

## **BAB IV**

### **DESKRIPSI, PEMBUKTIAN HIPOTESIS DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi deskripsi data berupa penjelasan mengenai data-data dalam penelitian. Pembuktian hipotesis, berupa temuan hasil penelitian berdasarkan hipotesis-hipotesis yang telah ditentukan, yang diolah menggunakan SPSS *Statistics 24* dengan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Pembahasan dalam bab ini mencakup pembahasan berdasarkan pembuktian hipotesis.

#### **A. Deskripsi Data**

##### **1. Gambaran Umum Objek Penelitian**

###### **a. Profil Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam**

FEBI IAIN Madura resmi dibuka pada tanggal 30 Mei 2013, bersamaan dengan diterbitkannya peraturan Menteri Agama RI No 48 Tahun 2013 tentang “Organisasi dan tata kerja Sekolah Tinggi Agama Islam Pamekasan”. Peraturan menteri tersebut menjelaskan dibentuknya “Jurusan syariah dan Ekonomi” kemudian peraturan menteri tersebut direvisi dengan terbitnya peraturan Menteri Agama RI No 36 Tahun 2015 tanggal 5 juni 2015 tentang “perubahan atas peraturan Menteri Agama RI No 48 Tahun 2013 tentang Organisasi dan tata kerja Sekolah Tinggi Agama Islam Pamekasan”. Perubahan tersebut mengubah nama jurusan Syariah dan Ekonomi menjadi jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam.

Alih status dari STAIN Pamekasan menjadi IAIN Pamekasan menjadi IAIN Madura pada tanggal 7 April 2018 menjadi dasar

diterbitkannya peraturan Menteri Agama RI No 34 Tahun 2018 tentang “Organisasi dan tata kerja Institut Agama Islam Negeri Madura” tanggal 27 Desember 2018. Kedudukan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Kemudian ditetapkan sebagai hari lahir Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Maadura.

FEBI memiliki tiga Program Studi yaitu: Perbankan Syariah, Ekonomi Syariah dan Akuntansi Syariah. Ketiga program studi tersebut saat ini telah terakreditasi B oleh BAN PT. gedung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam berada di tengah-tengah kampus IAIN Madura. Gedung FEBI terdiri atas ruang Dekanat (Dekan, Wakil Dekan I, dan Wakil Dekan II), ruang program studi, ruang Subbagian Keuangan dan Akademik, ruang Laboratorium Galeri Investasi (GI), ruang laboratorium Bank Mini Syariah, ruang Laboratorium Akuntansi, ruang sidang, serta ruang ujian skripsi. Sedangkan ruang-ruang perkuliahan berlokasi di gedung H, tepat disamping gedung FEBI.

FEBI IAIN Madura mempelajari ilmu dan teori ekonomi mikro dan makro. Cara mengelola sumber daya alam, manusia, modal, dan waktu yang terbatas untuk memenuhi kebutuhan manusia yang tidak terbatas. Lulusan FEBI IAIN Madura akan mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (SE) untuk prodi Perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah, dan gelar Sarjana Akuntansi (S.Akun) untuk lulusan program studi Akuntansi Syariah. Lulusan FEBI ini dapat berkarir di berbagai lembaga keuangan, baik itu lembaga keuangan bank maupun lembaga keuangan non-bank. Selain itu lulusannya sangat dibutuhkan diseluruh perusahaan seperti sector swasta hingga instansi pemerintahan.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam juga membekali lulusannya dengan keterampilan mengelola suatu organisasi. Dengan pemahaman tentang hukum ketenagakerjaan, lulusan FEBI juga dapat bekerja sebagai akuntan manajemen

pemasaran, manajer layanan administrasi, analisis manajemen bisnis, pengajar ekonomi, analisis keuangan, akuntan public, dan auditor analisis investasi, pemeriksa keuangan, pegawai pajak, konsultan bisnis, atau wirausahawan/wati.<sup>1</sup>

Pada kalangan mahasiswi IAIN Madura yang semuanya beragama islam (muslim) dan pada umumnya memakai hijab, maka dari itu sudah menjadi kewajiban didalam kampus untuk menggunakan hijab mengharuskan mahasiswi mengikuti tren hijab dan perkembangan desain model yang marak digunakan. Terlihat dilapangan pada mahasiswi Fakultas Ekonomi Bisnis Islam banyak menggunakan model hijab terbagru. Salah satunya Bella Square yang begitu banyak macam warna.

#### **Gambar 4.1**

#### **Struktur Organisasi FEBI**

---

<sup>1</sup> Rudi Haryanto, Wakil Dekan 1, *Wawancara Langsung*, (07 Januari 2022)



Sumber: <https://febi.iainmadura.ac.id/site/data/1.5>

#### b. Gambaran Umum Penyebaran Angket dan Karakteristik Responden

Peneliti melakukan penelitian pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Bisnis Islam angkatan 2018 IAIN Madura. Yang nantinya akan menggunakan kuesioner yang akan di sebar pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Bisnis Islam angkatan 2018 IAIN Madura tersebut. Dalam penelitian peneliti hanya melakukan penelitian pada mahasiswi angkatan 2018 dikarenakan mahasiswa angkatan 2018 adalah angkatan tertua dilingkungan kampus maka sudah sangat dianggap dewasa untuk memberikan keputusan terhadap penelitian ini yaitu tentang keputusan pembelian.

