BAB IV
HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen pengguna handphone Apple di Bandar Lampung. Berdasarkan data dari 100 responden yang telah didapatkan melalui kuesioner yang disebarkan. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara jelas mengenai gambaran responden sebagai subjek penelitian. Penelitian ini dapat dilihat dari karakteristik responden antara lain:

1. Jenis Kelamin Responden

   Gambaran umum mengenai konsumen pengguna handphone Apple berdasarkan jenis kelamin pada saat pengambilan sampel adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	69	69%
Perempuan	31	31%
Total	100	100%

Sumber :Data diolah tahun 2018

Berdasarkan tabel 4.1 dapat dilihat bahwa karakteristik responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 69 orang dan yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 31 orang. Dengan demikian disimpulkan bahwa responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini didominasi oleh jenis kelamin laki-laki.

2. Usia Responden

   Gambaran umum mengenai konsumen pengguna handphone Apple berdasarkan usia pada saat pengambilan sampel adalah sebagai berikut.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
17-21	26	26%
22-27	33	33%
28-34	24	24%
>35	17	17%
Total	100	100%

Sumber :Data diolah tahun 2018

Berdasarkan tabel 4.2 dapat di lihat bahwa yang paling banyak menggunakan handphone Apple adalah responden dengan usia 22-27 tahun sebanyak 33 orang atau 33%.

4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden

Hasil jawaban deskripsi Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Pembelian yang disebarkan kepada 100 responden adalah sebagai berikut:

1. Variabel *Activity*

Tabel 4.3

Hasil Jawaban Responden Variabel *Activity* (X1)

No	Daftar Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		CS (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Menggunakan Handphone Apple memudahkan dalam bekerja	21	21%	45	45%	30	30%	4	4%	0	0%
2	Handphone Apple memegang peran penting dalam aktifitas sehari-hari	24	24%	41	41%	34	34%	1	1%	0	0%
3	Memutuskan membeli Handphone Apple disebabkan hobi dalam berbelanja	11	11%	52	52%	32	32%	3	3%	2	2%
4	Menggunakan Handphone Apple untuk mencari	19	19%	55	55%	26	26%	0	0%	0	0%

No	Daftar Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		CS (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
	destinasi tempat liburan terbaik										
5	Menggunakan Handphone Apple untuk mencari hiburan disaat sedang merasa bosan	11	11%	53	53%	32	32%	4	4%	0	0%
6	Menggunakan Handphone Apple untuk mencari tempat hiburan	22	22%	54	54%	22	22%	2	2%	0	0%
7	Membawa Handphone Apple ketika sedang berkumpul dengan komunitas	8	8%	41	41%	48	48%	2	2%	1	1%

Sumber : Data diolah tahun 2018

Berdasarkan tabel 4.3 jawaban responden diatas pernyataan yang terbesar pada jawaban sangat setuju pernyataan 2 yaitu Handphone Apple memegang peran penting dalam aktifitas sehari-hari dengan jumlah responden sebanyak 24 responden atau 24,0% dan yang terkecil pada pernyataan 7 yaitu Membawa Handphone Apple ketika sedang berkumpul dengan komunitas dengan jumlah 8 responden atau 8,0%.

Jawaban setuju pada tabel 4.3 yang terbesar terdapat pada pernyataan 4 yaitu Menggunakan Handphone Apple untuk mencari destinasi tempat liburan terbaik dengan jumlah 55 responden atau 55,0% dan yang terkecil pada pernyataan 2 dan 7 Handphone Apple memegang peran penting dalam aktifitas sehari-hari dan Membawa Handphone Apple ketika sedang berkumpul dengan komunitas dengan jumlah 41 responden atau 41,0%.

Jawaban cukup setuju pada tabel 4.3 yang terbesar terdapat pada pernyataan 7 Membawa Handphone Apple ketika sedang berkumpul dengan komunitas dengan jumlah 48 responden atau 48,0%. Dan yang terkecil pada pernyataan 6 Menggunakan Handphone Apple untuk mencari tempat hiburan dengan jumlah 22 responden atau 22,0%.

