

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

Samsung merupakan sebuah perusahaan asal Korea Selatan yang didirikan pada tahun 1938 oleh seorang pria bernama Lee Byung Chull di kota Daegu dengan memperkerjakan 40 orang karyawan pada saat itu. Pada awalnya, Samsung merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan yang memperdagangkan ikan dan buah-buahan ke Manchuria yang saat itu dikuasai oleh Jepang sebagai wilayah jajahannya. Setelah perang dunia yang kedua dan perang korea berakhir, Samsung mendapatkan keuntungan dengan memanfaatkan program pembangunan kembali dari pemerintah Korea. Samsung pun melebarkan sayapnya dengan memasuki dunia industri perkapalan, petrokimia, dan bahkan pesawat terbang. Selain itu, Samsung juga bergerak diberbagai bidang usaha seperti elektronik, semikonduktor, layanan keuangan, dan bahkan memiliki sebuah tim Bisbol. Dari semua sector usaha, bidang elektronik merupakan bidang yang paling besar. Setelah meninggalnya Lee Byung Chull pada tahun 1987, kepemimpinan Samsung diambil alih oleh anaknya yang bernama Lee Kun Hee. Dibawah kepemimpinan Lee Kyung Hee inilah perusahaan Samsung menjadi sebuah perusahaan terbesar di Korea Selatan dengan menyumbang jumlah ekspor sebanyak 20% dari total ekspor yang dilakukan oleh Korea.

Pada tahun 1990an, Samsung mulai mengeluarkan product handphone yang ternyata lumayan menarik perhatian pasar global. Hingga pada tahun 1993, Samsung mengeluarkan model handphone dengan model SCH-800 GSM. Perjalanan Samsung dalam menjadi perusahaan terbesar di dunia smartphone bisa dibilang cukup lama, karena awal kesuksesan mereka dalam industri ini baru dimulai sejak tahun 2009 saat mereka mengadopsi system operasi android untuk dipakai sebagai system operasi pada product mereka yakni Samsung i7500. Handphone ini menawarkan fitur touchscreen AMOLED berukuran 3.2 inci. OS yang dipakai pada handphone ini adalah OS Android 1.5. Selanjutnya, kesuksesan Samsung dalam OS Android dimulai dengan peluncuran Samsung Galaxi S. Handphone ini diluncurkan oleh Samsung pada Maret 2010. Dan, tingkat penjualan handphone ini lumayan tinggi. Pada Januari 2011, Samsung berhasil menjual handphone ini sebanyak 10 juta unit. Keberhasilan tersebut pun merembet pada suksesor dari Galaxi S. Di antaranya adalah Samsung Galaxi S II dan Samsung Galaxi S III. Tak hanya itu, beberapa handphone Galaxi lainnya pun memperoleh sambutan tinggi di pasaran. Diantaranya adalah Samsung Galaxi Mini, Samsung Galaxi Young serta Samsung Galaxi Note. Sebenarnya, Samsung mengembangkan sebuah sistem operasi sendiri yang disebutnya sebagai OS Bada. Penamaan OS tersebut pun diambil oleh Samsung dari bahasa Korea yang memiliki arti lautan. April 2010 Samsung meluncurkan handphone dengan OS buatan mereka sendiri dengan nama Samsung Wave S8500, meskipun mereka berhasil menjual 1 juta unit pada minggu pertama, Samsung memilih untuk menghentikan pengembangan OS Bada dengan alasan masa depan penjualan yang kurang baik. Kesuksesan Samsung tersebut berlanjut hingga saat ini dan berhasil menduduki posisi sebagai produsen smartphone dengan pangsa pasar terbesar.

4.2 Deskripsi Data Hasil Penelitian

4.2.1 Profil Responden

Responden pada penelitian ini adalah para user handphone Samsung yang berdomisili di Surabaya Timur dengan berbagai karakteristik meliputi usia, pekerjaan dan jenis kelamin. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 97 responden. Adapun klasifikasi demografis responden pada penelitian ini dijabarkan sebagai berikut :

4.2.1.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki – Laki	36	37,1
Perempuan	61	62,9
Total	97	100,0

Sumber : Hasil Output IBM SPSS 25

Berdasarkan table 4.1 diatas, dapat diketahui bahwa, jumlah responden yang menggunakan handphone Samsung terdiri dari 36 orang laki-laki dengan persentase 37,1%, dan 61 orang perempuan dengan persentase 62,9 %.

4.2.1.2 Profil Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2
Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
< 20 Tahun	28	28,9
20 - 30 Tahun	61	62,9
31-40 Tahun	8	8,2
> 40 Tahun	0	0
Total	97	100,0

Sumber : Hasil Output IBM SPSS 25

Berdasarkan table 4.2 diatas, dapat diketahui bahwa, jumlah responden yang menggunakan handphone Samsung terdiri dari 28 orang yang berusia kurang dari 20 tahun dengan persentase 28,9%, 61 orang yang berusia 20 – 30 tahun dengan persentase 62,9 %, 8 Orang yang berusia antara 31 – 40 tahun dengan persentase 8,2%, dapat diketahui juga

bahwa pada penelitian ini user handphone samsung didominasi oleh responden dengan rentang usia 20-30 tahun.

4.2.1.3 Profil Responden Berdasarkan Profesi

Tabel 4.3
Klasifikasi Responden Berdasarkan Profesi

Profesi	Frekuensi	Persentase
Pegawai Swasta	24	24,7
Pegawai Negeri	0	0
Pelajar / Mahasiswa	52	53,6
Lain – Lain	21	21,6
Total	97	100,0

Sumber : Hasil Output IBM SPSS 25

Berdasarkan table 4.3 diatas, dapat diketahui bahwa, jumlah responden yang menggunakan handphone Samsung terdiri dari 24 orang berprofesi sebagai karyawan swasta dengan persentase 24,7 %, 52 Orang yang berprofesi sebagai pelajar atau mahasiswa dengan persentase 53,6%, dan 21 orang yang memiliki profesi lainnya dengan persentase 21,6%

4.2.1.4 Profil Responden Berdasarkan Domisili

Tabel 4.4
Klasifikasi Responden Berdasarkan Domisili

Domisili	Frekuensi	Persentase
Gubeng	4	4,1
Gunung Anyar	11	11,3
Mulyorejo	25	25,8
Rungkut	11	11,3
Sukolilo	30	30,9
Tambaksari	12	12,4
Tengilis Mejoyo	4	4,1
Total	97	100,0

Sumber : Hasil Output IBM SPSS 25

Berdasarkan table 4.4 diatas, dapat diketahui bahwa, jumlah responden terdiri dari 30 orang yang berdomisili di Sukolilo dengan persentase 30,9%, 25 orang berdomisili di Mulyorejo dengan persentase 25,8 %, 12 Orang yang berdomisili di Tambaksari dengan persentase 12,4%, 11 orang yang berdomisili di Rungkut dengan persentase 11,3%, 4 orang

yang berdomisili di Tenggilis Mejoyo dengan persentase 4,1%, 11 orang berdomisili di Gunung Anyar dengan persentase 11,3 %, dan 4 Orang yang berdomisili di Gubeng dengan persentase 4,1%.

4.2.2 Distribusi Jawaban Responden

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner yang diberikan kepada responden dengan 20 pertanyaan dan dijawab sesuai dengan pendapat responden. Tahap berikutnya adalah tabulasi data secara detail untuk menjelaskan hasil dari jawaban yang telah diberikan oleh para responden.

Tabel 4.5
Kriteria dan Kategori Jawaban Responden

Kriteria	Kategori
1.0 - 1.75	Sangat Tidak Setuju
1.75 - 2.50	Tidak Setuju
2.50 - 3.25	Setuju
3.25 - 4,00	Sangat Setuju

Kategori dihitung berdasarkan nilai maksimal dan nilai minimal dibagi dengan jumlah kategori yang ada, yaitu : $(4-1) : 4 = 0.75$

Tabel 4.6
Distribusi Jawaban Variable Gaya Hidup (X1)

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Keterangan
X1.Q1	97	2,00	4,00	3,2990	Setuju
X1.Q2	97	2,00	4,00	2,8866	Setuju
X1.Q3	97	2,00	4,00	2,9072	Setuju
X1.Q4	97	2,00	4,00	3,2165	Setuju
X1.Q5	97	2,00	4,00	2,9794	Setuju
X1.Q6	97	2,00	4,00	3,1649	Setuju

Sumber : Hasil Output IBM SPSS 25

Tabel 4.7
Distribusi Jawaban Variable Citra Merek (X2)

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Keterangan
X2.Q1	97	2,00	4,00	3,3196	Setuju
X2.Q2	97	1,00	4,00	2,8557	Setuju
X2.Q3	97	1,00	4,00	2,6082	Setuju
X2.Q4	97	1,00	4,00	2,5155	Setuju

X2.Q5	97	1,00	4,00	3,1340	Setuju
-------	----	------	------	--------	--------

Sumber : Hasil Output IBM SPSS 25

Tabel 4.8
Distribusi Jawaban Variable Atribut Product (X3)

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Keterangan
X3.Q1	97	1,00	4,00	2,8660	Setuju
X3.Q2	97	1,00	4,00	2,2887	Tidak Setuju
X3.Q3	97	1,00	4,00	2,6907	Setuju
X3.Q4	97	1,00	4,00	2,8557	Setuju
X3.Q5	97	1,00	4,00	2,0928	Tidak Setuju

Sumber : Hasil Output IBM SPSS 25

Tabel 4.9
Distribusi Jawaban Variable Keputusan Pembelian (Y)

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Keterangan
Y.Q1	97	2,00	4,00	2,9897	Setuju
Y.Q2	97	1,00	4,00	2,9278	Setuju
Y.Q3	97	2,00	4,00	3,2165	Setuju
Y.Q4	97	1,00	4,00	3,4948	Sangat Setuju

Sumber : Hasil Output IBM SPSS 25

4.3 Hasil Penelitian (Perhitungan dan Pengolahan Data)

4.3.1 Uji Kualitas Data

4.3.1.1 Uji Validitas

Uji validitas dipakai untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dapat dikatakan valid jika setiap pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali 2013:52). Uji-signifcansi dilakukan dengan cara membandingkan kedua nilai rhitung dengan rtabel dengan degree of freedom (df) = $n-2$. Jumlah sampel yang dipakai dalam menghitung uji validitas untuk penelitian ini berjumlah 30 maka, $df = 30-2 = 28$ pada r tabel. Dengan $\alpha = 5\%$ (0,05) , maka rtabel adalah sebesar 0,361. Dengan hal ini sebuah pertanyaan dinyatakan valid jika nilai rhitungnya lebih besar dari 0,361 dan dinyatakan tidak valid jika nilai rhitungnya kurang dari 0,361.

Berikut ini adalah tabel hasil uji validitas untuk setiap variable yang dipakai dalam penelitian ini.

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas

Gaya Hidup (X1)			
Pertanyaan	Pearson Correlation	Rtabel	Keterangan
X1.Q1	0,690	0,361	Valid
X1.Q2	0,867	0,361	Valid
X1.Q3	0,808	0,361	Valid
X1.Q4	0,871	0,361	Valid
X1.Q5	0,823	0,361	Valid
X1.Q6	0,798	0,361	Valid
Citra Merek (X2)			
X2.Q1	0,731	0,361	Valid
X2.Q2	0,731	0,361	Valid
X2.Q3	0,693	0,361	Valid
X2.Q4	0,530	0,361	Valid
X2.Q5	0,731	0,361	Valid
Atribut Product (X3)			
X3.Q1	0,865	0,361	Valid
X3.Q2	0,836	0,361	Valid
X3.Q3	0,585	0,361	Valid
X3.Q4	0,808	0,361	Valid
X3.Q5	0,836	0,361	Valid
Keputusan Pembelian (Y)			
Y.Q1	0,875	0,361	Valid
Y.Q2	0,862	0,361	Valid
Y.Q3	0,846	0,361	Valid
Y.Q4	0,795	0,361	Valid

Sumber : Hasil Output SPSS 25

Dari tabel 5.0 diatas dapat diketahui bahwa, seluruh variable yang mempunyai total 20 pertanyaan memiliki nilai rhitung lebih besar dari 0,361 yang berarti, semua item pertanyaan dinyatakan valid.

