

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Berdasarkan data dari 97 responden mahasiswa FEBI UIN Raden Fatah Palembang, menggunakan pertanyaan dengan Kuisisioner didapatkan bahwa berdasarkan jenis kelamin, umur, Angkatan dan Jurusan . Dalam penggolongan ini dilakukan suatu responden dalam penelitian ini bahwa yang bertujuan untuk mengetahui secara jelas mengenai kategori responden sebagai objek penelitian.

1. Hasil Karakteristik Responden

Berdasarkan suatu hasil data kuisisioner responden dengan suatu frekuensi diketahui hasil gambaran yang pada kuisisioner karakteristik responden yang akan menjadi sampel dalam penelitian ini yaitu : berdasarkan jenis kelamin, umur, Angkatan, dan jurusan. Hasil Pengolahan data ini dengan uji Frekuensi tersebut dilakukan peneliti dapat kita lihat pada table-table dibawah ini :

Tabel 4.1

Hasil Uji Frekuensi Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	
1.	Laki-laki	28	27,16%
2.	Perempuan	69	66,93%
Jumlah		97	100,0%

Sumber : *Data primer yang diolah, 2023*

Berdasarkan Tabel 4.1 diatas adalah hasil uji frekuensi data responden menunjukkan bahwa karakteristik responden yang berdasarkan jenis kelamin dalam peristiwa ini didominasi oleh responden dengan jenis kelamin Perempuan yaitu sebanyak 69 orang responden Mahasiswa/I Febi Uin Raden Fatah Palembang , karena menurut data dilapangan penyebaran kuisioner dilakukan peneliti di ruangan administrasi prodi dilantai 1 biasanya dilakukan mahasiswi untuk seperti Legalisir, Transkrip Nilai, Tanda tangan dosen dan bahkan menjadi ruang tunggu mahasiswa untuk bimbingan dengan dosen dari keseluruhan total yang menjadi sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 97 orang responden.

Tabel 4.2

Hasil Uji Frekuensi Berdasarkan Umur Responden

No	Umur (Tahun)	Frekuensi (Orang)	Persentase
1.	19-20 tahun	17	15,5%
2.	21-22 tahun	66	64,02%
3.	23-24 tahun	14	12,7%
4.	25 tahun ke atas	0	100%
Jumlah		97	100,0%

Sumber : *Data Primer yang diolah, 2023*

Berdasarkan tabel 4.2 diatas adalah hasil uji frekuensi menunjukkan untuk karakteristik responden suatu berdasarkan Umur Responden yaitu : dengan Umur 19-20 tahun memiliki frekuensi sebanyak 17 orang, dengan Umur 21-22 Tahun 66 orang, dengan umur 23-24 tahun sebanyak 14 orang, dan umur 25 tahun keatas memiliki frekuensi sebanyak 0. Dapat kita simpulkan bahwa suatu karakteristik responden berdasarkan umur penelitian didominasi oleh responden ber umur 21-22 tahun yaitu sebanyak 66 responden , karena

menurut data dilapangan penyebaran kuisisioner dilakukan peneliti di ruangan administrasi prodi dilantai 1 biasanya dilakukan mahasiswa untuk seperti Legalisir, Transkrip Nilai, Tanda tangan dosen dan bahkan menjadi ruang tunggu mahasiswa untuk bimbingan dengan dosen.

Tabel 4.3
Hasil Uji Frekuensi Berdasarkan Angkatan

No	Angkatan	Frekuensi (Orang)	Persentase
1	2019	83	80,51%
2	2020	5	4,5%
3	2021	7	6,4%
4	2022	2	1,8%
Jumlah		97	100,0%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.3 adalah hasil uji frekuensi menunjukkan bahwa karakteristik responden yang berdasarkan Angkatan Mahasiswa/I FEBI UIN Raden Fatah Palembang memiliki frekuensi tahun 2019 sebanyak 83 orang, tahun 2020 memiliki frekuensi sebanyak 5 orang, pada tahun 2021 memiliki frekuensi sebanyak 7 orang ,dan pada tahun 2022 memiliki frekuensi sebanyak 2 orang. Dapat Disimpulkan bahwa karakteristik responden dalam penelitian ini yang didominasi oleh responden adalah Mahasiswa/I FEBI Angkatan 2019, karena menurut data dilapangan penyebaran kuisisioner dilakukan peneliti di ruangan administrasi Fakultas dilantai 1 biasanya dilakukan mahasiswa untuk seperti Legalisir, Transkrip

Nilai, Tanda tangan dosen dan bahkan menjadi ruang tunggu mahasiswa untuk bimbingan dengan dosen.

