 6 responden menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Jawaban responden untuk butir pernyataan 5 diperoleh sebanyak 32 responden menyatakan sangat setuju, 29 responden menyatakan setuju, 28 responden menyatakan netral, 8 responden menyatakan tidak setuju, dan 3 responden menyatakan sangat tidak setuju. Jawaban responden untuk butir pernyataan 6 diperoleh sebanyak 29 responden menyatakan sangat setuju, 33 responden menyatakan setuju, 28 responden menyatakan netral, 6 responden menyatakan tidak setuju, dan 4 responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Jawaban responden untuk butir pernyataan 7 diperoleh sebanyak 30 responden menyatakan sangat setuju, 45 responden menyatakan setuju, 22 responden menyatakan netral, 3 responden menyatakan tidak setuju, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

4.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum melakukan tahap pengolahan data sebanyak 100 responden, dilakukan, pra uji validitas dan reliabilitas terhadap 40 responden konsumen produk sepatu olahraga merek Ardiles di Kota Bandar Lampung dengan bantuan program SPSS 20.

4.2.1 Uji Validitas

Dalam penelitian ini uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi *product moment*, hasil pengujian validitas menggunakan kriteria pengujian yaitu apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dinyatakan valid, dan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka dinyatakan tidak valid. Uji validitas dilakukan kepada 40 responden konsumen produk sepatu olahraga merek Ardiles di Kota Bandar Lampung, dari jumlah 40 responden tersebut maka ditentukan nilai r tabel $df=n-2$ pada taraf signiffikan 5% yaitu sebesar 0,320. Selanjutnya membandingkan r_{tabel} dengan

r_{hitung} yang telah didapatkan dari pengujian menggunakan program SPSS 20, maka diperoleh tabel sebagai berikut:

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel *Country Of Origin* (X1)

Item Butir Pernyataan	r hitung	r tabel	Kondisi	Keterangan
Butir 1	0,758	0,320	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
Butir 2	0,626	0,320	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
Butir 3	0,699	0,320	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
Butir 4	0,832	0,320	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
Butir 5	0,799	0,320	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
Butir 6	0,703	0,320	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID

Sumber: Data di olah pada tahun 2020

Berdasarkan tabel 4.1 di atas, hasil uji validitas pada variabel *Country of Origin* (X1) dengan menggunakan metode *Correlation Product Moment* didapatkan hasil bahwa seluruh item pernyataan untuk variabel *Country of Origin* (X1) yaitu r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , dimana nilai r_{hitung} paling tinggi yaitu 0,832 dan paling rendah 0,626. Dengan demikian seluruh item pernyataan pada variabel *Country of Origin* (X1) dinyatakan valid.

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (X2)

Item Butir Pernyataan	r hitung	r tabel	Kondisi	Keterangan
Butir 1	0,533	0,320	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
Butir 2	0,619	0,320	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
Butir 3	0,743	0,320	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
Butir 4	0,657	0,320	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
Butir 5	0,788	0,320	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
Butir 6	0,713	0,320	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
Butir 7	0,569	0,320	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
Butir 8	0,528	0,320	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID

Sumber : Data diolah pada tahun 2020

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, hasil uji validitas pada variabel Citra Merek (X2) dengan menggunakan metode *Correlation Product Moment* didapatkan hasil

bahwa seluruh item pernyataan untuk variabel Citra Merek (X2) yaitu r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , dimana nilai r_{hitung} paling tinggi yaitu 0,743 dan paling rendah 0,528. Dengan demikian seluruh item pernyataan pada variabel Citra Merek (X1) dinyatakan valid.