4.3.1.2 Uji Realibilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indicator dari suatu variable atau konstruk suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah concisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2013:47).

Menurut Nunally (1994) dalam Ghozali (2013:48) suatu konstruk atau variable dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,60 yang berarti dapat dikatakan bahwa instrumen tersebut bisa dipakai sebagai pengumpul data yang handal. Adapaun tabel hasil uji realibitlas dari semua variable penelitian ini antara lain :

Tabel 4.11
Hasil Uji Realibilitas

Variable	Alpha	Keterangan
Gaya Hidup (X1)	0,880	Realibel
Citra Merek (X2)	0,643	Realibel
Atribut Product (X3)	0,835	Realibel
Keputusan Pembelian (Y)	0,842	Realibel

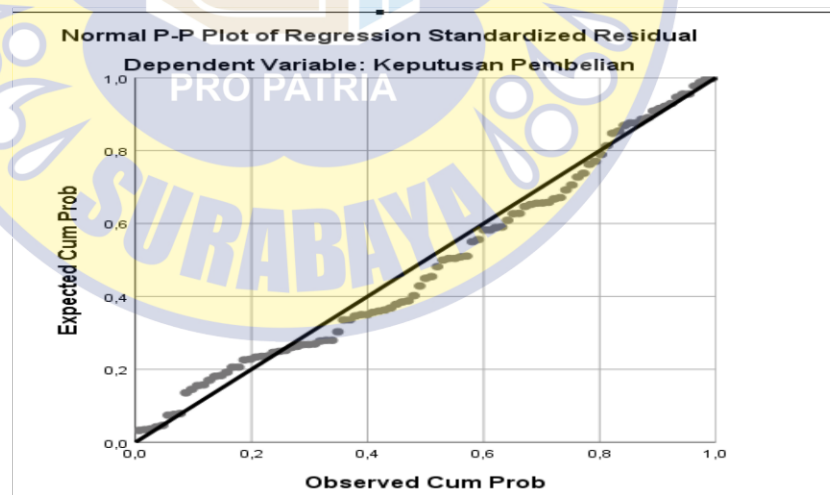
Sumber : Hasil Output SPSS 25

Dari data yang ditampilkan tabel 5.1, nilai Cronbach's alpha untuk variable Gaya hidup adalah 0,880, Citra merek 0,643 , Atribut product 0,835 , dan Keputusan Pembelian 0,842. Dari hasil tersebut seluruh variable memiliki hasil diatas 0,60 hal ini menunjukan bahwa setiap pertanyaan reliabel.

4.3.2 Uji Asumsi Klasik

4.3.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam regression model, variable pengganggu atau residual memiliki distribusinormal atau tidak. (Ghozali, 2013:160). Ada dua cara yang dipakai untuk menguji apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu menggunakan cara analisis grafik dan uji statistik. Adapun hasil uji normalitas data dengan menggunakan software SPSS 25 adalah sebagai berikut :



Gambar 4.1 Grafik hasil uji normalitas P-P Plot

Dari gambar 4.1 diatas dapat dilihat pada kurva normal p-plot terlihat titik-titiknya menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebarannya tidak terlalu jauh atau melebar. Hal ini menyatakan bahwa regression model berdistribusi normal.

Dan untuk menguji normalitas data dengan model statistik menggunakan uji normalitas kolmogorov-smirnov, adalah sebagai berikut :

Tabel 4.12

Hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov Dengan Pendekatan Exact

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	1,30487197
Most Extreme Differences	Absolute	0,088
	Positive	0,088
	Negative	-0,051
Test Statistic		0,088
Exact Sig. (2-tailed)		0,398

Sumber : Hasil Output SPSS 25

Dari tabel 5.2, nilai signifikansinya adalah 0,398 yang berarti lebih besar dari 0,05 dan menunjukkan bahwa data terdistribusi dengan normal.

4.3.2.2 Uji Multikolenioritas

Uji multikolinioritas bertujuan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya korelasi antara variable independent. Mode regeresil yang baik adalah regression modell yang tidak memiliki korelasi antar variable independent. Dalam penelitian ini, hasil pengujian multikolinieritas diukur dengan data statistik yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini .

Tabel 4.13

Hasil Uji Multikolinioritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Gaya Hidup	0,690	1,449
	Citra Merek	0,907	1,102
	Atribut Product	0,718	1,392

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

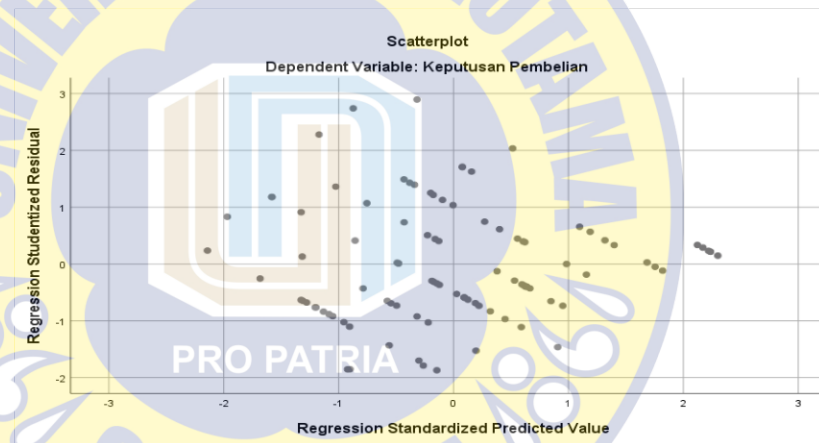
Sumber : Hasil Output SPSS 25

Dari tabel 4.8, hasil tolerance dan VIF dari variable independent antara lain : Gaya Hidup (X1) memiliki nilai tolerance 0,690 dan VIF 1,449, Citra Merek (X2) memiliki nilai tolerance 0,907 dan VIF 1,102, dan

Atribut Product (X3) memiliki nilai tolerance 0,718 dan VIF 1,392 dari hasil ini, bisa disimpulkan bahwa, tidak ada korelasi antara variable independen. Hal ini dibuktikan dengan nilai tolerance seluruh variable tidak ada yang bernilai dibawah 0,1 dan nilai VIF variable bebas tidak ada yang bernilai diatas 10, ini berarti regression model ini tidak memiliki gejala multikolinioritas dan dapat dipakai dalam penelitian.

4.3.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terjadi kesamaan variance dan residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Regression model yang baik adalah regression model yang tidak memiliki heteroskedastisitas atau bisa disebut juga homoskedastisitas. Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas dilakukan dengan dua cara yaitu uji heteroskedastisitas secara grafik dan secara statistik. Adapun hasil uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini antara lain :



Gambar 4.2: Hasil uji Heteroskedastisitas secara grafik

Dari gambar 4.2 diatas, distribusi data tidak teratur dan tidak membentuk sebuah pola tertentu, serta tersebar diatas dan dibawah sumbu 0, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada regression model ini.

Selain itu, hasil uji heteroskedastisitas secara statistik dengan menggunakan method Spearman Rho adalah sebagai berikut

Tabel 4.14
Hasil Uji Heteroskedastisitas Spearman Rho

Variable	Signifcantsi	Keterangan
Gaya Hidup (X1)	0,474	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Citra Merek (X2)	0,828	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Atribut Product (X3)	0,993	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
----------------------	-------	--------------------------------------

Sumber : Hasil Output IBM SPSS 25

Dari tabel 5.4 diatas dapat diketahui bahwa hasil uji statistik heteroskedastisitas dalam regression model ini menunjukkan hasil signficantsi dari masing-masing variable antara lain : Gaya Hidup (X1) 0,474 , Citra Merek (X2) 0,828 , Atribut Product (X3) 0,993. Dimana tidak ada variable yang memiliki heteroskedastisitas, terbukti dengan tidak adanya variable yang memiliki nilai signficantsi dibawah 0,05

4.3.3 Uji Hipotesis

4.3.3.1 Uji Signficantsi Partial (Uji t)

Pengujian hipotesis partial bertujuan untuk mengetahui apakah variable bebas (X) mempengaruhi variable terikat (Y). Dalam penelitian ini variable bebas yang diuji adalah Gaya Hidup (X1), Citra Merek (X2) , Atribut Product (X3) dan variable terikatnya adalah Keputusan Pembelian (Y). adapun hasil uji signficantsi partial dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 4.15

Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,314	1,152		2,875	0,005
Gaya Hidup	0,389	0,057	0,578	6,781	0,000
Citra Merek	0,026	0,070	0,027	0,368	0,713
Atribut Product	0,137	0,051	0,224	2,677	0,009

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Output IBM SPSS 25

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 5.5 diatas, maka dapat diketahui pengaruh variable bebas terhadap variable terikat secara partial. Adapun hasil yang didapatkan setelah melakukan uji adalah sebagai berikut :

a. Pengaruh variable Gaya Hidup (X1) terhadap variable Keputusan Pembelian (Y).

Berdasarkan perhitungan pada uji t, nilai t hitung yang didapatkan untuk variable Gaya Hidup adalah 2,875 yang lebih besar dari nilai t tabel 1,985 dengan signficantsi 0,005 yang lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa variable Gaya Hidup memiliki pengaruh signficant terhadap variable Keputusan Pembelian. Artinya H1 yang berbunyi “Ada Pengaruh

Gaya Hidup Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Surabaya Timur” diterima.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Debora Kaharu yang berjudul “*PENGARUH GAYA HIDUP, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUCT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA COSMIC*”

- b. Pengaruh variable Citra Merek (X2) terhadap variable Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan perhitungan pada uji t, nilai t hitung yang didapatkan untuk variable Citra Merek adalah 0,368 yang lebih kecil dari nilai t tabel 1,985 dengan signifikansi 0,713 yang lebih besar dari 0,05. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa variable Citra Merek tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variable Keputusan Pembelian. Artinya H2 yang berbunyi “*Ada Pengaruh signifikan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Surabaya Timur*” ditolak.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Malonda Deisy yang berjudul “*ANALISIS CITRA MEREK, HARGA PRODUCT DAN KUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE SAMSUNG PADA SELURUH GERAJ – GERAJ SELULER DI IT CENTER MANADO*”

- c. Pengaruh variable Atribut Product (X3) terhadap variable Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan perhitungan pada uji t, nilai t hitung yang didapatkan untuk variable Atribut Product adalah 2,875 yang lebih besar dari nilai t tabel 1,985 dengan signifikansi 0,005 yang lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa variable Atribut Product memiliki pengaruh signifikan terhadap variable Keputusan Pembelian. Artinya H3 yang berbunyi “*Ada Pengaruh signifikan Atribut Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Surabaya Timur*” diterima.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Alfian Nugraha yang berjudul “*CITRA MEREK, ATRIBUT PRODUCT, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*”

4.3.3.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (uji F) bertujuan untuk melihat pengaruh variable bebas secara simultan terhadap variable terikat dengan membandingkan nilai f hitung dengan f tabel dan nilai signifikansinya. Dalam penelitian ini variable bebas yang diuji adalah Gaya Hidup (X1), Citra Merek (X2), Atribut Product (X3) dan variable terikatnya adalah Keputusan Pembelian (Y). Adapun hasil uji simultan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 4.16
Hasil Uji Simultan (uji F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	184,899	3	61,633	35,439	,000 ^b
Residual	161,740	93	1,739		
Total	346,639	96			

Sumber : Hasil Output IBM SPSS 25

Berdasarkan tabel perhitungan uji F diatas, diketahui bahwa nilai t hitung adalah 35,439 yang artinya lebih besar dari nilai f tabel 2,70. Dan hasil signifikansinya adalah 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hal ini, maka dapat disimpulkan bahwa variable Gaya Hidup, Citra Merek, dan Atribut Product secara simultan berpengaruh terhadap Variable Keputusan Pembelian.