Jawaban yang tidak setuju pada tabel 4.3 yang terbesar pada pernyataan 1 dan 5 yaitu Menggunakan Handphone Apple memudahkan dalam bekerja dan Handphone Apple membantu pada saat membutuhkan hiburan dengan jumlah responden 4 atau 4,0%. Dan yang terkecil pada pernyataan 4 yaitu Menggunakan Handphone Apple untuk mencari destinasi tempat liburan terbaik dengan jumlah responden 0 atau 0,0%.

Jawaban sangat tidak setuju pada tabel 4.3 yang terbesar pada pernyataan 3 yaitu Memutuskan membeli Handphone Apple disebabkan hobi dalam berbelanja dengan jumlah responden 2 atau 2,0%. Dan yang terkecil pada pernyataan 1, 2, 4, 5 dan 6 dengan jumlah responden 0 atau 0,0%.

2. Variabel *Interest* (X2)

Tabel 4.4
Hasil Jawaban Responden Variabel *Interest* (X2)

No	Daftar Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		CS (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Menggunakan Handphone Apple karena dorongan dari keluarga	35	35%	42	42%	19	19%	4	4%	0	0%
2	Menggunakan Handphone Apple untuk keperluan gaya hidup	17	17%	41	41%	34	34%	7	7%	1	1%

No	Daftar Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		CS (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
3	Handphone Apple update perkembangan teknologi terbaru	18	18%	39	39%	33	33%	8	8%	2	2%
4	Lebih percaya diri pada saat menggunakan Handphone Apple	12	12%	48	48%	38	38%	2	2%	0	0%
5	Menggunakan Handphone Apple karena iklan di media yang menarik	22	22%	41	41%	25	25%	9	9%	3	3%
6	Faktor lingkungan sangat kuat mempengaruhi untuk menggunakan Handphone Apple	22	22%	41	41%	25	25%	9	9%	3	3%
7	Menggunakan Handphone Apple agar tidak ketinggalan zaman dan selalu update trend saat ini	18	18%	47	47%	33	335	2	2%	0	0%

Sumber : Data diolah tahun 2018

Berdasarkan tabel 4.4 jawaban responden diatas pernyataan yang terbesar pada jawaban sangat setuju pernyataan 1 yaitu Menggunakan Handphone Apple karena dorongan dari keluarga jumlah responden sebanyak 35 responden atau 35,0% dan yang terkecil pada pernyataan 4 yaitu Lebih percaya diri pada saat menggunakan Handphone Apple dengan jumlah 12 responden atau 12,0%.

Jawaban setuju pada tabel 4.4 yang terbesar terdapat pada pernyataan 4 yaitu Lebih percaya diri pada saat menggunakan Handphone Apple dengan jumlah 48 responden atau 48,0% dan yang terkecil pada pernyataan 3 Handphone Apple update

perkembangan teknologi terbaru dengan jumlah 39 responden atau 39,0%.

Jawaban cukup setuju pada tabel 4.4 yang terbesar terdapat pada pernyataan 4 Lebih percaya diri pada saat menggunakan Handphone Apple dengan jumlah 38 responden atau 38,0%. Dan yang terkecil pada pernyataan 1 Menggunakan Handphone Apple karena dorongan dari keluarga dengan jumlah 19 responden atau 19,0%.

Jawaban yang tidak setuju pada tabel 4.4 yang terbesar pada pernyataan 5 dan 6 yaitu Menggunakan Handphone Apple karena iklan di media yang menarik dan Faktor lingkungan sangat kuat mempengaruhi untuk menggunakan Handphone Apple dengan jumlah responden 9 atau ,0%. Dan yang terkecil pada pernyataan 4 dan 7 yaitu Lebih percaya diri pada saat menggunakan Handphone Apple dan Menggunakan Handphone Apple agar tidak ketinggalan zaman dan selalu *update trend* saat ini dengan jumlah responden 2 atau 2,0%. Jawaban sangat tidak setuju pada tabel 4.4 yang terbesar pada pernyataan 5 dan 6 yaitu Menggunakan Handphone Apple karena iklan di media yang menarik dan Faktor lingkungan sangat kuat mempengaruhi untuk menggunakan Handphone Apple dengan jumlah responden 3 atau 3,0%. Dan yang terkecil pada pernyataan 1, 4 dan 7 dengan jumlah responden 0 atau 0%.

3. Variabel *Opinion* (X3)

Tabel 4.5

Hasil Jawaban Responden Variabel *Opinion* (X3)

No	Daftar Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		CS (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Produk-produk dari Handphone Apple adalah produk yang selalu ditunggu tunggu karena memiliki fitur desain yang elegan	13	13%	56	56%	29	29%	2	2%	0	0%
2	Handphone Apple mempunyai kualitas produk sangat handal	0	0%	33	33%	45	45%	21	21%	1	1%
3	Menggunakan Handphone Apple karena dianggap dapat menunjang gaya hidup "gaul"	0	0%	29	29%	46	46%	20	20%	5	5%
4	Menggunakan Handphone Apple adalah bentuk untuk mewakili kepribadian	24	24%	41	41%	31	31%	4	4%	0	0%
5	Handphone Apple membantu dalam mempermudah sarana dalam belajar	35	35%	32	32%	23	23%	7	7%	3	3%
6	Handphone Apple bisa mempengaruhi tingkat wawasan melalui informasi media dari fitur-fiturnya	29	29%	45	45%	19	19%	5	5%	2	2%
7	Handphone Apple dapat menunjukkan tingkat kelas pengguna	25	25%	43	43%	31	31%	0	0%	1	1%
8	Handphone Apple berpengaruh terhadap perekonomian keluarga dan pribadi	20	20%	36	36%	36	36%	8	8%	0	0%
9	Handphone Apple merupakan bagian dari budaya masa kini	20	20%	42	42%	32	32%	5	5%	1	1%

Sumber : Data diolah tahun 2018

Berdasarkan tabel 4.5 jawaban responden diatas pernyataan yang terbesar pada jawaban sangat setuju pernyataan 5 yaitu Handphone Apple membantu dalam mempermudah sarana dalam belajar dengan jumlah responden sebanyak 35 responden atau 35,0% dan yang terkecil pada pernyataan 2 dan 3 dengan jumlah 0 responden atau 0,0%.

Jawaban setuju pada tabel 4.5 yang terbesar terdapat pada pernyataan 1 yaitu Produk-produk dari Handphone Apple adalah produk yang selalu ditunggu tunggu karena memiliki fitur desain yang elegan dengan jumlah 56 responden atau 56,0% dan yang terkecil pada pernyataan 3 Menggunakan Handphone Apple karena dianggap dapat menunjang gaya hidup "gaul"dengan jumlah 29 responden atau 29,0%.

Jawaban cukup setuju pada tabel 4.5 yang terbesar terdapat pada pernyataan 3 yaitu Menggunakan Handphone Apple karena dianggap dapat menunjang gaya hidup "gaul" dengan jumlah 46 responden atau 46,0%. dan yang terkecil pada pernyataan 6 Handphone Apple bisa mempengaruhi tingkat wawasan melalui informasi media dari fitur-fiturnya dengan jumlah 19 responden atau19,0%.

Jawaban yang tidak setuju pada tabel 4.5 yang terbesar pada pernyataan 2 yaitu Handphone Apple mempunyai kualitas produk sangat handal dengan jumlah responden 21 atau 21,0%. Dan yang terkecil pada pernyataan 7 Handphone Apple dapat menunjukkan tingkat kelas pengguna dengan jumlah responden 0 atau 0,0%.