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Item Butir Pernyataan	r hitung	r tabel	Kondisi	Keterangan
Butir 1	0,720	0,320	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
Butir 2	0,681	0,320	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
Butir 3	0,533	0,320	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
Butir 4	0,862	0,320	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
Butir 5	0,735	0,320	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
Butir 6	0,529	0,320	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID
Butir 7	0,730	0,320	$r_{hitung} > r_{tabel}$	VALID

Sumber: Data di olah pada tahun 2020

Berdasarkan tabel 4.3 di atas, hasil uji validitas pada variabel Keputusan Pembelian (Y) dengan menggunakan metode *Correlation Product Moment* didapatkan hasil bahwa seluruh item pernyataan untuk variabel Keputusan Pembelian (Y) yaitu r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , dimana nilai r_{hitung} paling tinggi yaitu 0,862 dan paling rendah 0,533. Dengan demikian seluruh item pernyataan pada variabel Keputusan Pembelian (Y) dinyatakan valid.

4.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi alat ukur dalam penggunaannya. Pada penelitian ini uji reliabilitas dilakukan pada 40 responden dengan kriteria yang digunakan adalah:

1. Jika nilai hitung $\alpha >$ dari nilai r_{tabel} maka pernyataan dinyatakan reliabel.
2. Jika nilai hitung $\alpha <$ dari nilai r_{tabel} maka pernyataan dinyatakan tidak reliabel.

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas menggunakan program SPSS 20 maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	r tabel	Keterangan
Country of Origin	0,832	0,320	Reliabel
Citra Merek	0,801	0,320	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,804	0,320	Reliabel

Sumber: Data di olah pada tahun 2020

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 4.4 diketahui nilai koefisien alpha sebesar 0,832 untuk variabel *Country of Origin* (X1), 0,801 untuk variabel Citra Merek (X1), 0,804 untuk variabel Keputusan Pembelian (Y). Dengan demikian nilai hitung alpha lebih besar dari nilai r_{tabel} untuk semua variabel, artinya pernyataan dinyatakan reliabel dan dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data.

4.3 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data

4.3.1 Uji Normalitas

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan program SPSS 20 diperoleh hasil uji normalitas sebagai berikut:

**Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

No	Variabel	Sig	Kondisi	Keterangan
1	Country Of Origin	0,563	Sig > 0,05	Normal
2	Citra Merek	0,563	Sig > 0,05	Normal
3	Keputusan Pembelian	0,563	Sig > 0,05	Normal

Sumber: Data Primer 2020

Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

1. H_0 : data berdistribusi normal
 H_a : data berdistribusi tidak normal
2. Jika Sig > (0,05) normal

Jika $\text{Sig} < (0,05)$ tidak normal

Berdasarkan tabel 4.9 diketahui bahwa nilai signifikansi seluruh variabel sebesar 0,563 lebih besar dari 0,05 sehingga dapat di simpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

4.3.2 Uji Homogenitas

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan program SPSS 20 diperoleh hasil uji homogenitas sebagai berikut:

Tabel 4.10 Hasil Uji Homogenitas
Test of Homogeneity of Variances

No	Variabel	Sig	Kondisi	Keterangan
1	Country Of Origin	0,462	$\text{Sig} > 0,05$	Homogen
2	Citra Merek	0,240	$\text{Sig} > 0,05$	Homogen

Sumber: Data Primer 2020

Prosedur pengujian menggunakan ketentuan sebagai berikut:

1. H_0 : Varian populasi adalah homogen
 H_a : Varian populasi adalah tidak homogen

Kriteria pengambilan keputusan:

1. Jika probabilitas (Sig) $> 0,05$ (Alpha) maka H_0 diterima
Jika probabilitas (Sig) $< 0,05$ (Alpha) maka H_0 ditolak
2. Penjelasan dan kesimpulan dari butir 1 dan 2 dengan menggunakan nilai kedua probabilitas (Sig) $> 0,05$ atau sebaliknya maka variabel X homogen atau tidak homogen.

Berdasarkan tabel 4.10 dari hasil uji homogenitas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi untuk variabel *country of origin* (X1) diperoleh sebesar 0,462 dan untuk variabel citra merek (X2) diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,240, dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa nilai $\text{Sig} > 0,05$ yang artinya H_0 diterima sehingga dapat di simpulkan bahwa semua varians adalah homogen.

