

TABEL 4. 9 PENGARUH VARIABEL BEBAS SECARA PARSIAL

Coefficients^a

Model	Standardized Coefficients	Correlations			
		Beta	Zero-order	Partial	Part
1 (Constant)					
Harga	,330	,602	,627		,307
Kualitas Produk	,752	,872	,878		,701

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Berdasarkan hasil analisis data table di atas, dapat dijelaskan hasil uji t sebagai berikut:

1. Pengaruh variabel harga (X_1) terhadap keputusan pembelian produk laptop merek ASUS pada mahasiswa Telkom University (Y)

$$\begin{aligned} \text{Beta x Zero Order} &= 0,330 \times 0,602 \\ &= 0,19866 \\ &= 19,87\% \end{aligned}$$

2. Pengaruh variabel kualitas produk (X_1) terhadap keputusan pembelian produk laptop merek ASUS pada mahasiswa Telkom University (Y).

$$\begin{aligned} \text{Beta x Zero Order} &= 0,752 \times 0,872 \\ &= 0,655744 \\ &= 65,57\% \end{aligned}$$

B. Uji F

Uji F bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh simultan (bersama-sama) yang diberikan variable bebas (X) terhadap variable terkait (Y). Langkah-langkah dapat dilakukan dalam pengujian ini berdasarkan derajat signifikansi 95%, dan α : 0,05. Pengaruh variabel dependen diuji dengan tingkat kepercayaan 5% dan derajat kebebasan (*Degree Of Freedom*), $Dk=(k;n-k-1)$ dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel. Hasil uji F dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

TABEL 4. 10 HASIL UJI F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	425,302	2	212,651	283,737	,000 ^b
	Residual	72,698	97	,749		
	Total	498,000	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
 b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa besarnya $F_{hitung} = 283,737 > F_{tabel} = 2,696$ dengan tingkat signifikansi $F = 0,000 < \alpha = 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk laptop merek ASUS pada mahasiswa Telkom University.

4.4.5 Koefisien Determinasi (R²)

Nilai koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengukur besarnya sumbangan dari variabel yang diteliti secara simultan terhadap variabel terikat. Besarnya proporsi/persentase sumbangan ini disebut koefisien determinasi berganda, dengan symbol R². Kriteria pengujian determinasi berganda sebagai berikut:

1. Jika *Adjusted R²* mendekati 1, berarti ada pengaruh yang kuat antara variabel bebas dengan variabel terikat
2. Jika *Adjusted R²* mendekati 0, berarti ada pengaruh yang lemah atau tidak ada pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat
3. Jika *Adjusted R²* sama dengan 1, berarti terdapat pengaruh yang sempurna antara variabel bebas dengan variabel terikat

Untuk nilai hasil uji koefisien determinasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

TABEL 4. 11 HASIL UJI KOEFISIEN DETERMINASI BERGANDA

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.924 ^a	.854	.851	.86572

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Primer Diolah (2022)

Berdasarkan tabel di atas yaitu dari hasil SPSS 25.0 *for windows*, dapat diketahui bahwa nilai R Square mendekati 1 yaitu 0,854, berarti ada pengaruh yang kuat antara variabel bebas dengan variabel terikat. Untuk persentase sumbangan pengaruh variabel bebas (harga dan kualitas produk) terhadap keputusan pembelian produk laptop merek ASUS pada mahasiswa Telkom University sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 R_y^2 \times 100\% &= 0,854 \times 100\% \\
 &= 85,4\%
 \end{aligned}$$

Hal ini menunjukkan bahwa besarnya persentase pengaruh variabel harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk laptop merek ASUS pada mahasiswa Telkom University secara simultan sebesar 85,4%. sedangkan sisanya yaitu 14,6% dipengaruhi variabel bebas lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.5 Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan 1) untuk mengetahui pengaruh yang signifikan harga terhadap keputusan pembelian produk laptop merek ASUS pada mahasiswa Telkom University, 2) untuk mengetahui pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk laptop merek ASUS pada mahasiswa Telkom University, 3) untuk mengetahui pengaruh yang signifikan harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk laptop merek ASUS pada mahasiswa Telkom University yang dijabarkan sebagai berikut: