

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Data

4.1.1 Karakteristik Profil Responden

Kuesioner berupa Google Form yang telah berhasil didapatkan dengan total 140 responden, kemudian peneliti menseleksi responden yang telah memenuhi kualifikasi hingga jumlah responden mencapai 140 yang telah ditetapkan dalam penelitian ini. Maka berikut ini disajikan karakteristik responden untuk masing-masing yang telah diterterakan dalam kuesioner penelitian:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4. 1 Data Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	46	32,9%
Perempuan	94	67,1%
Total	140	100,00

Sumber:Olahan Pribadi

Pada evidensi yang telah disajikan di atas memperlihatkan bahwa 140 responden untuk karakteristik jenis kelamin di dominasi oleh Perempuan dengan jumlah 94 atau 67,1% kemudian laki-laki dengan jumlah 46 atau 32,9% dari total keseluruhan responden.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Tabel 4. 2 Data Responden berdasarkan Umur

Umur	Frekuensi	Persentase
<18 tahun	9	6,4%
18-25 tahun	64	45,7%
26-35 tahun	27	19,3%
36-45 tahun	26	18,6%
> 45 tahun keatas	14	10%
Total	140	100,00

Sumber: Olahan Pribadi

Pada evidensi yang telah disajikan di atas diperoleh dari 140 responden untuk karakteristik umur didominasi oleh responden rentang umur 18 - 25 tahun dengan jumlah 64 atau 45,7%. kemudian secara berurutan dilanjutkan oleh 26-35 tahun dengan jumlah 27 atau 19,3% ,kurang dari 36- 45 tahun dengan jumlah 26 atau 18,6%. 45 tahun keatas dengan jumlah 14 atau 10 %. Dan terakhir <18tahun dengan jumlah 9 atau 6,4%.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4. 3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	51	36,4%
Wirausaha	35	25%
Karyawan	21	15%
Lainnya	33	23,6%
Total	140	100,00

Sumber: Olahan Pribadi

Pada data yang telah disajikan diatas menunjukkan bahwa dari 140 responden untuk karakteristik pekerjaan didominasi oleh responden pelajar/mahasiswa dengan jumlah 51 atau 33,6%, kemudian secara berurutan dilanjutkan oleh wirausaha dengan jumlah 35 atau 25%, lainnya dengan jumlah 33 atau 23,6%. Dan terakhir karyawan dengan jumlah 21 atau 15%.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Gaji

Tabel 4. 4 Data Responden Berdasarkan Gaji

Gaji	Frekuensi	Persentase
< Rp. 3.000.000	58	41,4%
Rp. 3.000.001 sd Rp 5.000.000	41	29,3%
Rp.5.000.001 sd Rp 8.000.000	23	16,4%
Rp.8.000.001 sd 10.000.000	9	6,4%
> Rp.10.000.000	9	6,4%
Total	140	100,00

Sumber: Olahan pribadi

Pada data yang telah disajikan diatas menunjukkan bahwa dari 112 responden untuk karakteristik gaji didominasi dengan gaji < Rp. 3.000.000 dengan jumlah 58 atau 41,4%, kemudian secara berurutan dilanjutkan oleh Rp. 3.000.001 sd Rp.5.000.000 dengan jumlah 41 atau 29,3%, Rp 5.000.001 sd Rp. 8.000.000 dengan jumlah 23 atau 16,4%, Rp > 8.000.001 sd 10.000.000 dan > Rp. 10.000.000 dengan jumlah 9 atau 6,4%.

4.1.2 Data Jawaban Responden

Berikut disajikan data terkait jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan yang diberikan dalam kuesioner penelitian,dengan maksud untuk memperlihatkan dan menganalisis frekuensi penilaian berdasarkan skala *likert* dari 1 hingga 5. Diantaranya yaitu:

1. Jawaban atas Variabel Kualitas Produk

Tabel 4. 5 Data Responden berdasarkan jawaban Kualitas Produk

P	STS		T S		R R		S		SS		Tota IF	Total %
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		

X1.1	7	5	7	5	25	17,9	46	36,2	55	39,5	140	100
X1.2	5	3,6	9	6,4	22	15,7	47	33,6	57	40,7	140	100
X1.3	6	4,3	9	6,4	24	17,1	47	33,6	54	38,6	140	100
X1.4	5	3,6	8	5,7	28	20	43	30,7	56	40	140	100
X1.5	6	4,3	9	6,4	26	18,6	40	28,6	59	42,1	140	100

Sumber: Olahan pribadi

Data yang telah disajikan diatas memuat tanggapan frekuensi dan persentase atas jawaban yang diberikan berdasarkan variabel Kualitas Produk. Data jawaban tersebut dapat di interpretasikan sebagai berikut:

- A. Pertanyaan X.1.1: Apakah variasi produk di smartphne iphone sangat menarik. Hasil tersebut dapat dikatakan bahwa mayoritas memilih sangat setuju sebanyak 55 atau 39,5%. Sedangkan jawaban terendah yaitu sangat tidak setuju dan tidak setuju sebanyak 7 atau 5 %.
- B. Pertanyaan X1.2: Apakah Anda merasa bahwa kinerja baterai pada iPhone Anda memadai untuk penggunaan sehari-hari?. Hasil tersebut dapat dikatakan bahwa mayoritas memilih sangat setuju sebanyak 57 atau 40,7%. Sedangkan jawaban terendah yaitu Sangat Tidak Setuju sebanyak 5 atau 3,6%.
- C. Pertanyaan X.1.3: Apakah Kualitas Produk sesuai dengan spesifikasi produk smartphone iphone. Hasil tersebut dikatakan bahwa mayoritas memilih Sangat Setuju sebanyak 54 atau 38,6%. Sedangkan jawaban terendah yaitu Sangat Tidak Setuju sebanyak 6 atau 4,3 %.
- D. Pertanyaan X.1.4: Tampilan Kemasan Produk smartphone iphone sangat minimalis. Hasil tersebut dikatakan bahwa mayoritas memilih Sangat Setuju sebanyak 56 atau 40%. Sedangkan jawaban terendah yaitu Tidak setuju sebanyak 5 atau 3,6%.
- E. Pertanyaan X.1.5: Apakah smartphone iphone lebih baik dibanding dengan smartphone lainnya. Hasil tersebut dikatakan bahwa mayoritas memilih Sangat Setuju sebanyak 59 atau 42,1%. Sedangkan jawaban terendah yaitu Sangat Tidak Setuju sebanyak 6 atau 4,3%.

2. Jawaban Atas Variabel Harga

Tabel 4. 6 Data Responden Berdasarkan Jawaban Harga

P	STS		TS		RR		S		SS		TotalF	Total %
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
X2.1	6	4,3	10	7,1	23	16,4	42	30	59	42,1	140	100
X2.2	6	4,3	6	4,3	27	19,3	45	32,1	56	40	140	100
X2.3	4	2,1	8	5,7	27	19,3	41	29,3	60	42,9	140	100
X2.4	6	4,3	8	5,7	23	16,4	45	32,1	58	41,4	140	100
X2.5	7	5	6	4,3	25	17,9	47	33,6	55	39,3	140	100

Sumber: Olahan Pribadi

Data yang telah disajikan diatas memuat tanggapan frekuensi dan persentase atas jawaban yang diberikan berdasarkan variabel Harga. Data jawaban tersebut dapat di interpretasikan sebagai berikut:

- A. Pertanyaan X2.1: Apakah Smartphone iphone harganya terjangkau dibanding smartphone lainnya. Hasil tersebut dikatakan bahwa mayoritas memilih Sangat Setuju sebanyak 59 atau 42,1%. Sedangkan jawaban terendah yaitu Sangat Tidak Setuju sebanyak 6 atau 4,3%.
- B. Pertanyaan X2.2: Apakah kesesuaian harga smartphone iphone sesuai dengan kualitasnya. Hasil tersebut dikatakan bahwa mayoritas memilih Sangat Setuju sebanyak 56 atau 40%. Sedangkan jawaban terendah yaitu Sangat Tidak Setuju sebanyak 6 atau 4,3%.
- C. Pertanyaan X2.3: Menurut anda Harga iphone lebih murah dibanding smartphone lainnya. Hasil tersebut dikatakan bahwa mayoritas memilih Sangat Setuju sebanyak 60 atau 42,9%. Sedangkan jawaban terendah yaitu Sangat Tidak Setuju sebanyak 4 atau 2,1%.
- D. Pertanyaan X2.4: Sejauh mana Anda percaya bahwa keunggulan fitur dan kinerja iPhone sepadan dengan harga yang dimintakan?. Hasil tersebut dikatakan bahwa mayoritas memilih Sangat Setuju sebanyak 58 atau 41,4%. Sedangkan jawaban terendah yaitu Sangat Tidak Setuju sebanyak 6 atau 4,3%.
- E. Pertanyaan X2.5: Bagaimana Perubahan harga smartphone iphone dari waktu ke waktu mempengaruhi keputusan anda dalam membeli produk tersebut. Hasil tersebut dikatakan bahwa mayoritas memilih Sangat Setuju dengan total 55 atau 39,3 %. Sedangkan jawaban terendah yaitu Tidak Setuju sebanyak 6 atau 4,3%.

3. Jawaban atas Variabel Keputusan Pembelian

Tabel 4. 7 Data Responden berdasarkan Jawaban Keputusan Pembelian

P	STS		T S		RR		S		SS		Total F	Total %
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Y1	5	3,6	8	5,7	26	18,6	45	32,1	56	49	140	100
Y2	6	4,3	6	4,3	30	21,4	45	32,1	53	37,9	140	100
Y3	6	4,3	7	5	29	20,7	43	30,7	55	39,3	140	100
Y4	7	5	9	6,4	26	18,6	46	32,9	52	37,1	140	100

Sumber: Olahan Pribadi

Data yang telah disajikan diatas memuat tanggapan frekuensi dan persentase atas jawaban yang diberikan berdasarkan variabel Keputusan Pembelian. Data jawaban tersebut dapat di interpretasikan sebagai berikut:

- A. Pertanyaan X3.1: Apakah Anda cenderung mempertimbangkan faktor-faktor kemandirian produk saat memutuskan untuk memperbarui atau mengganti model iPhone Anda yang lama. Hasil tersebut dikatakan bahwa mayoritas memilih Sangat Setuju sebanyak 56 atau 49%. Sedangkan jawaban terendah yaitu Sangat Tidak Setuju dengan jumlah 5 atau 3,6%.
- B. Pertanyaan X3.2: Apakah Anda cenderung mempertimbangkan untuk membeli model iPhone terbaru ketika diluncurkan, atau Anda lebih suka menunggu beberapa bulan setelah peluncuran. Hasil tersebut dikatakan bahwa mayoritas memilih Sangat Setuju dengan skor 53 atau 37,9%. Sedangkan jawaban terendah yaitu Sangat Tidak Setuju dan Tidak Setuju dengan skor 6 atau 4,3%.
- C. Pertanyaan X3.3: Apakah Anda sering mendengar rekomendasi dari teman, keluarga, atau rekan kerja tentang produk iPhone, dan sejauh mana rekomendasi ini memengaruhi keputusan Anda. Hasil tersebut dikatakan bahwa mayoritas memilih Sangat Setuju dengan skor 55 atau 39,3%. Sedangkan jawaban terendah yaitu Sangat Tidak Setuju dengan skor 6 atau 4,3%.

D. Pertanyaan X3.4: Apakah Anda merasa bahwa iPhone terbaru menawarkan fitur atau peningkatan yang signifikan yang membuatnya layak untuk membelinya lagi. Hasil tersebut dikatakan bahwa mayoritas memilih Sangat Setuju dengan skor 52 atau 37,1%. Sedangkan jawaban terendah yaitu Sangat Tidak Setuju dengan skor 7 atau 5%.

4.2 Hasil Uji Validitas dan Realiabilitas

4.2.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas diaplikasikan dengan tujuan untuk mengetahui apakah evidensi berupa butir-butir pertanyaan telah presisi atau valid. product moment pearson, terlebih dahulu menentukan r tabel untuk menjadikan patokan dari r hitung dalam uji tersebut. Menurut (Priyatno, 2017) rumus dalam menentukan r tabel ialah df (Degree of Freedom) = n (jumlah responden) - 2, dengan signifikansi 0,05. Sampel penelitian ini berjumlah 140 sehingga $(df) = 140 - 2 = 138$, maka dalam r tabel dengan signifikansi 0,05 hasil yang di dapat yaitu 0,166. Berikut ini disajikan hasil uji validitas berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang telah di isi oleh responden.

1. Variabel Kualitas Produk (X1)

Tabel 4. 8 Hasil Pengujian Validitas pada Kualitas Produk

Item	R hitung	R tabel	Keterangan
KP1	0,900	0.166	VALID
KP2	0,878	0.166	VALID
KP3	0,902	0.166	VALID
KP4	0,890	0.166	VALID
KP5	0,901	0.166	VALID

Sumber: Olah data SPSS

Berdasarkan data yang telah disajikan di atas, dapat dikatakan bahwa seluruh pertanyaan yang disebar terkait variabel bebas pertama adalah valid karena keseluruhan dari masing-masing pertanyaan memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel.

2. Variabel Harga (X2)

Tabel 4. 9 Hasil pengujian Validitas pada Harga

Item	Rhitung	Rtabel	Keterangan
H1	0,914	0.166	VALID
H2	0,893	0.166	VALID
H3	0,909	0.166	VALID
H4	0,898	0.166	VALID
H5	0,902	0.166	VALID

Sumber: Olah data SPSS

Berdasarkan data yang telah disajikan di atas, dapat dikatakan bahwa seluruh pertanyaan yang disebar terkait variabel bebas kedua adalah valid karena keseluruhan dari masing-masing pertanyaan memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel.

3. Variabel Keputusan Pembelian

Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Validitas pada Keputusan Pembelian

Item	Rhitung	Rtabel	Keterangan
KP1	0,921	0.166	VALID
KP2	0,919	0.166	VALID
KP3	0,922	0.166	VALID
KP4	0,916	0.166	VALID

Sumber: Olah data SPSS

Berdasarkan data yang telah disajikan di atas, dapat dikatakan bahwa seluruh pertanyaan yang disebar terkait variabel terikat adalah valid keseluruhan dari masing-masing pertanyaan memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel.

4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Indikasi suatu variabel atau konstruk dapat diukur dengan menggunakan uji reliabilitas. Cronbach Alpha digunakan untuk menilai uji reliabilitas, yang termasuk dalam software SPSS 16.0. Jika nilai Cronbach Alpha lebih dari 0,5 pengujian reliabilitas dianggap valid.(Putri, 2019). Maka hasil dalam uji reliabilitas dalam penelitian ini disajikan berikut;

Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Reliabilitas

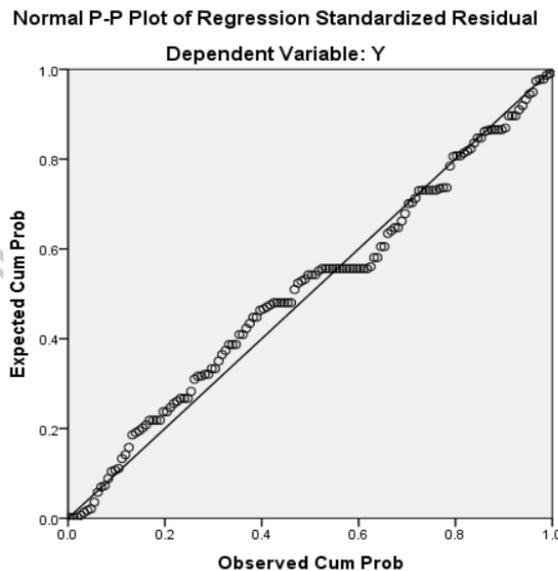
Pengukuran	N (Jumlah)	Conbrac h's Alpha	Kriteria Conbranch's Alpa	Ket.
Kualitas Produk	5	0,937	0,50	Realibel
Harga	5	0,944	0,50	Realibel
Keputusan Pembelian	4	0,939	0,50	Realibel

Berdasarkan data yang telah disajikan di atas dapat dikatakan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini bernilai di atas 0,6 maka variabel ini dikatakan reliabel atau konsisten dan layak untuk diaplikasikan sebagai alat ukur penelitian.

4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik

4.3.1 Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas diaplikasikan untuk mengetahui apakah dalam evidensi penelitian tersebut memiliki data yang terdistribusi normal. Model regresi yang tepat ialah data tersebar mengikuti garis diagonal dalam grafik normal p-plot (Priyatno, 2017).



Gambar 4. 1 Normal Probability Plot

Sumber: Olah data SPSS

Berdasarkan grafik p-plot yang disajikan pada evidensi diatas maka dalam penelitian ini dapat dikatakan bahwa evidensi telah berhasil dalam pengujian normalitas hal ini dikarenakan nilai residualnya yang tersebar mengikuti garis diagonal.

Adapun untuk memperkuat keabsahan hasil uji normalitas, peneliti menguji kembali dengan menggunakan metode Uji One Sample Kolmogorov Smirnov. Uji ini bertujuan sama yaitu memperlihatkan data residual dapat terdistribusi normal atau tidak. Pengambilan keputusannya yaitu bila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data tersebut terdistribusi normal (Priyatno, 2017). Berikut disajikan data hasil dari uji ini.

Tabel 4. 12 Hasil Pengujian One Sample Kolmogorov Smirnov

		Unstandardized Residual
N		140
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.08087631
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.068
	Negative	-.070
Test Statistic		.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.087 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Olah data SPSS

Berdasarkan hasil data yang telah disajikan diatas terlihat bahwa nilai sig sebesar 0,87 lebih besar dari 0,05. Sehingga diartikan bahwa penelitian berdasarkan Uji One Sample Kolmogorov Smirnov menyatakan bahwa data tersebar secara normal.

4.3.2 Hasil Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas diaplikasikan untuk menguji ada atau tidaknya hubungan variabel bebas nya dalam model penelitian. Model regresi yang tepat ialah antara variabel bebasnya tidak memiliki hubungan. Penentuannya bila nilai tolerance besar dari 0,10 dan VIF kecil dari 10 maka tidak ada multikolinieritas diantara variabel bebasnya (Riyanto & Hatmawan, 2020). Berikut ini disajikan hasil data Uji Multikolinieritas

Tabel 4. 13 hasil Pengujian Multikolinieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B		Correlations			Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	.037	.380		.098	.922	-.713	.788						
	X1	.534	.066	.652	8.115	.000	.404	.664	.960	.570	.183	.079	12.634	
	X2	.258	.065	.321	3.997	.000	.130	.386	.947	.323	.090	.079	12.634	

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Olah data SPSS

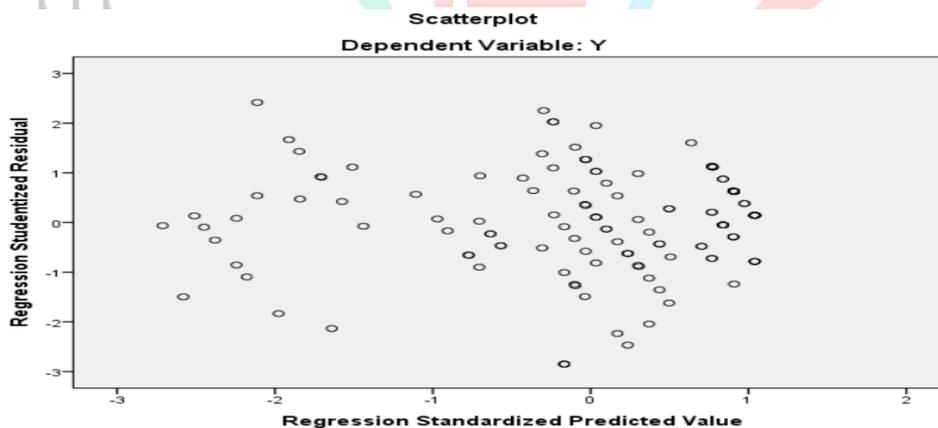
Berdasarkan data yang disajikan di atas dapat dilihat masing-masing variabel yaitu:

- 1) Kualitas Produk dengan nilai tolerance 0,79 lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF 12.634 lebih kecil dari 10.
- 2) Harga dengan nilai tolerance 0,79 lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF 12.634 lebih kecil dari nilai 10.

Dengan data yang telah dijabarkan diatas maka dapat dikatakan bahwa dalam penelitian ini, antara variabel bebas tidak terjadi multikolinieritas karena data telah memenuhi persyaratan uji ini.

4.3.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas diaplikasikan untuk mengetahui variabel residual memiliki data yang yang berbeda dengan pengamatan lainnya. Pada uji ini, variabel residual harus bebas dari heterokedastisitas yang bisa dilihat pada Scatterplot. Dalam penentuannya yaitu persebaran varian error kecil kemudian melebar dan membesar, melebar kemudian mengecil dan melebar kemudian mengecil maka dapat dikatakan tidak normal dan terjadi heterokedastitas (Soentoro, 2015). Berikut ini disajikan hasil uji heterokedastisitas melalui Scatterplot.



Gambar 4. 2 Hasil uji Heterokedastitas

Sumber: Olah data SPSS

Berdasarkan data yang disajikan dalam Scatterplot diatas diketahui bahwa titik-titik data tersebut menyebar baik di atas maupun di bawah angka 0, kemudian data tidak tersebar dalam satu titik tertentu saja dan tidak memiliki pola seperti yang telah ditetapkan dalam persyaratan uji

heterokedastisitas, sehingga dapat dikatakan bahwa tidak adanya gejala heterokedastisitas.

4.4 Hasil Uji Hipotesis

4.4.1 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi r diaplikasikan untuk menguji seberapa besarnya variabel terikat dipengaruhi oleh variabel bebas. Nilai koefisien determinasi berada diantara 0 hingga 1, semakin nilai mendekati 0 maka variabel bebas tidak mampu mempengaruhi variabel terikat sebaliknya jika nilai mendekati 1 maka variabel bebas mampu mempengaruhi variabel terikatnya (Riyanto & Hatmawan, 2020). Berikut ini disajikan data hasil uji koefisien determinasi r :

Tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi R

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.964 ^a	.930	.929	1.089

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Olah data SPSS

Berdasarkan data yang disajikan diatas, dapat dinilai bahwa nilai R^2 adalah 0,930 ini berarti sebanyak 93,0% variabel bebas yaitu Kualitas Produk dan Harga memberi informasi atau mempengaruhi variabel terkait Keputusan Pembelian. Sedangkan 7% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

4.4.2 Uji Statistik T

Uji t diaplikasikan untuk menguji seberapa besar masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikatnya. Dalam mengetahui uji t dengan melakukan perbandingan t hitung dengan t tabel pada tingkat $\alpha = 0,05$. Apabila variabel tersebut memiliki pengaruh signifikan maka hasil t hitung harus lebih besar dari t tabel dan signifikansi harus lebih kecil dari 0,05 (Riyanto & Hatmawan, 2020). Berikut disajikan hasil uji t untuk masing-masing setiap variabel :

Tabel 4. 15 Hasil Pengujian Uji Statistik T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.037	.380		.098	.922
	X1	.534	.066	.652	8.115	.000
	X2	.258	.065	.321	3.997	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Olah data SPSS

1. Uji variabel Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian, berdasarkan tabel diatas disimpulkan bahwa nilai sig sebesar ,000 <0,05 dan memiliki t hitung sebesar 8,115. Maka disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan Ho ditolak dan Ha diterima.
2. Uji variabel Harga terhadap Keputusan pembelian, berdasarkan tabel diatas bahwa nilai sig sebesar .000 <005 dan memiliki t hitung sebesar 3,997. Maka disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan Ho ditolak dan Ha diterima.

4.4.3 Hasil Uji Statistik F

Uji F digunakan untuk mengevaluasi apakah faktor-faktor independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen secara simultan (bersama-sama). Hal ini menandakan bahwa variabel independen dan dependen memiliki pengaruh yang cukup besar satu sama lain ketika nilai signifikansinya kurang dari 0,05 (Purnomo, 2018).

Tabel 4. 16 Hasil Pengujian Uji Statistik F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2157.857	2	1078.929	910.220	.000 ^b
	Residual	162.393	137	1.185		
	Total	2320.250	139			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Olah data SPSS

Dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor Kualitas Produk, Harga secara bersamaan mempengaruhi Keputusan pembelian karena nilai F yang

dihitung adalah 910.220, dan Tingkat signifikansinya adalah 0,000 yang kurang dari 0,05.

4.5 Pembahasan

4.5.1 Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian

Hipotesis ini terkait Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian smartphone iPhone di Tangerang Selatan yaitu memiliki pengaruh parsial terhadap Keputusan Pembelian Smartphone iPhone. Berdasarkan evidensi yang telah diperoleh dan diolah oleh data SPSS dalam uji T (Parsial), maka hasil yang didapat bahwa nilai sig sebesar $,000 < 0,05$ dan memiliki T hitung sebesar $8,115 > 1,656$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama yaitu Kualitas Produk memiliki pengaruh parsial positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil dalam penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Selfia & Intan, 2023), (yogi,dkk., 2023) dan (diah, 2019).

Reaksi responden terhadap kualitas produk sangat positif.

Performa produk smartphone iPhone sebanding dengan harga pembelian Anda. Ke depannya, Apple berencana memberikan pengembangan produk, inovasi, dan layanan selama pelanggan menanggung biaya tertentu dan tidak menyesali pembeliannya. Ini dianggap sebagai hal yang luar biasa karena smartphone iPhone selalu menerima pembaruan perangkat lunak lebih cepat dibandingkan smartphone lainnya. Menurut penelitian yang dilakukan (Deisy, Lopian & Mandagie, 2018), mendefinisikan kualitas suatu produk merupakan faktor penting yang membantu suatu produk bersaing dengan produk lainnya. Jika suatu produk mempunyai kualitas yang tinggi, tentu akan meningkatkan keputusan untuk membelinya. Pelanggan merasa baterai dan software-nya bagus. Dan iPhone menciptakan inovasi baru menggunakan perangkat lunak dan material ponsel pintar iPhone yang canggih. iPhone tidak murah, maksudnya irit, merk iPhone terbuat dari bahan yang awet karena tahan lama dan tahan air, dan aksesoris yang disediakan untuk smartphone iPhone tidak tahan lama, terbuat dari bahan yang tahan lama dan memiliki masa pakai. tidak kurang dari 4 tahun. Oleh karena itu, banyak pengguna yang beralih ke ponsel merek lain.