Jawaban sangat tidak setuju pada tabel 4.5 yang terbesar pada pernyataan 5 yaitu Apple membantu dalam mempermudah sarana dalam belajar dengan jumlah responden 5 atau 5,0%. Dan yang terkecil pada pernyataan 1, 4 dan 8 dengan jumlah responden 0 atau 0,0%.

4. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 4.6
Hasil Jawaban Responden Variabel Perilaku Pembelian (Y)

No	Daftar Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		CS (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Menggunakan Handphone Apple sesuai kebutuhan	34		45		18		3		0	
2	Mencari informasi mengenai handphone Apple melalui media elektronik (online shop, web resmi Apple)	21		36		36		7		0	
3	Mengevaluasi produk Handphone dengan memilih beberapa merek dan konter yang ada di Bandar Lampung	23		37		32		7		1	
4	Memutuskan untuk membeli Handphone Apple berdasarkan gaya hidup	0		35		38		23		4	
5	Merasa puas setelah membeli dan menggunakan Handphone Apple dan ingin merekomendasikan cerita positif dari Handphone Apple	14		56		29		1		0	

Sumber : Data diolah tahun 2018

Berdasarkan tabel 4.6 jawaban responden diatas pernyataan yang terbesar pada jawaban sangat setuju pernyataan 1 yaitu Menggunakan Handphone Apple sesuai kebutuhan dengan jumlah responden sebanyak 34 responden atau 34,0% dan yang terkecil

pada pernyataan 4 yaitu Memutuskan untuk membeli Handphone Apple berdasarkan gaya hidup dengan jumlah 0 responden atau 0,0%.

Jawaban setuju pada tabel 4.6 yang terbesar terdapat pada pernyataan 5 yaitu Merasa puas setelah membeli dan menggunakan Handphone Apple dan ingin merekomendasikan cerita positif dari Handphone Apple dengan jumlah 39 responden 56 atau 56,0% dan yang terkecil pada pernyataan 4 Memutuskan untuk membeli Handphone Apple berdasarkan gaya hidup dengan jumlah 35 responden atau 35,0%.

Jawaban cukup setuju pada tabel 4.6 yang terbesar terdapat pada pernyataan 4 Memutuskan untuk membeli Handphone Apple berdasarkan gaya hidup dengan jumlah 38 responden atau 38,0%. Dan yang terkecil pada pernyataan 5 Merasa puas setelah membeli dan menggunakan Handphone Apple dan ingin merekomendasikan cerita positif dari Handphone Apple jumlah responden 18 atau 18,0%.

Jawaban tidak setuju pada tabel 4.6 yang terbesar pada pernyataan 4 yaitu Memutuskan untuk membeli Handphone Apple berdasarkan gaya hidup dengan jumlah responden 1 atau 1,0%. Dan yang terkecil pada pernyataan 5 Merasa puas setelah membeli dan menggunakan Handphone Apple dan ingin merekomendasikan cerita positif dari Handphone Apple dengan jumlah responden 1 atau 1%.

Jawaban sangat tidak setuju pada tabel 4.6 yang terbesar pada pernyataan 4 yaitu Memutuskan untuk membeli Handphone Apple berdasarkan gaya hidup dengan jumlah responden 4 atau 4,0%. Dan yang terkecil pada pernyataan 1, 2 dan 5 dengan jumlah responden 0 atau 0%.

4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

4.2.1 Hasil Uji Validitas

Sebelum dilakukan pengolahan data maka seluruh jawaban yang diberikan oleh responden terlebih dahulu dilakukan uji validitas yang di ujicobakan kepada responden. Dengan penelitian ini, uji validitas untuk menghitung data yang akan dihitung dan diproses pengujian dilakukan dengan menggunakan SPSS 20.

1. Variabel *Activity* (X1)

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Variabel *Activity* (X1)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kondisi	Keterangan
Pernyataan 1	0,505	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 2	0,671	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 3	0,586	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 4	0,614	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 5	0,602	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 6	0,426	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 7	0,600	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber : Data diolah tahun 2018

Berdasarkan tabel 4.7 menunjukan bahwa seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai *Activity* (X1). Hasil yang didapatkan yaitu $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan demikian seluruh item *Activity* dinyatakan valid.

