

BAB IV PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data Penelitian

Hijab Elzatta dirikan oleh Elidawati pada tahun 2012, dimana Elidawati mengawali karirnya dengan bergabung pada bisnis hijab temannya kemudian memutuskan keluar dan membangun *brand* hijab sendiri. Elzatta mulai berdiri dengan 17 pekerja saja, sehingga saat ini telah memiliki lebih dari 500 orang karyawan. Elzatta lebih fokus menjual kerudung hijab yang mengambil bahan dan di produksi di Turki tersebut memiliki motif warna cerah dan bahan yang lembut. Meski 70 persen memproduksi jilbab, namun 30 persen nya tetap ada koleksi busana muslim.¹

Sebagai fashion hijab perempuan Indonesia koleksi Elzatta juga diwarnai dengan motif yang diinspirasi oleh motif tradisional dari berbagai daerah di Indonesia, dengan menggunakan bahan nyaman dan desain pilihan. Elzatta mampu merebut pangsa pasar dengan cukup signifikan, terbukti dengan Elzatta terus melakukan perubahan toko atau yang disebut dengan galeri hijab Elzatta di pelosok negeri. Jumlah toko Elzatta kini mencapai 250 toko yang tersebar diseluruh Indonesia.²

¹ <https://elzatta.com> (diakses tanggal 31 maret 2020 pukul 07: 19)

² *Ibid*

B. Karakteristik Responden

1. Data Responden Berdasarkan Umur

Data reponden berdasarkan umur dibagi menjadi beberapa bagian, yaitu:

- a. 17-22 Tahun
- b. 23-29 Tahun
- c. >30 Tahun

Deskripsi berdasarkan umur responden dapat dilihat pada tabel 4.1 dibawah ini:

Tabel 4.1
Berdasarkan Umur Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid >30	19	18.1	18.1	18.1
17-22	48	45.7	45.7	63.8
23-29	38	36.2	36.2	100.0
Total	105	100.0	100.0	

Sumber: Output SPSS 22, 2020 (Data diolah kembali)

Berdasarkan Tabel 4.1 diatas menjelaskan bahwa reponden berumur 17-22 tahun sebanyak 48 orang, selanjutnya responden berumur 23-29 tahun sebanyak 38 orang, dan responden berumur >30 tahun sebanyak 19. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pelanggan hijab Elzatta di kota Palembang lebih banyak berumur 17-23 tahun.

2. Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

Data responden berdasarkan pekerjaan dibagi menjadi empat bagian, yaitu:

- a. Pelajar/Mahasiswa
- b. Karyawan/Swasta

- c. PNS
- d. Lainnya

Deskripsi berdasarkan pekerjaan responden dapat dilihat pada tabel 4.2 dibawah ini:

Tabel 4.2
Berdasarkan Pekerjaan Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Karyawan/Swasta	49	46.7	46.7	46.7
Lainnya	7	6.7	6.7	53.3
Pelajar/Mahasiswa	38	36.2	36.2	89.5
PNS	11	10.5	10.5	100.0
Total	105	100.0	100.0	

Sumber: Output SPSS 22, 2020 (data diolah kembali)

Berdasarkan Tabel 4.2 diatas menunjukkan bahwa pekerjaan responden Karyawan/Swasta sebanyak 49 orang, selanjutnya Pelajar/Mahasiswa sebanyak 38 orang, PNS sebanyak 11 orang, dan Lainnya 7 orang. hal ini dapat disimpulkan bahwa pelanggan hijab Elzatta di kota Palembang banyak dari kalangan Karyawan/Swasta.

C. Uji Instrumen Penelitian

Dalam melakukan pengujian validitas dan reliabilitas instrumen, pada penelitian ini penulis menggunakan analisis dengan SPSS, berikut adalah hasil pengujiannya:

1. Uji validitas

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan r hitung dengan nilai r table yang dimana $df = n-2$, n merupakan jumlah sampel penelitian dengan nilai alpha

0,05. Jika nilai r hitung $>$ dari pada nilai r table, maka dapat dikatakan valid, dan sebaliknya jika nilai r hitung $<$ dari pada nilai r tabel maka dapat dikatakan tidak valid. Pada penelitian ini besarnya df dapat dihitung yaitu $n = 105$ jadi $df = 61-2$, $df = 103$, dengan α 0,05 di dapat dari r tabel 0,1614. Jika r hitung pada tiap butir pernyataan yang dapat dilihat pada kolom *corrected item- total correlation* lebih besar maka setiap pernyataan tersebut dapat dinyatakan valid.

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	Corrected Item- Total Correlation	R tabel	Keterangan
Keputusan Pembelian	Pernyataan 1	0,544	0,1614	Valid
	Pernyataan 2	0,551	0,1614	Valid
	Pernyataan 3	0,628	0,1614	Valid
	Pernyataan 4	0,661	0,1614	Valid
	Pernyataan 5	0,691	0,1614	Valid
	Pernyataan 6	0,524	0,1614	Valid
	Pernyataan 7	0,549	0,1614	Valid
	Pernyataan 8	0,526	0,1614	Valid
	Pernyataan 9	0,411	0,1614	Valid
	Pernyaatan 10	0,420	0,1614	Valid
Harga	Pernyataan 1	0,725	0,1614	Valid
	Pernyataan 2	0,725	0,1614	Valid
	Pernyataan 3	0,686	0,1614	Valid
	Pernyataan 4	0,607	0,1614	Valid
Gaya Hidup	Pernyataan 1	0,542	0,1614	Valid
	Pernyataan 2	0,492	0,1614	Valid
	Pernyataan 3	0,500	0,1614	Valid
	Pernyataan 4	0,584	0,1614	Valid
	Pernyataan 5	0,568	0,1614	Valid
	Pernyataan 6	0,431	0,1614	Valid
	Pernyataan 7	0,437	0,1614	Valid
	Pernyataan 8	0,649	0,1614	Valid
	Pernyataan 9	0,475	0,1614	Valid
Kepercayaan	Pernyataan 1	0,662	0,1614	Valid

Merek	Pernyataan 2	0,731	0,1614	Valid
	Pernyataan 3	0,782	0,1614	Valid
	Pernyataan 4	0,635	0,1614	Valid

Sumber : Output SPSS 22, 2020 (Data Diolah Kembali)

2. Uji Reabilitas

Uji reabilitas dapat dilihat dari besar kecilnya nilai *cronbach alpha* dari masing-masing variabel. Nilai *cronbach alpha* digunakan untuk mengetahui reliabilitas konsisten interitem atau menguji kekonsistenan responden dalam merespon seluruh item pernyataan. Selain itu instrument ini digunakan untuk mengukur masing-masing variabel, data dinyatakan reabel jika nilai *cornbach alpha* lebih besar dari 0,60.

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai Alpha	Keterangan
Keputusan pembelian (Y)	0,850	0,60	Reabel
Harga (X ₁)	0,848	0,60	Reabel
Gaya Hidup (X ₂)	0,817	0,60	Reabel
Kepercayaan Merek (X ₃)	0,856	0,60	Reabel

Sumber : Output SPSS 22, 2020 (Data Diolah Kembali)

D. Teknik Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilihat dari besarnya nilai *Asymp.Sig. (2-tailed)* > 0,05 hal tersebut dapat dinyatakan bahwa residual menyebar dengan normal atau sebaliknya jika nilai *Asymp.Sig.(2-tailde)* < 0,05 data yang menyebar tidak normal. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisa *Kolmogrof-Smornov* (K-S) yaitu sebagai beriku:

Tabel 4.5
Uji Normalitas

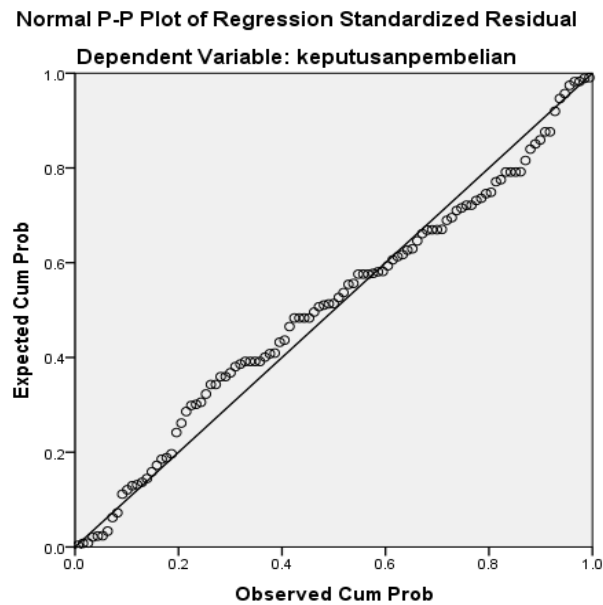
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Standardized Residual
N		105
Normal Parameters ^{a,b}		
	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.98547138
Most Extreme Differences	Absolute	.084
	Positive	.071
	Negative	-.084
Test Statistic		.084
Asymp. Sig. (2-tailed)		.068 ^c

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

Sumber: Output SPSS 22, 2020 (data diolah kembali)

Gambar 4.1



Sumber: Output SPSS 22, 2020 (data diolah kembali)

Dari tabel 4.5 diatas dapat dilihat nilai *Asymp.Sig. (2-tailed)* $0,068 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data menyebar normal, dan dapat dilihat dari

gambar 4.1 bahwa titik-titik tersebar lurus searah mengikuti garis diagonal. Dengan demikian, residual data terdistribusi normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas ini perlu dilakukan untuk mengetahui model yang dibuktikan merupakan model linier atau tidak. Uji linieritas dapat dilihat dari tabel *Measure of Association*. Jika memiliki nilai $\eta > \eta^2$ maka model yang tepat yaitu linier. Sedangkan dari anova tabel, model linier jika $Sig. < 0,50$.

Tabel 4.6
Uji Linieritas Harga

ANOVA Tabel

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan pembelian * harga	817.179	10	81.718	4.226	.000
Between Groups	584.417	1	584.417	30.222	.000
Linearity					
Deviation from Linearity	232.762	9	25.862	1.337	.228
Within Groups	1817.735	94	19.338		
Total	2634.914	104			

Sumber: Output SPSS 22, 2020 (data diolah kembali)

Tabel 4.7
Uji Linieritas
Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Keputusan pembelian * harga	.471	.222	.557	.310

Sumber: Output SPSS 22, 2020 (data diolah kembali)

Dari tabel 4.6 diatas diperoleh nilai *Sig.* 0,000. Hal ini akan dibandingkan dengan 0,05 (menggunakan taraf signifikan 5%) maka dapat menggunakan kriteria pengujian yakni sebagai berikut:

- 1) Jika nilai *sig.* < 0,05 maka H_0 ditolak
- 2) Jika nilai *sig.* > 0,05 maka H_0 Diterima

Nilai *sig.* 0,000 < 0,05 maka H_0 ditolak artinya terdapat hubungan yang linear antara harga terhadap keputusan pembelian. Karena nilai 0,000 jauh lebih kecil dibandingkan 0,05 maka model regresi ini dapat digunakan untuk memprediksi tingkat harga terhadap keputusan pembelian. Selain itu dapat dilihat dari *Anova table* uji linearitas juga bisa dilihat dari tabel *Measures of Association* dengan membandingkan nilai Eta dan *Eta Squared*. Apabila nilai Eta > *Eta Squared* maka model regresi dapat dikatakan linier. Dilihat dari table 4.7 diatas bahwa nilai Eta 0,557 > *Eta Squared* 0,310 hal ini menyatakan bahwa terdapat hubungan yang linier antara harga terhadap keputusan pembelian.

Tabel 4.8
Uji Linieritas Gaya hidup

ANOVA Tabel

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan pembelian * gaya hidup	Between Groups	(Combined) Linearity	1126.342	17	66.255	3.821	.000
		Deviation from Linearity	595.146	1	595.146	34.322	.000
			531.762	16	33.200	1.915	.029
Within Groups			1508.572	87	17.340		
Total			2634.914	104			

Sumber: Output 22, 2020 (data diolah kembali)

Tabel 4.9
Uji Linieritas

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Keputusan pembelian * gaya hidup	.475	.226	.654	.427

Sumber: Output 22, 2020 (data diolah kembali)

Dari tabel 4.8 diatas diperoleh nilai *Sig.* 0,000. Hal ini akan dibandingkan dengan 0,05 (menggunakan taraf signifikan 5%) maka dapat menggunakan kriteria pengujian yakni sebagai berikut:

- 1) Jika nilai *sig.* < 0,05 maka H_0 ditolak
- 2) Jika nilai *sig.* > 0,05 maka H_0 Diterima

Nilai *sig.* 0,000 < 0,05 maka H_0 ditolak artinya terdapat hubungan yang linear antara gaya hidup terhadap keputusan pembelian. Karena nilai 0,000 jauh lebih kecil dibandingkan 0,05 maka model regresi ini dapat digunakan untuk memprediksi tingkat gaya hidup terhadap keputusan pembelian. Selain itu dapat dilihat dari *Anova tabel* uji linearitas juga bisa dilihat dari tabel *Measures of Association* dengan membandingkan nilai Eta dan *Eta Squared*. Apabila nilai Eta > *Eta Squared* maka model regresi dapat dikatakan linier. Dilihat dari table 4.9 diatas bahwa nilai Eta 0,654 > *Eta Squared* 0,427 hal ini menyatakan bahwa terdapat hubungan yang linier antara gaya hidup terhadap keputusan pembelian.

Tabel 4.10
Uji Linieritas Kepercayaan Merek

ANOVA Table			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan pembelian * kepercayaan merek	Between Groups	(Combined)	743.782	10	74.378	3.697	.000
		Linearity	556.227	1	556.227	27.648	.000
		Deviation from Linearity	187.555	9	20.839	1.036	.418
	Within Groups		1891.133	94	20.118		
Total			2634.914	104			

Sumber: Output SPSS 22, 2020 (data diolah kembali)

Tabel 4.11
Uji Linieritas

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
keputusan pembelian * kepercayaan merek	.459	.211	.531	.282

Sumber: Output SPSS 22, 2020 (data diolah kembali)

Dari tabel 4.10 diatas diperoleh nilai *Sig.* 0,000. Hal ini akan dibandingkan dengan 0,05 (menggunakan taraf signifikan 5%) maka dapat menggunakan kriteria pengujian yakni sebagai berikut:

- 1) Jika nilai *sig.* < 0,05 maka H_0 ditolak
- 2) Jika nilai *sig.* > 0,05 maka H_0 Diterima

Nilai *sig.* 0,000 < 0,05 maka H_0 ditolak artinya terdapat hubungan yang linear antara kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian. Karena nilai 0,000 jauh lebih kecil dibandingkan 0,05 maka model regresi ini dapat digunakan untuk memprediksi tingkat kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian. Selain itu dapat dilihat dari *Anova tabel* uji linearitas juga bisa dilihat dari tabel

Measures of Association dengan membandingkan nilai Eta dan *Eta Squared*. Apabila nilai $\text{Eta} > \text{Eta Squared}$ maka model regresi dapat dikatakan linier. Dilihat dari table 4.11 diatas bahwa nilai $\text{Eta } 0,531 > \text{Eta Squared } 0,282$ hal ini menyatakan bahwa terdapat hubungan yang linier antara kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian.

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen, jika terjadinya korelasi, maka dapat dikatakan terdapat masalah multikolinieritas. Nilai yang biasanya dipakai dalam menunjukkan adanya multikolinieritas adalah $< 0,10$ atau sama dengan $\text{VIF} > 10$.

Tabel 4.12
Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	14.414	3.642		3.958	.000		
Harga	.487	.196	.247	2.484	.015	.667	1.499
Gaya hidup	.256	.123	.216	2.075	.040	.611	1.637
Kepercayaan Merek	.548	.213	.247	2.570	.012	.718	1.392