Tabel 4.4

Hasil Uji Frekuensi Berdasarkan Jurusan Mahasiswa/I FEBI

No	Jurusan	Frekuensi (Orang)	Persentase
1	Ekonomi Syariah	51	49,47%
2	Perbankan Syariah	29	26,6%
3	Manajemen Zakat dan wakaf	17	16,49%
Jumlah		97	100,0%

Sumber : *Data primer yang diolah,2023*

Berdasarkan tabel 4.4 adalah hasil uji frekuensi jurusan yang menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan Angkatan Mahasiswa/I FEBI UIN Raden Fatah Palembang memiliki frekuensi sebanyak 51 orang dengan jurusan Ekonomi Syariah, Jurusan Perbankan Syariah dengan Frekuensi sebanyak 29 orang, pada Jurusan Manajemen Zakat memiliki frekuensi sebanyak 17 orang , Dapat Disimpulkan bahwa karakteristik responden dalam penelitian ini yang didominasi oleh responden dengan Jurusan Ekonomi Syariah Pada Mahasiswa/I FEBI UIN Raden Fatah Palembang , karena menurut data dilapangan penyebaran kuisisioner dilakukan peneliti di ruangan administrasi prodi dilantai 1 biasanya dilakukan mahasiswa untuk seperti Legalisir, Transkip Nilai, Tanda tangan dosen dan bahkan menjadi ruang tunggu mahasiswa untuk bimbingan dengan dosen.

B. Hasil Analisis Data

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji Validitas adalah Uji Validitas digunakan untuk melihat kelayakan dari tiap-tiap pertanyaan dalam kuesioner telah valid atau tidak. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan yang ada pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur melalui kuesioner tersebut. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Pengujian ini dilakukan dengan signifikan level 0,05 ($\alpha = 5\%$). Adapun kriteria validitas yaitu:

a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pernyataan kuesioner dinyatakan valid. b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pernyataan kuesioner tidak valid. Uji validitas yang dilakukan dengan r table dengan tingkat 5% yaitu 0,1689 jadi nilai r hitung harus lebih besar dari r table 0,1689 agar instrument tersebut bisa dinyatakan valid. Untuk lebih paham dapat dilihat dari hasil uji validitas berikut.

Tabel 4.5

Hasil Uji Validitas Variabel

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Hasil Validitas
X.1 Fitur Produk	X1.1	0,558	0,1689	VALID
	X1.2	0,691	0,1689	VALID
	X1.3	0,657	0,1689	VALID
	X1.4	0,594	0,1689	VALID
	X1.5	0,719	0,1689	VALID
	X1.6	0,714	0,1689	VALID
	X1.7	0,701	0,1689	VALID
	X1.8	0,760	0,1689	VALID
	X1.9	0,701	0,1689	VALID

	X1.10	0,565	0,1689	VALID
	X1.11	0,536	0,1689	VALID
	X1.12	0,730	0,1689	VALID
	X1.13	0,648	0,1689	VALID
X.2 Harga	X2.1	0,703	0,1689	VALID
	X2.2	0,732	0,1689	VALID
	X2.3	0,817	0,1689	VALID
	X2.4	0,811	0,1689	VALID
	X2.5	0,815	0,1689	VALID
	X2.6	0,799	0,1689	VALID
	X2.7	0,768	0,1689	VALID
	X2.8	0,796	0,1689	VALID
	X2.9	0,768	0,1689	VALID
Y Keputusan Pembelian	Y.1	0,718	0,1689	VALID
	Y.2	0,741	0,1689	VALID
	Y.3	0,772	0,1689	VALID
	Y.4	0,727	0,1689	VALID
	Y.5	0,683	0,1689	VALID
	Y.6	0,689	0,1689	VALID
	Y.7	0,537	0,1689	VALID
	Y.8	0,682	0,1689	VALID
	Y.9	0,750	0,1689	VALID
	Y.10	0,788	0,1689	VALID
	Y.11	0,556	0,1689	VALID
	Y.12	0,652	0,1689	VALID

Sumber: Data primer yang diolah , 2023

B. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas instrument dapat dilihat dari besarnya nilai *Cronbach alpha* pada masing-masing variabel. Kriteria yang digunakan yaitu Teknik Cronbach alpha > 0,06. Sehingga apabila diperoleh nilai *Cronbach alpha* lebih besar dari 0,06 maka dapat dinyatakan Reliabel.