2. Variabel *Interest* (X2)

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Variabel *Interest* (X2)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kondisi	Keterangan
Pernyataan 1	0,697	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 2	0,595	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 3	0,769	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 4	0,410	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 5	0,688	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 6	0,625	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 7	0,558	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber : Data diolah tahun 2018

Berdasarkan tabel 4.8 menunjukan bahwa seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai interst (X2). Hasil yang didapatkan yaitu nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan demikian seluruh item *interest* dinyatakan valid.

3. Variabel *Opinion* (X3)

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Variabel *Opinion* (X3)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kondisi	Keterangan
Pernyataan 1	0,564	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 2	0,504	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 3	0,427	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 4	0,517	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 5	0,751	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 6	0,782	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 7	0,515	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 8	0,701	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 9	0,627	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber : Data diolah tahun 2018

Berdasarkan tabel 4.9 menunjukan bahwa seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai Opini (X3). Hasil yang didapatkan yaitu nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan demikian seluruh item *opinion* valid.

4. Variabel Keputsan Pembelian (Y)

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kondisi	Keterangan
Pernyataan 1	0,709	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 2	0,810	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 3	0,838	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 4	0,583	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 5	0,792	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber : Data diolah tahun 2018

Berdasarkan tabel 4.10 menunjukan bahwa seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai Keputusan Pembelian (Y). Hasil yang didapatkan yaitu nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dengan demikian seluruh item keputusan pembelian dinyatakan valid.

4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Setelah uji validitas maka penguji kemudian melakukan uji reliabilitas terhadap masing-masing instrument variabel X dan variabel Y menggunakan rumus Alpha Cronbach dengan bantuan SPSS 20. Berikut adalah hasil dari uji reliabilitas :

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien Cronbach Alpha	Koefisien r	Simpulan
Activity (X1)	0,652	0,6000-0,7999	Reliabilitas Tinggi
Interst (X2)	0,742	0,6000-0,7999	Reliabilitas Tinggi
Opini (X3)	0,781	0,6000-0,7999	Reliabilitas Tinggi
Keputusan pembelian (X4)	0,802	0,8000-1,0000	Reliabilitas Sangat Tinggi

Sumber : Data diolah tahun 2018

Berdasarkan hasil uji reliabilitas tabel 4.11 nilai cronbach alpha sebesar 0,661 untuk variabel *Activity* (X1) dengan tingkat reliabel tinggi, 0,742 untuk variabel *Interest* (X2) dengan tingkat reliabel tinggi , 0,781 untuk variabel *Opinion* (X3) dengan tingkat reliabel tinggi dan 0,802 untuk variabel keputusan pembelian (Y) dengan tingkat reliabel sangat tinggi.

4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik

4.3.1 Hasil Uji Normalitas

Untuk mengetahui data normal atau mendekati normal bisa dilakukan dengan Uji Non-Parametrik One-Sampel Kolmogrov –Smirnov Test pada SPSS 20. Hasil perhitungan uji normalitas sebagai berikut:

Tabel 4.12
Hasil Uji Normalitas

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
Activity (X1)	0,741	0,05	Sig > Alpha	Normal
Interst (X2)	0,504	0,05	Sig > Alpha	Normal
Opini (X3)	0,275	0,05	Sig > Alpha	Normal
Keputusan Pembelian (Y)	0,134	0,05	Sig > Alpha	Normal

Sumber : Data diolah tahun 2018

Berdasarkan tabel 4.12, besarnya nilai *test of Normality kolmogrov smirnov*

Variabel *Activity* (X1) ditunjukan dengan signifikan sebesar 0,741> 0,05 maka Ho diterima. Variabel *Interest* (X2) ditunjukan dengan signifikan sebesar 0,504> 0,05 maka Ho diterima. Variabel *Opinion* (X3) ditunjukan dengan signifikan sebesar 0,275 > 0,05 maka Ho diterima. Variabel Keputusan Pembelian (Y) ditunjukan dengan signifikan sebesar 0,134 > 0,05 maka Ho diterima. Artinya data data berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