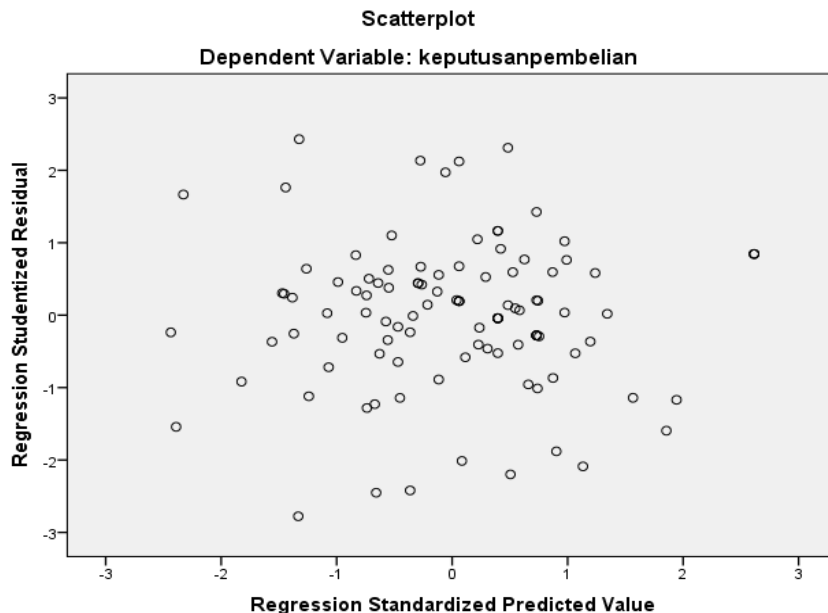
a. Dependent Variable: keputusan pembelian
Sumber: Output SPSS 22, 2020 (data diolah kembali)

Dari Table 4.6 dapat dilihat bahwa pada kolom *tolerance* dan VIF. Hasil pada kolom *tolerance* ketiga variabel independen harga (X1) 0,667, gaya hidup (X2) 0,611 dan kepercayaan merek (X3) 0,718. Nilai tersebut menunjukkan $> 0,10$. Sedangkan nilai VIF dari masing-masing variabel independen harga (X1) 1,499, gaya hidup (X2) 1,637 dan kepercayaan merek (X3) 1,392 menunjukkan $< 10,00$. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antara variabel independen dalam model regresi.

d. Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas dapat dilihat dengan hasil uji SPSS pada gambar *scatterplot*, yaitu dengan memiliki ketentuan apabila pada gambar membentuk pola maka terjadinya heterokedastisitas. Dilihat dari gambar 4.2 dibawah ini:

Gambar 4.2



Sumber: Output SPSS 20, 2020 (data diolah kembali)

Hasil pengujian heterokedastisitas pada gambar 4.2 diatas, menunjukkan bahwa titik-titik tidak berebntuk pola tertentu, serta titik-titik tersebut tersebar diatas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. maka dapat disimpulkan tidak terjadi heterokedastisitas dalam model regresi.

2. Analisis Regresi Linier Bergada

Analisis regresi linier bergada ini dilakukan untuk mengetahui arah hubungan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif. Variabel independen harga (X1), gaya hidup (X2), kepercayaan merek (X3) terhadap variabel dependen keputusan pembelian (Y) dalam penelitian ini akan di uji dengan menggunakan SPSS 22, adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 4.13
Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	14.414	3.642		3.958	.000
Harga	.487	.196	.247	2.484	.015
Gayahidup	.256	.123	.216	2.075	.040
Kepercayaan merek	.548	.213	.247	2.570	.012

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

Sumber: Output SPSS 22, 2020 (data diolah kembali)

Dari hasil diatas dapat diketahui hubungan variabel independen dan variabel dependen yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 14,414 + 0,487 (X1) + 0,256 (X2) + 0,548 (X3) + e$$

Berdasarkan persamaan yang dihasilkan melalui regresi linear berganda, interpretasi yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 14,414 artinya jika harga (X1), gaya hidup (X2), dan kepercayaan merek (X3), nilainya adalah (0), maka keputusan pembelian (Y) nilainya 14,414.
- b. Koefisien regresi variabel harga (X1) sebesar 0,487 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan variabel harga (X1) mengalami kenaikan 1%, maka keputusan pembelian (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,487. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel harga (X1) terhadap variabel keputusan pembelian (Y).
- c. Koefisien regresi variabel gaya hidup (X2) sebesar 0,256 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan gaya hidup (X2) mengalami kenaikan 1%, maka keputusan pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 0,256. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel gaya hidup (X2) terhadap variabel keputusan pembelian (Y).
- d. Koefisien regresi variabel kepercayaan merek (X3) sebesar 0,548 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan kepercayaan merek (X3) mengalami kenaikan 1%, maka keputusan pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 0,548. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel kepercayaan merek (X3) terhadap keputusan pembelian (Y).

3. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikan Paramenter Individual (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Uji t dilakukan dengan melihat nilai t hitung dari masing-masing variabel independen, dan akan dibandingkan dengan t tabel sebesar 1,983.