4.3.3 Uji Linieritas

Uji linieritas dilakukan untuk melihat apakah model regresi dapat didekati dengan persamaan linier. Dua variabel bias di katakana memiliki hubungan yang linear bila $Sig < 0,05$ atau dengan rumusan hipotesis seperti berikut:

Rumusan Hipotesis.

1. H_0 : model regresi berbentuk linier
 H_a : model regresi tidak berbentuk linier
2. Jika probabilitas (Sig) $< 0,05$ ($Alpha$) maka H_0 ditolak
 Jika probabilitas (Sig) $> 0,05$ ($Alpha$) mala H_0 diterima

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan program SPSS 20 diperoleh hasil uji linieritas sebagai berikut:

Tabel 4.11 Hasil Uji Linieritas Country Of Origin (X1)

ANOVA Table

			Sig.
Keputusan Pembelian * Country Of Origin	Between Groups	(Combined)	0,000
		Linearity	0,000
		Deviation from Linearity	0,329
	Within Groups		
	Total		

Dari tabel 4.11 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada Linearity sebesar 0,000 atau $Sig < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel *country of origin* dan keputusan pembelian terdapat hubungan yang linier atau dengan kata lain persyaratan linieritas terpenuhi.

Tabel 4.12 Hasil Uji Linieritas Citra Merek (X2)**ANOVA Table**

			Sig.
Keputusan Pembelian Citra Merek	Between Groups	(Combined)	,000
	*	Linearity	,000
		Deviation from Linearity	,611
	Within Groups		
	Total		

Dari tabel 4.12 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada Linearity sebesar 0,000 atau $\text{Sig} < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel citra merek dan keputusan pembelian terdapat hubungan yang linier atau dengan kata lain persyaratan linieritas terpenuhi.

4.3.4 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah di dalam analisis regresi suatu model terbebas dari gejala multikolinieritas, dan untuk mendeteksi apakah suatu model mengalami gejala multikolinieritas, maka dapat dilihat berdasarkan sebagai berikut:

- Ketidakonsistenan antara koefisien regresi yang diperoleh dengan teori yang digunakan. Misalnya, nilai koefisien regresi yang dihasilkan dari perhitungan menghasilkan nilai negative, sedangkan teori yang digunakan menyatakan bahwa koefisien regresi bernilai positif.
- Nilai R-Square semakin membesar, padahal pada pengujian secara parsial tidak ada pengaruh atau signifikan $> 0,05$.
- Terjadi perubahan yang berarti koefisien bermodel regresi. Misal, nilainya menjadi lebih besar atau kecil apabila dilakukan penambahan atau pengurangan sebuah variabel bebas dari model regresi.
- Overestimated* dari nilai standar *error* untuk koefisien regresi.

Untuk mengetahui apakah suatu model regresi yang dihasilkan mengalami gejala multikolinieritas, dapat dilihat pada nilai VIF (*Variance Inflation Factor*). Model regresi yang baik, jika hasil perhitungan menghasilkan nilai

VIF < 10 dan bila menghasilkan nilai VIF > 10 berarti telah terjadi multikolinieritas yang serius di dalam model regresi. Selain melihat nilai VIF, bisa juga dideteksi dari nilai *tolerance*, yaitu jika nilai *tolerance* yang dihasilkan mendekati 1, maka model terbatas dari gejala multikolinieritas sedangkan semakin menjauhi 1, maka model tidak terjadi/bebas gejala multikolinieritas.