4.3.2 Hasil Uji Linearitas

Uji ini dilakukan untuk melihat apakah model regresi dapat didekati dengan persamaan linear dan uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi ataupun regresi linear. Hasil uji linearitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.13
Hasil Uji Linearitas

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
Activity (X1) terhadap keputusan pembelian (Y)	0,089	0,05	Sig > Alpha	Linear
Interest (X2) terhadap keputusan pembelian (Y)	0,930	0,05	Sig > Alpha	Linear
Opinion (X3) terhadap keputusan pembelian (Y)	0,168	0,05	Sig > Alpha	Linear

Sumber : Data diolah tahun 2018

1. ***Activity* (X1) terhadap keputusan pembelian (Y)**

   Berdasarkan tabel 4.14 hasil perhitungan ANOVA table didapat nilai Sig pada baris *Deviantion from liniery* 0,089> 0,05 maka Ho diterima yang menyatakan model regresi berbentuk linier.

2. ***Interest* (X2) terhadap keputusan pembelian (Y)**

   Berdasarkan tabel 4.14 hasil perhitungan ANOVA table didapat nilai Sig pada baris *Deviantion from liniery* 0,930 > 0,05 maka Ho diterima yang menyatakan model regresi berbentuk linier.

3. ***Opinion* (X3) terhadap keputusan pembelian (Y)**

   Berdasarkan tabel 4.14 hasil perhitungan ANOVA table didapat nilai Sig pada baris *Deviantion from liniery* 0,168 > 0,05 maka Ho diterima yang menyatakan model regresi berbentuk linier.

4.3.3 Hasil Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi atau hubungan yang kuat antara sesama variabel independen. Hasil uji tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 4.14
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	VIF		Kondisi	Simpulan
Activity	1,240	10	VIF<10	Tidak ada gejala mutikolinieritas
Interest	1,302	10	VIF<10	Tidak ada gejala mutikolinieritas
Opinion	1,058	10	VIF<10	Tidak ada gejala mutikolinieritas

Sumber : Data diolah tahun 2018

Dari hasil perhitungan pada tabel 4.14 menunjukan nila VIF variabel *Activity* (X1) = 1,240, nilai VIF variabel Interst (X2) = 1,302 dan nilai VIF Opini (X3) = 1,058. Dari semua variabel menunjukan nilai VIF setiap variabel < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas tinggi antar variabel independen X terhadap variabel dependen.

4.3.4 Hasil Uji Homogenitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh memiliki varian yang sama atau sebaliknya. Hasil perhitungan uji homogenitas adalah sebagai berikut :

Tabel 4.15
Hasil Uji Homogenitas

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
Activity (X1) – Keputusan Pembelian (Y)	0,317	0,05	Sig > Alpha	Homogen
Interst (X) - Keputusan Pembelian (Y)	0,737	0,05	Sig > Alpha	Homogen
Opini - Keputusan Pembelian (Y)	0,428	0,05	Sig > Alpha	Homogen

Sumber : Data Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.15 hasil perhitungan *test of homogeneity of variances* didapat nilai Sig 0,317 untuk *Activity* terhadap Keputusan Pembelian, Sig 0,737 untuk *Interest* terhadap Keputusan Pembelian dan Sig 0,428 *Opinion* terhadap Keputusan Pembelian yang menunjukan nilai sig > dari alpha (0,05) yang berarti Ho diterima yang menyatakan varians semua populasi bersifat homogenitas.