4.5.2 Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian

Hipotesis ini terkait Harga terhadap Keputusan Pembelian smartphone iPhone di Tangerang Selatan yaitu memiliki pengaruh parsial terhadap Keputusan Pembelian Smartphone iPhone. Berdasarkan evidensi yang telah diperoleh dan diolah oleh data SPSS dalam uji t (Parsial), maka hasil yang didapat bahwa nilai sig sebesar 0,000 < 0,05 dan memiliki t hitung sebesar 3,997 > 1,656. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama yaitu Kualitas Produk memiliki pengaruh parsial positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil dalam penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Doni & Kiki, 2023), (Nurul, dkk., 2023) dan (widiyanti, 2023).

Reaksi responden mengenai harga sangat positif. Berdasarkan spesifikasi smartphone iPhone sesuai dengan harga yang ditawarkan, sehingga responden membeli smartphone iPhone meskipun harganya lebih tinggi. Oleh karena itu, Apple terus mengembangkan produk smartphone iPhone dengan menggunakan perangkat baru dan material yang lebih baik untuk menjaga kualitas dan percaya bahwa produk tersebut layak untuk ditawarkan meski dengan harga yang cukup tinggi. Menurut (Maulidyyah et al, 2023), harga merupakan faktor penting dalam proses jual beli karena harga merupakan nilai yang ditukarkan konsumen dengan menggunakan suatu produk atau jasa.

Apple perlu memikirkan segmen pasar kelas menengah karena sebagian pihak menilai harga smartphone iPhone terlalu mahal untuk sebagian kalangan. Oleh karena itu, harga aksesoris bermerek iPhone mungkin terjangkau, namun tidak sesuai dengan kualitas beberapa di antaranya, karena ada pula yang cepat rusak, dan hal ini harus dilakukan, masalah dengan segera untuk mencegah pelanggan dan pengguna beralih ke merek lain.

4.5.3 Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian

Hipotesis ini terkait Kualitas Produk dan Harga Smartphone iPhone di Tangerang Selatan yaitu memiliki pengaruh simultan. Keputusan Pembelian. Berdasarkan evidensi yang telah diperoleh dan diolah menggunakan SPSS dalam Uji F (simultan), maka berdasarkan hasil yang didapat bahwa nilai F hitung 910,220 lebih besar dari F tabel 3,066 dan sig 0,000 lebih kecil

idari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga yaitu H₀ ditolak dan H_a diterima yang diartikan secara simultan positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian serta penelitian ini sejalan dengan (Ridho, 2020). Tanggapan mengenai kualitas produk dan harga dinilai baik oleh responden. Pelanggan smartphone iPhone saat ini merasa puas dengan pembelian mereka dan menilainya sebagai "Bagus". Menurut Schiffman dan Kanuk (2019), pengertian kualitas produk adalah pentingnya kualitas produk dalam mempengaruhi reputasi suatu perusahaan. Hal ini dikarenakan menghasilkan produk yang berkualitas juga mempengaruhi nama baik perusahaan dan reputasinya di mata masyarakat umum sebagai konsumen ketika membeli produk. Menurut (Adji & Euis, 2024), pengertian harga sekarang merupakan kombinasi harga dari strategi dan taktik, seperti tingkat harga, struktur diskon, syarat pembayaran, dan tingkat diskriminasi harga antar kelompok pelanggan yang berbeda. Apple perlu menjaga kualitas produknya dan mengembangkan segmen pasar baru untuk kelas menengah agar produk smartphone iPhone-nya dapat digunakan oleh semua kalangan. Meski sebagian orang menganggap harga iPhone mahal, namun para pelanggan iPhone sangat bangga membeli dan memiliki smartphone iPhone karena kualitas produknya bagus dan elegan terutama jika dikaitkan dengan harga yang ditawarkan. Pelanggan akhirnya berani memberikan saran kepada Apple, dan Apple menyediakan saluran dimana kritik dan saran dapat diterima di website resmi Apple, media sosial, dan email.