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan program SPSS 20 diperoleh hasil uji multikolinieritas sebagai berikut:

Tabel 4.13 Perhitungan Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Country Of Origin	0,551	1,813	Tidak terjadi gejala multikolinieritas
Citra Merek	0,551	1,813	Tidak terjadi gejala multikolinieritas

Sumber: Data Primer 2020

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 4.15 diketahui bahwa nilai VIF pada variabel *country of origin* dan citra merek sebesar 1,813 dan nilai *tolerance* adalah sebesar 0,551. Artinya berdasarkan hasil tersebut, karena nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance* mendekati 1 maka dalam model ini tidak terjadi/bebas gejala multikolinieritas.

4.4 Hasil Uji Analisis Data

4.4.1 Uji Regresi Linear Berganda

Tujuan analisis regresi linear berganda yaitu untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan program SPSS 20 diperoleh hasil uji regresi linear berganda sebagai berikut:

1. *Output Model Summary***Tabel 4.14 Model Summary****Model Summary**

R	R Square
,791 ^a	,626

Sumber: Data Primer 2020

- a. Berdasarkan rekapitulasi data output Model Summary diatas diketahui nilai koefisien korelasi atau R adalah sebesar 0,791 yang artinya hubungan antara *country of origin* dan citra merek dengan keputusan pembelian sebesar 0,791.
- b. Nilai R-Square atau koefisien determinasi adalah sebesar 0,626 dimana nilai tersebut merupakan kuadrat dari nilai R. Berdasarkan hal tersebut artinya keputusan pembelian dijelaskan sebesar 0,626 atau 62,6% oleh variabel *country of origin* dan citra merek. Sedangkan sisanya ($100\% - 62,6\% = 37,4\%$) dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

2. Coefficient

Tabel Coefficient menunjukkan nilai koefisien regresi untuk menentukan persamaan regresi linier berganda. Berdasarkan tabel Coeficcient diperoleh persamaan regresi dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.15 Perhitungan Coefficients Regresi**Coefficients^a**

Variabel	Nilai Regresi
(Constant)	5,094
Country Of Origin	0,089
Citra Merek	0,636

Sumber: Data Primer 2020

Berdasarkan tabel 4.14 diatas maka diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 5,094 + 0,089X_1 + 0,636X_2$$

a. Koefisien Konstanta (Y)

Angka 5.094 merupakan nilai konstanta (a) yang menunjukkan bahwa tidak ada pertimbangan *country of origin* dan citra merek maka tingkat keputusan pembelian hanya akan mencapai 5,094.

b. Koefisien *Country Of Origin* (X1)

Angka 0,089 merupakan koefisien regresi yang menunjukkan bahwa jika *country of origin* naik sebesar satu satuan maka keputusan pembelian akan meningkat 0,089 satu satuan.

c. Koefisien Citra Merek (X2)

Angka 0,636 merupakan koefisien regresi yang menunjukkan bahwa jika citra merek naik sebesar satu satuan maka keputusan pembelian akan meningkat 0,636 satu satuan.

4.5 Hasil Pengujian Hipotesis

4.5.1 Hasil Uji t

Uji t dilakukan untuk menguji apakah sebuah variabel bebas benar memberikan pengaruh terhadap variabel terikat dalam hal ini *country of origin* terhadap keputusan pembelian dan citra merek terhadap keputusan pembelian. Untuk hipotesis dalam pengujian uji t adalah sebagai berikut:

Pengaruh *country of origin* (X1) terhadap keputusan pembelian (Y)

Ho = Tidak terdapat pengaruh *country of origin* terhadap keputusan pembelian (Y) produk sepatu merek Ardiles di Kota Bandar Lampung.

Ha = Terdapat pengaruh *country of origin* terhadap keputusan pembelian (Y) produk sepatu merek Ardiles di Kota Bandar Lampung.

Pengaruh citra merek (X2) terhadap keputusan pembelian (Y)

Ho = Tidak terdapat pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian (Y) produk sepatu merek Ardiles di Kota Bandar Lampung.