Tabel 4.14
Uji Signifikan Paramenter Individual (Uji t)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	14.414	3.642		3.958	.000
Harga	.487	.196	.247	2.484	.015
Gaya hidup	.256	.123	.216	2.075	.040
Kepercayaan merek	.548	.213	.247	2.570	.012

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

Sumber: Output SPSS 22, 2020 (data diolah kembali)

Menentukan penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

H₀: Jika nilai signifikan > 0,05 maka hipotesis ditolak, artinya secara parsial variabel independen tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

H_a: Jika nilai signifikan < 0,05 maka hipotesis diterima, artinya secara parsial variabel independen memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Berdasarkan tabel 4.14 diatas, dapat disimpulkan hasil uji t yaitu:

- 1) Harga (X1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dari tabel 4.14 diatas dapat dilihat nilai t hitung sebesar 2,484 dengan nilai sig. 0,015. Hal ini menunjukkan nilai t hitung lebih besar dari pada t tabel, perbandingan nilai t hitung dan t tabel diperoleh hasil $2,484 > 1,983$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$. Sedangkan nilai signifikan yang diperoleh $0,015 < 0,05$. Hal tersebut menunjukkan tingkat signifikansi yang lebih kecil dari pada tingkat kesalahan. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Hipotesis 1 diterima yaitu, harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian hijab Elzatta di kota Palembang.
- 2) Gaya hidup (X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dari tabel 4.14 diatas dapat dilihat nilai t hitung sebesar 2,075 dengan sig. 0,040. Hal ini menunjukkan nilai t hitung lebih besar dari pada t tabel, perbandingan nilai t hitung dan t tabel diperoleh hasil $2,075 > 1,983$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$. Sedangkan nilai signifikan yang diperoleh $0,040 < 0,05$. Hal tersebut menunjukkan tingkat signifikansi yang lebih kecil dari pada tingkat kesalahan. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya gaya hidup berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Hipotesis 2 diterima yaitu, gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian hijab Elzatta di kota Palembang.
- 3) Kepercayaan merek (X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dari tabel 4.14 diatas dapat dilihat nilai t hitung sebesar 2,570 dengan sig. 0,012.

Hal ini menunjukkan nilai t hitung lebih besar dari pada t tabel, perbandingan nilai t hitung dan t tabel diperoleh hasil $2,570 > 1,983$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$. Sedangkan nilai signifikan yang diperoleh $0,012 < 0,05$. Hal tersebut menunjukkan tingkat signifikansi yang lebih kecil dari pada tingkat kesalahan. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya kepercayaan merek berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Hipotesis 3 diterima yaitu, kepercayaan merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian hijab Elzatta di kota Palembang.

b. Uji signifikan simultan (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). Tingkat signifikan menggunakan $\alpha = 5\%$ (signifikan 5% atau 0,05 adalah ukuran standar yang sering digunakan dalam penelitian). Dengan menggunakan tingkat keyakinan 95%, $\alpha = 5\%$, df_1 (jumlah variabel -1) = 2, dan df_2 (n-k-1). Uji ini dilakukan dengan membandingkan f hitung dan f tabel, jika f hitung > f tabel berarti secara simultan memiliki pengaruh, dan sebaliknya. Adapun uji f sebagai berikut:

Tabel 4.15
Uji signifikan simultan (Uji F)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	875.793	3	291.931	16.761	.000 ^b
	Residual	1759.122	101	17.417		
	Total	2634.914	104			

- a. Dependent Variable: keputusan pembelian
- b. Predictors: (Constant), harga, gaya hidup, dan kepercayaan merek

Sumber: Output SPSS 22, 2020 (data diolah kembali)

Besar nilai f tabel ditentukan dengan tingkat signifikan $\alpha = 0,05$, $df_1 = (3-1=2)$ dan $df_2 = (105-3= 102)$, sehingga diperoleh nilai t tabel sebesar 3,090. Berdasarkan tabel 4.15 diatas nilai f hitung 16,761 jadi nilai f hitung $>$ f tabel atau $16,761 > 3,090$ dengan signifikan $0,000 < 0,05$ sehingga hipotesis diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara harga, gaya hidup, dan kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis determinasi dalam regresi linier berganda digunakan mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Hasil koefisien determinasi (R^2) bisa dilihat dari nilai koefisien determinasinya yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.16
Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.577 ^a	.332	.313	4.173

- a. Predictors: (Constant), harga, gaya hidup, dan kepercayaan merek
- b. Dependent Variable: keputusan pembelian

Sumber: Output SPSS 22, 2020 (data diolah kembali)

Berdasarkan tabel 4.16 diatas nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,313 atau 31,3%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase pengaruh harga, gaya hidup, dan kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian pada hijab Elzatta di kota Palembang sebesar 31,3% sedangkan sisanya 69,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

E. Pembahasan hasil penelitian

Adapun tujuan penelitian ini yaitu, untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga, gaya hidup, dan kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian hijab Elzatta di kota Palembang. Pembahasan hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian hijab Elzatta di kota Palembang

Berdasarkan analisis data hasil uji t diatas diperoleh nilai t hitung sebesar 2,484 dengan signifikan 0,015. Hasil ini menunjukkan bahwa t hitung lebih besar dari t tabel dengan nilai t hitung 1,983 yang diperoleh hasil $2,484 > 1,983$ atau t hitung > t tabel. Sedangkan nilai signifikan diperoleh $0,015 < 0,05$, ini menunjukkan tingkat signifikan lebih kecil dari pada tingkat kesalahan. Maka hipotesis 1 diterima yaitu, harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian hijab Elzatta di kota Palembang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Daniel,dkk (2016) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.³ Dan penelitian Santri Zulaichs, dkk (2016) yang menyatakan bahwa harga

³ Daniel Tampi, dkk, *Lo. Cit*

berpengaruh terhadap keputusan pembelian.⁴ Sedangkan hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian Jilly B. Maney (2013) yang menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.⁵ Dan penelitian Murwatiningsih, dkk (2013) yang menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.⁶

Hal ini di perjelas oleh teori Phillip Kotler dan Armstrong yang menyatakan harga adalah jumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa. Secara lebih luas, harga adalah jumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.⁷ Hubungan antara harga dan keputusan pembelian memiliki pengaruh yang sangat erat. Harga seringkali menjadi pertimbangan dan faktor penentu bagi calon pembeli untuk melakukan pembelian, disamping faktor-faktor lain.

Harga adalah salah satu faktor yang mempengaruhi seseorang untuk mengambil keputusan pembelian. Hasil uji validitas dimana pertanyaan 1 dan 2 dengan indikator keterjangkauan harga dengan sub indikator harga produk terjangkau dan daya saing harga dengan sub indikator harga lebih murah dari pesaing, artinya konsumen memiliki nilai yang besar dari pada indikator lain, artinya konsumen yang berada di wilayah kota Palembang sudah mengakui bahwa harga produk hijab Elzatta terjangkau dan lebih murah daripada produk pesaing.

⁴ Santri Zulaicha, dkk, *Loc. Cit*

⁵ Jilly B. Mandey, *Loc. Cit*

⁶ Murwatiningsih, dkk, *Loc. Cit*

⁷ Suci, dkk, *Loc. Cit*

2. Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian hijab Elzatta di kota Palembang

Berdasarkan analisis data hasil uji t diatas diperoleh nilai t hitung sebesar 2,075 dengan signifikan 0,040. Hasil ini menunjukkan bahwa t hitung lebih besar dari t tabel dengan nilai t hitung 1,983 yang diperoleh hasil $2,075 > 1,983$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$. Sedangkan nilai signifikan diperoleh $0,040 < 0,05$, ini menunjukkan tingkat signifikan lebih kecil dari pada tingkat kesalahan. Maka hipotesis 2 diterima, gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian hijab Elzatta di kota Palembang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Pradana, dkk (2017) yang menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.⁸ Dan hasil penelitian D.Nata Wijaya, dkk (2018) yang menyatakan bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian.⁹ Sedangkan hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian Napitupulu (2014) yang menyatakan bahwa gaya hidup tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.¹⁰ Dan penelitian Rian Surendra (2013) yang menyatakan bahwa gaya hidup tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.¹¹

Hasil ini diperjelas oleh teori Setiadi yaitu, gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana seseorang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam

⁸ Mochammad ichrom Pradana, dkk, *Loc Cit*

⁹ D. Nata Wijaya, dkk, *Loc Cit*

¹⁰ Meireni Grace Posmauli Napitupulu, *Loc. Cit*

¹¹ Rian Surenda, *Loc. Cit*

lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang mereka sendiri dan juga dunia sekitarnya (pendapat).¹²

Gaya hidup memiliki peranan penting dalam proses pengambilan keputusan seseorang yang akhirnya menentukan pola konsumsi seseorang. Berdasarkan teori tersebut dalam penelitian ini variabel gaya hidup diukur melalui tiga indikator yaitu, aktivitas, minat, dan opini.

Pada bagian hasil uji validitas dimana pertanyaan 4 dan 8 memiliki nilai r hitung yang besar dengan indikator minat sub indikator keluarga dan indikator opini sub indikator pendidikan. Dimana di kota Palembang hijab Elzatta banyak disukai oleh konsumen dan keluarganya karena produk Elzatta sangat nyaman digunakan dan motifnya sesuai dengan gaya hidup masa kini. Saat ini juga penggunaan hijab telah banyak diterapkan di dunia pendidikan.

3. Pengaruh kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian hijab Elzatta di kota Palembang

Berdasarkan analisis data hasil uji t diatas diperoleh nilai t hitung sebesar 2,570 dengan signifikan 0,012. Hasil ini menunjukkan bahwa t hitung lebih besar dari t tabel dengan nilai t hitung 1,983 yang diperoleh hasil $2,570 > 1,983$ atau t hitung $>$ t tabel. Sedangkan nilai signifikan diperoleh $0,012 < 0,05$, ini menunjukkan tingkat signifikan lebih kecil dari pada tingkat kesalahan. Maka hipotesis 3 diterima, kepercayaan merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian hijab Elzatta di kota Palembang.

¹² Nugroho J. setiadi, *Loc. Cit*

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Ferdian Adi & I Made Bagus (2017) menyatakan bahwa kepercayaan merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.¹³ Dan penelitian Adrian Julio & Zeplin Jiwa Husada (2017) menyatakan bahwa kepercayaan merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.¹⁴ Sedangkan hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Risna Nofianti (2014) menyatakan bahwa kepercayaan merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.¹⁵

Hasil ini di perjelas oleh teori Menurut Delgado, kepercayaan merek adalah harapan akan kehandalan dan intensi merek, karena kepercayaan merek merefleksikan dua hal yakni kehandalan merek dan intensionalitas.¹⁶

Variabel kepercayaan merek di ukur melalui dua indikator menurut Delgado, kepercayaan merek adalah harapan akan kehandalan dan intensi merek, karena kepercayaan merek merefleksikan dua hal yakni kehandalan merek dan intensionalitas.¹⁷

Hasil uji validitas dimana pertanyaan ke 2 dan 3 memiliki nilai r hitung yang besar dengan indikator kehandalan merek sub indikator nilai merek dan intensionalitas sub indikator keamanan merek, artinya konsumen di kota Palembang percayaan bahwa produk hijab memiliki nilai merek yang tinggi sesuai dengan kualitas produknya dan konsumen juga percaya bahwa hijab Elzatta aman untuk digunakan.

¹³ Ferdian adi & I Made Bagus, *Loc. Cit*

¹⁴ Ardian & Zeplin, *Loc. Cit*

¹⁵ Risna Nofianti, *Loc. Cit*

¹⁶ Ananang Firmansyah, *Loc. Cit*, hlm 142

¹⁷ *Ibid* hlm 142

4. Pengaruh harga, gaya hidup, dan kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian hijab Elzatta di kota Palembang

Berdasarkan hasil uji f atau uji simultan analisis data yang diketahui bahwa harga, gaya hidup, dan kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian hijab Elzatta di kota Palembang secara simultan dengan hasil nilai f hitung 16,761 jadi nilai f hitung > f tabel atau $16,761 > 3,090$ dengan signifikan $0,000 < 0,05$. Artinya peningkatan harga, gaya hidup, dan kepercayaan merek secara bersama-sama akan diikuti oleh keputusan pembelian hijab Elzatta di kota Palembang.