4.3.3.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah analisis yang dipakai untuk melihat pengaruh dua atau lebih dari variable bebas terhadap variable terikat dengan menggunakan rumus regresi :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Ketrerangan :

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta atau *intercept*

β_1 = Koefisien regresi gaya hidup

X1 = gaya hidup

β_2 = Koefisien regresi citra merek

X2 = citra merek

β_3 = Koefisien regresi atribut product

X3 = atribut product

Dalam penelitian ini variable bebas yang diuji adalah Gaya Hidup (X1), Citra Merek (X2) , Atribut Product (X3) dan variable terikatnya adalah Keputusan Pembelian (Y). Adapun hasil dari analisis regresi linier berganda pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 4.17
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,314	1,152		2,875	0,005
Gaya Hidup	0,389	0,057	0,578	6,781	0,000
Citra Merek	0,026	0,070	0,027	0,368	0,713
Atribut Product	0,137	0,051	0,224	2,677	0,009

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Output IBM SPSS 25

Berdasarkan tabel diatas, maka didapatkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 3,314 + 0,389X_1 + 0,026 X_2 + 0,137 X_3 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi ini, maka dapat diketahui bahwa :

1. Nilai koefisien regresi variable Gaya Hidup (b1) sebesar 0,389 artinya jika variable Gaya Hidup ditingkatkan satu satuan maka akan menaikkan Keputusan Pembelian sebesar 0,389, dengan asumsi variable lainnya dianggap konstan.
2. Nilai koefisien regresi variable Citra Merek (b2) sebesar 0,026 artinya jika variable Citra Merek ditingkatkan satu satuan, maka akan menaikkan Keputusan Pembelian sebesar 0,026, dengan asumsi variable lainnya dianggap konstan
3. Nilai koefisien regresi variable Atribut Product (b3) sebesar 0,137 artinya jika variable atribut product ditingkan satu satuan maka akan menaikkan Keputusan Pembelian Sebesar 0,137, dengan asumsi variable lainnya dianggap konstan

Dari hasil analisa diatas, juga diketahui bahwa variable Gaya Hidup adalah Variable yang paling dominan diantara variable bebas yang lain karena memiliki nilai t hitung paling besar yaitu 6,781 sedangkan variable Citra Merek merupakan yang paling tidak dominan .

4.3.3.4 Uji Keofisien Determinasi (R^2)

Uji determinasi bertujuan untuk melihat sejauh mana variable bebas dalam menjelaskan variable terikat, dengan melihat nilai dari Adjusted R Square. Dalam penelitian ini variable bebas yang diuji adalah Gaya Hidup (X1), Citra Merek (X2), Atribut Product (X3) dan variable terikatnya adalah Keputusan Pembelian (Y).

Tabel 4.18
Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,730 ^a	0,533	0,518	1,31876

a. Predictors: (Constant), Atribut Product, Citra Merek, Gaya Hidup

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Output IBM SPSS 25

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, hasil Adjusted R Square yang didapatkan adalah 0,518. Ini berarti variable terikat Keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variable bebas Gaya Hidup, Citra Merek, dan Atribut Product sebesar 51,8% sisanya 48,2% dijelaskan oleh variable diluar variable penelitian ini.

lain

4.4 Pembahasan hasil penelitian

- Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian, berdasarkan hasil penelitian membuktikan bahwa variable gaya hidup berpengaruh significant terhadap keputusan pembelian. Artinya H1 yang berbunyi “Ada Pengaruh significant Gaya Hidup Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Surabaya Timur” diterima. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Debora Kaharu yang berjudul “PENGARUH GAYA HIDUP, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUCT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA COSMIC”
- Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian, berdasarkan hasil penelitian membuktikan bahwa variable citra merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Artinya H2 yang berbunyi “Ada Pengaruh significant Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Surabaya Timur” ditolak. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Malonda Deisy yang berjudul “ANALISIS CITRA MEREK, HARGA PRODUCT DAN KUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE SAMSUNG PADA SELURUH GERAJ – GERAJ SELULER DI IT CENTER MANADO”
- Pengaruh variable Atribut Product terhadap variable Keputusan Pembelian hasil penelitian membuktikan bahwa variable atribut product berpengaruh significant terhadap Keputusan Pembelian. Artinya H3 yang berbunyi “Ada Pengaruh significant Atribut Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di

Surabaya Timur” diterima. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Alfian Nugraha yang berjudul “*CITRA MEREK, ATRIBUT PRODUCT, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*”

- Pada penelitian diatas, diketahui bahwa variable gaya hidup merupakan varabel yang paling dominan terhadap keputusan pembelian sedangkan variable citra merek merupakan variable yang tidak berpengaruh.