Ha = Terdapat pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian
(Y) produk sepatu merek Ardiles di Kota Bandar Lampung

Kriteria keputusan hipotesis adalah sebagai berikut:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS 20 diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.16 Hasil Uji t
Coefficients^a

Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig.	Alpha
(Constant)	2,807	1,661	0,006	0,05
Country Of Origin	0,995	1,661	0,322	0,05
Citra Merek	8,772	1,661	0,000	0,05

Sumber: Data Primer 2020

1. Pengaruh *Country Of Origin* (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan tabel 4.15 diketahui nilai t_{hitung} sebesar 0,995 sedangkan nilai t_{tabel} (a 0,05) dengan $df = n - k = 98$ adalah 1,661. Oleh karena itu maka nilai $t_{hitung} <$ nilai t_{tabel} ($0,995 < 1,661$), maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Dengan demikian artinya *country of origin* secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk sepatu olahraga merek Ardiles di Kota Bandar Lampung.

2. Pengaruh Citra Merek (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan tabel 4.15 diketahui nilai t_{hitung} sebesar 8,772 sedangkan nilai t_{tabel} (a 0,05) dengan $df = n - k = 98$ adalah 1,661. Oleh karena itu maka nilai $t_{hitung} >$ nilai t_{tabel} ($8,772 > 1,661$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian artinya citra merek secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk sepatu olahraga merek Ardiles di Kota Bandar Lampung.

4.5.2 Hasil Uji F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan atau bersama-sama, dalam hal ini yaitu antara *country of origin* dan citra merek terhadap keputusan pembelian. Dalam pengujian ini hipotesis ditentukan sebagai berikut:

Pengaruh *country of origin* (X1), harga (X2), dan promosi (X3) terhadap keputusan pembelian (Y)

Ho = Tidak terdapat pengaruh *country of origin* (X1), dan citra merek (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) produk sepatu merek Ardiles di Kota Bandar Lampung.

Ha = Terdapat pengaruh *country of origin* (X1), dan citra merek (X2), terhadap keputusan pembelian (Y) produk sepatu merek Ardiles di Kota Bandar Lampung.

Kriteria keputusan hipotesis adalah sebagai berikut:

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka Ho ditolak

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka Ho diterima

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan program SPSS 20 diperoleh hasil uji *country of origin*, citra merek dan keputusan pembelian sebagai berikut:

Tabel 4.17 Hasil Uji F
ANOVA^a

Variabel	Fhitung	Ftabel	Sig.	Alpha
Country Of Origin	81,266	3,09	,000 ^b	0,05
Citra Merek				
Keputusan Pembelian				

Sumber: Data Primer 2020

Berdasarkan tabel 4.16 diketahui nilai F_{hitung} sebesar 81,266 sedangkan nilai F_{tabel} (a 0,05) dengan ($df_1 = k - 1 = 2$) ($df_2 = n - k = 100 - 3 = 97$) adalah 3,09. Oleh karena itu maka nilai $F_{hitung} >$ nilai F_{tabel} ($81,266 > 3,09$), maka Ho ditolak dan Ha diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *country of origin*

dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk sepatu olahraga merek Ardiles di Kota Bandar Lampung.

4.6 Pembahasan

4.6.1 *Country Of Origin* terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis didapatkan hasil bahwa variabel *Country Of Origin* (X1) tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) secara parsial, sehingga semakin baik atau tidaknya *Country Of Origin* atau negara asal pada produk sepatu olahraga merek Ardiles tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian sepatu olahraga merek Ardiles di Kota Bandar Lampung. Hal tersebut menjelaskan bahwa *Country Of Origin* kurang berperan terhadap pengambilan keputusan pembelian seorang konsumen produk sepatu olahraga merek Ardiles di Kota Bandar Lampung. Temuan dalam penelitian ini mengenai pengaruh *Country Of Origin* terhadap Keputusan Pembelian sejalan dengan penelitian Tati (2015) yang menunjukkan bahwa *Country Of Origin* tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Selanjutnya temuan dalam penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Suria (2016) yang menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara *Country Of Origin* terhadap Keputusan Pembelian. Berkaitan dengan teori *Country Of Origin* dalam buku Kotler dan Keller (2016) dijelaskan bahwa persepsi negara asal adalah asosiasi mental dan kepercayaan yang dipicu oleh sebuah negara. Namun dalam penelitian ini hasil yang didapatkan ternyata *Country Of Origin* atau negara asal tidak memiliki peran dalam menentukan keputusan pembelian sehingga dapat dikatakan bahwa konsumen sepatu olahraga merek Ardiles di Kota Bandar Lampung tidak mempertimbangkan faktor negara asal dari produk yang mereka beli tersebut.