Tabel 4.6

Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Jumlah Item pertanyaan	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Fitur Produk (X1)	13	0,905	Reliabel
Harga (X2)	9	0,922	Reliabel
Keputusan Pembelian (X3)	12	0,908	Reliabel

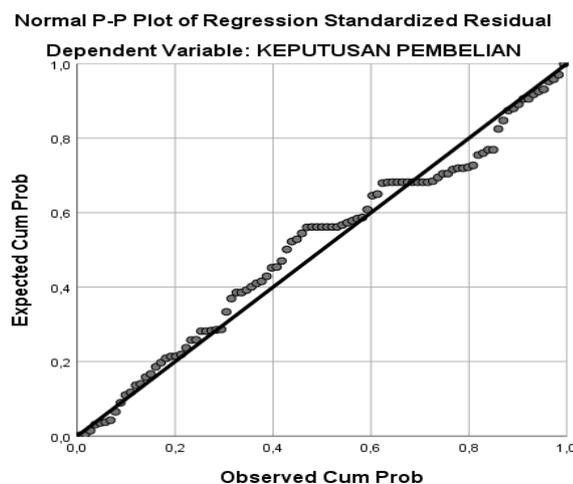
Sumber : *Data Primer yang diolah, 2023*

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa seluruh variabel memiliki Cronbach alpha $> 0,6$. Dengan demikian, Variabel Fitur produk, Harga, dan keputusan pembelian dapat dikatakan reliabel dan instrument yang diajukan dalam penelitian ini layak dijadikan pengumpulan data.

C. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk mengetahui data terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan melihat data grafik normal P-P yang apabila varian plot menyebar dan mendekati garis lurus, maka data variabel dependen dan independen dapat dikatakan memiliki kecenderungan berdistribusi normal. Apabila data yang menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal menunjukkan data tidak berdistribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 4.1 Uji Normalitas

Sumber: Data Primer yang diolah,2023

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa normal P-P Plot menunjukkan data menyebar di sekitar garis diagonal mengikuti arah garis diagonal, yang artinya dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolonieritas digunakan untuk melihat kolerasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier. Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas dapat dilihat dari nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Suatu model mengalami multikolinieritas apabila nilai *tolerance* <0,10 atau nilai VIF >10, sebaliknya tidak terjadi gejala multikolinieritas apabila *tolerance* >10 atau VIF <10.

Tabel 4.7

Uji Multikolinieritas

Model		Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Tolerance	VIF	
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.		
1	(Constant)	3,524	2,721		1,295	,198		
	FITUR PRODUK	,343	,071	,366	4,853	,000	,458	2,181
	HARGA	,727	,097	,564	7,480	,000	,458	2,181

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

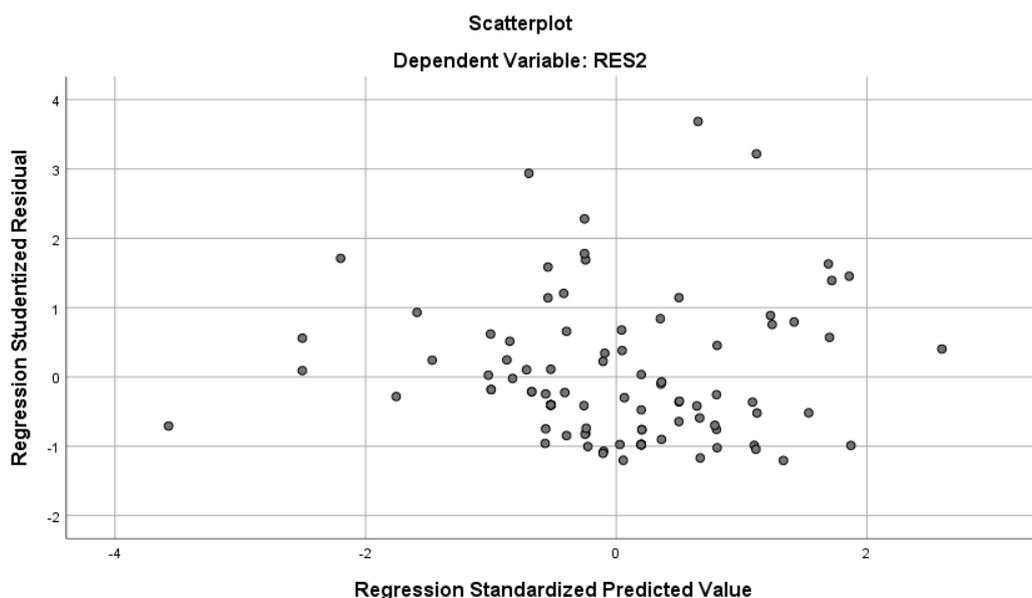
Sumber : *Data Primer yang diolah, 2023*

Berdasarkan tabel diatas ,dapat dilihat bahwa nilai Tolerance pada variabel Fitur Produk dan Harga sama sama $0,458 > 0,10$ dan Nilai VIF sebesar $2,181 < 10$, sehingga dari kedua variabel tersebut dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Apabila varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas, dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadinya heteroskedastisitas.

Gambar 4.2
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Gambar 4.2 Uji Heterokedastisitas

Sumber : *Data Primer yang diolah, 2023*

Berdasarkan gambar diatas, dapat dilihat bahwa Scatterplot menyebar secara acak dan teratur dengan baik diatas , samping ataupun dibawah angka nol sumbu regression studentized residual.

Maka berdasarkan uji heteroskedastisitas menggunakan metode analisis grafik pada model regresi yang terbentuk dinyatakan homokedastisitas atau tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4. Uji Linieritas

Linieritas adalah untuk mengathui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan untuk sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linier. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan Test For Linearity pada tarv signifikan 0,05. Korelasi yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linier antara variabel independent (X) dengan Variabel Dependen (Y). Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila nilai signifikasi (kurang dari 0,005

Tabel 4.8
Uji Linieritas Variabel Fitur Produk terhadap Keputusan pembelian
ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEPUTUSAN PEMBELIAN (y) * FITUR PRODUK (X1)	Between Groups	(Combined) Linearity	2844,863	23	123,690	9,076	,000
		Linearity	2339,985	1	2339,985	171,696	,000
		Deviation from Linearity	504,878	22	22,949	1,684	,051
	Within Groups		994,889	73	13,629		
	Total		3839,753	96			

Sumber : *Data Primer yang diolah,2023*

Berdasarkan tabel variabel yang diatas Fitur Produk (X1) dan Keputusan Pembelian (Y) memiliki hubungan yang linier dilihat dari hasil nilai Deviation From Linearity sebesar $0,051 > 0,05$ yang artinya terdapat hubungan yang linier antara variabel Fitur Produk dengan Keputusan Pembelian

Tabel 4.9

Uji Linieritas Variabel Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Sumber : *Data primer yang diolah,2023*

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEPUTUSAN PEMBELIAN (y) * HARGA (X2)	Between Groups	(Combined)	2977,401	18	165,411	14,961	,000
		Linearity	2664,136	1	2664,136	240,972	,000
		Deviation from Linearity	313,264	17	18,427	1,667	,068
	Within Groups		862,352	78	11,056		
	Total		3839,753	96			

Berdasarkan tabel diatas variabel harga (X2) dan Keputusan Pembelian (Y) memiliki hubungan yang linier dilihat dari hasil nilai Deviation From Linearity sebesar $0,68 > 0,05$ yang dapat dikatakan bahwa variabel harga mempunyai hubungan secara linier dengan variabel keputusan pembelian.

3. Uji Hipotesis

a. Uji T (Pengujian secara parsial)

Uji T digunakan untuk mengetahui kemampuan masing – masing variabel independent dengan variabel dependen yang dilakukan secara parsial atau individu. Jika nilai $t_{hitung} >$ maka variabel bebas (X) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y) begitupun sebaliknya. Jika nilai $Sig < 0,05$ maka variabel bebas (X) berpengaruh terhadap variabel terikat (Y), begitupun sebaliknya T_{tabel} ditentukan dengan derajat

kebebasan df (df) $n-k$ atau $97-2=95$ (n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel). Dengan pengujian 2 arah dan tingkat signifikansi 0,05, maka hasil diperoleh dari t_{tabel} adalah 1,996

Tabel 4.10
Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	3,575	2,692		1,328	,187
	FITUR PRODUK (X1)	,363	,073	,387	4,986	,000
	HARGA (X2)	,696	,100	,540	6,960	,000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN(Y)

Sumber : *Data Primer yang diolah, 2023*

Berdasarkan table uji t diatas, maka diperoleh hasil analisis sebagai berikut:

a. Pengaruh Fitur Produk terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan hasil uji t, variabel Fitur Produk memperoleh nilai t sebesar $4,986 > 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar $0,000 < 1,689$ dengan nilai signifikansi 0,00 Maka dapat disimpulkan bahwa uji t menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh Fitur produk terhadap keputusan pembelian (Y) adalah $0,00 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} $4,986 >$ nilai $t_{tabel} < 1,689$ untuk taraf nyata sebesar 5% atau 0,05 yaitu $df = n-k$ adalah $df = 97-3$ maka $df = 94$ yaitu nilai t_{tabel} sebesar 1,689 maka Artinya terdapat pengaruh fitur produk terhadap keputusan pembelian.

b. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji t, variabel Fitur Produk memperoleh nilai sebesar $6,960 > 0,05$ dan nilai t_{hitung} sebesar $<1,689$. Maka dapat disimpulkan bahwa uji t menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian (Y) adalah $0,00 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} $6,960 >$ nilai $t_{tabel} < 1,689$ untuk taraf nyata sebesar 5% atau 0,05 yaitu $df = n - k$ adalah $df = 97 - 3$ maka $df = 94$ yaitu nilai t_{tabel} sebesar 1,689 maka Artinya terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.

B. Uji F (Pengujian secara simultan)

Uji F sering disebut sebagai uji simultan, untuk menguji apakah variabel bebas (X) secara Bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat (Y) dengan tingkat signifikansi 0,05 (5%). Jika $f_{hitung} >$ nilai f_{tabel} pada uji ini adalah sebesar

Uji F sering disebut sebagai uji simultan, untuk menguji apakah variabel bebas (X) secara Bersama- sama berpengaruh terhadap variabel terikat (Y) dengan tingkat signifikansi 0,05 (5%). Jika $f_{hitung} >$ nilai f_{tabel} maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara Bersama- sama berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat. Nilai f_{tabel} pada uji ini adalah sebesar 0,1689.

Tabel 4.11
Uji F (Simultan)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2910,044	2	1455,022	147,113	,000 ^b
	Residual	929,709	94	9,891		
	Total	3839,753	96			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN(Y)

b. Predictors: (Constant), FITUR PRODUK (X1), HARGA (X2)

Sumber : *Data Primer yang diolah , 2023*

Berdasarkan hasil uji F diatas diketahui bahwa nilai f_{hitung} lebih besar dari nilai f_{tabel} (147,113). Dilihat dari hasil uji tersebut, dapat disimpulkan bahwa variabel Fitur produk (X1) dan Harga(X2) jika diuji secara Bersama-sama atau serempak berpengaruh terhadap keputusan pembelian Smartphone Oppo (Y) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Uin Raden Fatah Palembang.

C. Uji koefisien determinasi (R Square)

Koefisien determinasi (adjust R^2) berfungsi untuk melihat sejauh mana keseluruhan variabel independent dapat menjelaskan variabel dependen. Apabila angka koefisien determinasi semakin mendekati 1, maka pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen adalah semakin kuat, yang berarti variabel- variabel independent memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen. Sedangkan nilai koefisien determinasi (adjust R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel dependen adalah terbatas

Tabel 4.12
Hasil uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,871 ^a	,758	,753	3,145

a. Predictors: (Constant), FITUR PRODUK (X1), HARGA (X2)

Sumber : *data primer yang di olah, 2023*

Berdasarkan table diatas , hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai korelasi (R) sebesar 0,753 atau 75,3%. Jadi dapat disimpulkan besarnya pengaruh variabel fitur produk dan harga sebesar 75,3%.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel independent terhadap variabel dependen. Hasil dari penggunaan analisis regresi linier berganda dapat digunakan untuk memutuskan naik atau menurunnya nilai dari variabel dependen yang dipengaruhi oleh variabel independent. Analisis ini menggunakan rumus $Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$. Hasil analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada table dibawah ini:

Tabel 4.13
Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	3,575	2,692		1,328	,187
	FITUR PRODUK (X1)	,363	,073	,387	4,986	,000
	HARGA (X2)	,696	,100	,540	6,960	,000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN(Y)

Sumber : *Data Primer yang diolah, 2023*

Berdasarkan table analisis regresi linier berganda diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

$$Y=3,575+0,363 X_1 + 0,696 X_2 + 2,692$$

Hasil persamaan regresi linier berganda diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Nilai konstansta (a) sebesar 3,575 artinya apabila variabel Fitur produk dan harga bernilai 0, maka keputusan pembelian yaitu sebesar 3,575
- b. Koefisien regresi variabel fitur produk sebesar 0,363. Artinya setiap kenaikan variabel fitur produk (X1)maka keputusan pembelian mengalami peningkatan
- c. Koefisien regresi variabel harga (X2) sebesar 0,696 artinya setiap kenaikan variabel harga , maka keputusan pembelian mengalami peningkatan
- d. Dengan standar error sebesar 2,692

D. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian secara parsial dengan menggunakan uji t variabel fitur produk terdapat pengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan variabel harga juga terdapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dan ketika dianalisis menggunakan uji F, Variabel fitur produk dan harga secara Bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Adapun hasil pengujian antara variabel independent dengan variabel dependen dianalisis dalam pembahasan sebagai berikut :

1. Pengaruh Fitur Produk terhadap keputusan pembelian Smartphone Oppo

Fitur adalah unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Fitur produk dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli suatu produk, karena fitur produk melekat erat pada suatu produk dan seringkali digunakan oleh konsumen sebagai dasar dan pertimbangan untuk memutuskan membeli atau tidak suatu barang atau jasa yang ditawarkan. Pada Theory of Planned Behavior (TPB) ini dijelaskan bahwa individu akan berperilaku disebabkan oleh niat untuk melakukannya.⁷² Niat ini diramalkan oleh 3 faktor, yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan control berperilaku yang dirasakan. “Teori Ajzen tentang sikap terhadap perilaku mengacu pada derajat mana seseorang memiliki penilaian evaluasi melakukan suatu perilaku. Kontrol berperilaku yang dirasakan adalah

⁷² M. Ridwan, dkk, Ekonomi Pengantar Mikro dan Makro Islam, (Bandung, Citapustaka Media, 2013), h. 71

kontrol kepercayaan yang mencakup persepsi individu tentang kepemilikan keterampilan. Seseorang berkemungkinan besar akan melakukan sebuah perilaku jika ia memiliki tanggapan positif pada perilaku tersebut atau terhadap produk yang diniatkannya. Afirmasi dari orang yang berpengaruh padanya serta kepercayaan diri dapat melakukan dengan sesuai.

Berdasarkan hasil pengujian, diketahui bahwa secara parsial fitur produk berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan bahwa variabel fitur produk memiliki nilai signifikansi $0,00 < 0,05$ maka dapat dikatakan signifikan. Pada tabel di atas diketahui bahwa t_{hitung} sebesar $4,986 > 1,689$ dari nilai t_{tabel} . Dari hasil analisis tersebut dapat diinterpretasikan bahwa Fitur produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya oleh Nadir Alamsyah, Hutami Permita Sari, Novia Alistriwahyuni, Widya Amrita, yang menyatakan bahwa fitur produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

2. Pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian Smartphone Oppo

Harga adalah nilai suatu benda yang diukur dengan uang, jumlah uang atau alat tukar lain yang senilai, yang harus dibayarkan atau dikeluarkan untuk membeli produk atau jasa, pada waktu tertentu dan di pasar tertentu.⁷³

Teori ini termasuk ke dalam Theory Of Planned Behavior yang dapat digunakan untuk menggambarkan setiap perilaku apapun yang memerlukan

⁷³ Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), hlm. 388.

perencanaan. Kaitannya dalam penelitian ini yang membahas keputusan pembelian pada produk Smartphone Oppo, Theory of Planned Behavior dapat digunakan untuk memprediksi apakah seseorang memutuskan melakukan pembelian berdasarkan keinginan atau kebutuhan.⁷⁴

Berdasarkan hasil pengujian diketahui secara parsial variabel harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan pada hasil dari uji t bahwa variabel harga memiliki nilai significance 0,00 karena nilai $< 0,05$ maka dapat dikatakan signifikan. Pada table diatas $t_{hitung} 6,690 > 1,689 t_{tabel}$. Berarti Dari hasil analisis tersebut dapat di interpretasikan bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Smartphone Oppo.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh hasil penelitian sebelumnya oleh Nadiya & Wahyuningsih, Andrean et al, Rozi&Khuzaini, Zulkarnaen Akhmad Ghozali, yang menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

⁷⁴ Mahyarni, "Theory of Reasoned Action dan Theory of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku)," Jurnal El-Riyasah, Vol.4, No.1, 2013, 19.