4.4 Hasil Analisis Data

4.4.1 Hasil Regresi Linear Berganda

Tabel 4.16
Hasil Regresi Linear Berganda

Variable	B	Std Error	t_{hitung}	Sig
(Constant)	7,647	3,068	2,493	0,014
Activity	0,175	0,074	2,366	0,020
Interest	0,177	0,079	2,226	0,028
Opinion	0,157	0,058	2,736	0,007
F_{hitung}	7,903			
Sig F	0,000			
R (Korealasi)	0,445			
R Square (Determinasi)	0,198			

Sumber : Data diolah tahun 2018

Berdasarkan pada tabel 4.16 diperoleh nilai koefisien determinasinya R^2 (R Square) sebesar 0,198 menunjukan bahwa keputusan pembelian (Y) dijelaskan oleh *Activity* (X1), *Interest* (X2) dan *Opinion* (X3), sebesar 19,8% sedangkan 80,2% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui apakah suatu persamaan regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi nilai variabel dependen diperlukan pembuktian terhadap kebenaran hipotesis.

Berdasarkan tabel 4.16 merupakan hasil perhitungan regresi linear berganda dengan menggunkan SPSS diperoleh hasil persamaan Regresi sebagai berikut:

Dapat dilihat bahwa konstanta a = 7,647, koefisien b_1=0,175, b_2 = 0,177 dan b_3= 0,157 sehingga persamaan regresi yaitu:

$$\mathbf{Y= 7,647+ 0,175\ X_1+0,177\ X_2+0,157\ X_3}$$

1. Nilai konstanta sebesar 7,647 yang berarti bahwa tanpa adanya *Activity* (X1), Interst (X2) dan Opini (X3) maka besarnya keputusan pembelian (Y) adalah 8,182 satuan.
2. Koefisien regresi variabel *Activity* (X1) sebesar 0,175 yang berarti bahwa setiap penambahan satu satuan, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,175.
3. Koefisien regresi variabel *Interest* (X2) sebesar 0,177 yang berarti bahwa setiap penambahan satu satuan, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,177.
4. Koefisien regresi variabel *Opinion* (X3) sebesar 0,157 yang berarti bahwa setiap penambahan satu satuan, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,157.

4.5 Hasil Uji Hipotesis

4.5.1 Hasil Uji F

Tabel 4.17
Hasil Uji F

variabel	F_{hitung}	F_{tabel}	Kondisi	keterangan
Activity	7,903	2,70	$F_{hitung} > F_{tabel}$	Ho ditolak Ha diterima
Interest				
Opinion				

Sumber : Data diolah tahun 2018

Tingkat signifikan pada tabel Anova 0,000 < 0,05 setelah dianalisis bahwa Ho ditolak Ha diterima. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara *Activity* (X1), *Interest* (X2) dan *Opinion* (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Handphone Apple di Bandar Lampung. Nilai F pada tabel Anova (F_{hitung}) diperoleh (7,903) sedangkan nilai F_{tabel} (α 0,05) dengan (n-k = 100-4 = 96) dan diperoleh F_{tabel} sebesar 2.70. artinya Ho ditolak dan Ha diterima. Dapat disimpulkan bahwa *Activity* (X1), *Interest* (X2) dan *Opinion* (X3) berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap keputusan pembelian (Y).

4.5.2 Hasil Uji t

Uji t digunakan untuk menguji apakah variabel independen (bebas) memberikan pengaruh terhadap variabel dependen (terikat). dalam pengujian ini untuk mengetahui pengaruh masing-masing antara variabel independen dan variabel dependen.

Tabel 4.18
Hasil Uji t

variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Kondisi	keterangan
Activity	2,366	1,660	$t_{hitung} > t_{tabel}$	Berpengaruh
Interest	2,226	1,660	$t_{hitung} > t_{tabel}$	Berpengaruh
Opinion	2,736	1,660	$t_{hitung} > t_{tabel}$	Berpengaruh

Sumber : Data diolah tahun 2018

1. Berdasarkan tabel 4.18 didapat perhitungan pada *Activity* (X1) diperoleh nilai t_{hitung} 2,366 sedangkan nilai t_{tabel} dengan (dk= 100-2= 98) adalah 1,660 jadi t_{hitung} (2,366) > (1,660) dengan demikian Ho ditolak dan Ha diterima disimpulkan *Activity* (X1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) handphone Apple di Bandar Lampung.
2. Berdasarkan tabel 4.18 didapat perhitungan pada Interst (X2) diperoleh nilai t_{hitung} 2,226 sedangkan nilai t_{tabel} dengan (dk= 100-2= 98) adalah 1,660 jadi t_{hitung} (2,226) < (1,660) dengan demikian Ho ditolak dan Ha diterima disimpulkan *Interest* (X1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) handphone Apple di Bandar Lampung.
3. Berdasarkan tabel 4.18 didapat perhitungan pada Opini (X3) diperoleh nilai t_{hitung} 2,736 sedangkan nilai t_{tabel} dengan (dk= 100-2= 98) adalah 1,660 jadi t_{hitung} (2,736) < (1,660) dengan demikian Ho ditolak dan Ha diterima disimpulkan *Opinion* (X3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) handphone Apple di Bandar Lampung.

4.6 Pembahasan

Hasil penelitian berdasarkan dengan ada dan tidaknya pengaruh terhadap *Activity* (X1), *Interest* (X2) dan Opini (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) handpone Apple di Bandar Lampung**.**

4.6.1 Pengaruh *Activity* (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan dari hasil analisis regresi linear berganda bahwa *Activity* (X1) memberi pengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 0,175 (Y). Ketika konsumen ingin membeli suatu produk, ia akan terlebih dahulu memikirkan kegiatan atau tindakan nyata yang menyebabkan, memutuskan pembelian handphone Apple di Bandar Lampung. Selain hasil diatas Penelitian yang dilakukan oleh Swasti Dian Pratiwi (2015) menyatakan variabel *Activity* berpengaruh positif terhadap keputusan

pembelian produk baju Muslim pada Butik shafira. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara *Activity* dengan Keputusan Pembelian.

4.6.2 Pengaruh *Interest* (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan dari hasil analisis regresi linear berganda bahwa Interst (X2) memberi pengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,177. Pada saat konsumen membeli handphone Apple konsumen juga terlebih dahulu memikirkan sumber yang menimbulkan keinginan pembelian handphone Apple di Bandar Lampung. Selain hasil diatas Penelitian yang dilakukan oleh Ratri Lalitamanik (2014) menyatakan bahwa ada pengaruh *Interest* dalam keputusan konsumen menonton film di bioskop.

4.6.3 Pengaruh *Opinion* (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan dari hasil analisis regresi linear berganda bahwa *opini* (X3) memberi pengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,157. Dapat disimpulkan bahwa pandangan umum masyarakat yang sangat mempengaruhi keputusan pembelian handphone Apple di Bandar lampung. Selain hasil diatas Penelitian yang dilakukan oleh Ratri Lalitamanik (2014) menyatakan bahwa ada pengaruh *Opinion* dalam keputusan konsumen untuk menonton film di bioskop.

4.6.4 Pengaruh *Activity* (X1), *Interest* (X2), *Opinion* (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan dari hasil uji F kesimpulan bahwa *Activity* (X1), *Interest* (X2), *Opinion* (X3) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Handphone Apple di Bandar Lampung. Hubungan tersebut mempengaruhi, hasil yang ditemukan ini disebabkan besarnya gaya hidup konsumen pada handphone Apple di kota Bandar Lampung, hal ini didukung oleh teori mengenai gaya hidup Edia Satria (2015) dalam

jurnal pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian konsumen mengungkapkan bahwa gaya hidup merupakan bagian dari perilaku konsumen juga mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Keputusan pembelian konsumen tidak terlepas dari gaya hidup mereka yang ingin membeli produk yang bermamfaat dan mempunyai kualitas pruduk yang baik. Selanjutnya Menurut Danziger dan Bernard (2009) mengutarakan bahwa konsumen termotivasi untuk berbelanja karna beberapa unsur dan dorongan yang muncul karna kebutuhan “Gaya Hidup”.