4.6.2 Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis didapatkan hasil bahwa variabel Citra Merek (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y) secara parsial, sehingga semakin baik atau buruknya Citra Merek produk sepatu olahraga merek Ardiles akan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk sepatu

olahraga merek Ardiles tersebut. Berkaitan dengan teori Citra Merek dalam buku Kotler dan Keller (2016) dijelaskan bahwa citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang dipegang oleh konsumen, seperti yang dicerminkan asosiasi yang tertanam dalam ingatan pelanggan, yang selalu diingat pertama kali saat mendengar slogan dan tertanam dibenak konsumennya. Dalam penelitian ini didapatkan hasil bahwa citra merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, sehingga dapat dikatakan bahwa konsumen sepatu olahraga merek Ardiles di Kota Bandar Lampung mempertimbangkan faktor citra merek dari produk sepatu olahraga merek Ardiles tersebut dalam menentukan keputusan pembeliannya. Hal tersebut juga menyatakan bahwa Citra Merek sangat berperan penting terhadap pengambilan keputusan pembelian pada seorang konsumen produk sepatu olahraga merek Ardiles di Kota Bandar Lampung dikarenakan pada era sekarang produk yang memiliki citra merek yang baik akan lebih mudah membuat konsumen yakin akan produk tersebut. Temuan dalam penelitian ini mengenai pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan pembelian sejalan dengan penelitian Suria (2016) yang menjelaskan bahwa Citra Merek memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa Citra Merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian secara signifikan, besarnya pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan pembelian tersebut bisa terjadi karena dalam memutuskan pembelian produk sepatu olahraga konsumen cenderung mempertimbangkan produk yang memiliki reputasi tinggi untuk meningkatkan status sosial mereka dalam pergaulan.

4.6.2 Pengaruh *Country Of Origin* (X1) dan Citra Merek (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Jika dilihat dari hasil uji F pada tabel ANOVA diperoleh nilai $F_{hitung} > \text{nilai } F_{tabel}$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya antara variabel *country of origin* dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini membuktikan bahwa *country of origin* dan citra merek berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian dikarenakan *country of origin* dan citra merek merupakan faktor yang mampu mempengaruhi seorang konsumen

dalam menentukan suatu keputusan pada saat melakukan kegiatan pembelian produk. Berkaitan dengan teori Keputusan Pembelian dalam buku Kotler dan Amstrong (2016) dijelaskan bahwa konsumen dalam menentukan keputusan pembelian akan melewati lima tahap proses keputusan pembelian yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian. Dalam menentukan keputusan pembeliannya konsumen produk sepatu olahraga merek Ardiles di Kota Bandar Lampung sebelumnya akan melewati lima tahap tersebut yang mana seperti mempertimbangkan faktor dari negara asal produk dan citra merek tersebut masuk pada proses keputusan pembelian tersebut sehingga terjadinya proses pembelian produk. Selain melewati lima tahap proses keputusan pembelian tersebut dijelaskan juga dalam buku Kotler dan Amstrong (2016) bahwa keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh empat faktor yaitu faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis. Dalam menentukan keputusan pembeliannya konsumen bisa terpengaruh oleh keempat faktor tersebut sehingga terjadi proses pembelian.