Berikut perincian pengiriman dan pengambilan kuesioner yang ditunjukkan dalam tabel dibawah ini.

**Tabel 4.1**

#### **Rincian Penyebaran dan Pengembalian Angket**

Angket yang disebar	158
Angket yang tidak kembali	0

Angket yang kembali	158
Angket yang digugurkan (Tidak lengkap)	0
Angket yang digunakan	158
Tidak mengembalikan ( <i>Respon Rate</i> )	100%
Tingkat pengembalian yang digunakan ( <i>Usable Respon Rate</i> )	100%

Tabel diatas menunjukkan bahwa angket yang layak dan dapat dianalisis lebih lanjut sebanyak 158 angket dengan tingkat pengambilan cukup baik mengingat *Respon Rate* di Indonesia hanya sekitar 10-20%. Karena sampel yang diolah 100% maka tidak perlu dilakukan uji non respon bias. Tetapi apabila sampel yang akan diolah kurang dari 50% maka perlu dilakukan uji non respon bias untuk member justifikasi bahwa jumlah sampel tersebut mewakili keseluruhan populasi.

Deskripsi data responden menggambarkan keadaan atau kondisi responden merupakan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Responden dalam penelitian ini memiliki karakteristik penelitian yaitu:

#### 1) Program Studi

Karakteristik responden berdasarkan program studi dapat dilihat pada tabel di bawah sebagai berikut:

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden**

Program_Study					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PBS	65	41.1	41.1	41.1
	ES	52	32.9	32.9	74.1
	AS	41	25.9	25.9	100.0
	Total	158	100.0	100.0	

**Sumber:** Output SPSS *Statistics 24* (data diolah)

Keterangan: 1 = PBS

2 = ES

3 = AS

Tabel diatas menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan Program Study yaitu sebanyak 65 mahasiswi PBS dengan persentase (41,1%), sebanyak 52 mahasiswi ES dengan persentase (32,9%) dan sebanyak 41 mahasiswi AS dengan persentase (25,9%) yang menjadi responden dalam penelitian ini.

## 2. Uji Kualitas Data

### a. Uji Validitas

Validitas dilakukan untuk mengukur keakuratan suatu kuesioner dengan mengetahui kelayakan butir-butir dalam daftar pertanyaan dengan mendefinisikan suatu variabel. Semakin tinggi nilai validitas suatu instrument semakin tinggi pula kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Metode ini menggunakan Pearson Correlation dengan menggunakan alat software SPSS 24. Person Correlation dipakai untuk menguji apakah item pertanyaan mempunyai korelasi dengan total skor item variabel. Uji validitas dilakukan pada setiap butir pertanyaan. Hasil r-hitung dibandingkan dengan r-tabel. Dimana  $df = n-2$  (sig 5%,  $n =$  jumlah sampel). Jika semua butir pertanyaan dalam penelitian ini memiliki nilai r- hitung  $>$  r-tabel, maka pertanyaan dalam penelitian dikatakan valid.

**Tabel4.3**  
**Hasil Uji Validitas**

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Nilai Korelasi</b>
Uji Validitas X1	X1.1	0,858
	X1.2	0,777
Uji Validitas X2	X2.1	0,765
	X2.2	0,800
	X2.3	0,718
	X2.4	0,779
	X2.5	0,778
Uji Validitas X3	X3.1	0,743
	X3.2	0,776
	X3.3	0,777
	X3.4	0,785
Uji Validitas Y	Y1.1	0,779
	Y1.2	0,827
	Y1.3	0,782
	Y1.4	0,821

**Sumber:** Output SPSS *Statistic 24* (data diolah)

Semua indikator dikatakan valid apabila ( $n = 158$ ) dan ( $\alpha = 0,05$ ) maka  $r_{tabel} 0,156$  dengan ketentuan:

Hasil  $r_{hitung} > r_{tabel} = \text{Valid}$

Hasil  $r_{hitung} < r_{tabel} = \text{Tidak Valid}$

## b. Uji Reliabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk menguji apakah setiap variabel mempunyai tingkat kepercayaan yang bagus apabila dilakukan berulang-ulang. Pengujian reliabilitas menunjukkan pada tingkat kemantapan atau konsistensi suatu alat ukur (kuesioner). Hasil penelitian reliable apabila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Instrument dengan tingkat keandalan yang tinggi adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama akan menghasilkan data yang sama. Artinya Kuesioner dikatakan handal jika kuesioner tersebut memberikan hasil yang konsisten jika digunakan secara berulang kali dengan asumsi kondisi disaat pengukuran tidak berubah. kriteria yang di gunakan untuk mengetahui tingkat reliabilitas adalah besarnya nilai (*Crobach Alpha*). Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Alpha > dari 0,60 maka butir pertanyaan tersebut valid.

**Tabel 4.4**

### **Uji Reliabilitas**

<b>Variabel</b>	<b>Cronbach' Alpha</b>
X1	0,502
X2	0,825
X3	0,770
Y	0,814

**Sumber:** Output SPSS Statistic 24 (data diolah)

Alat mengukur reliabilitas adalah *Alpha Cronbach's*. suatu variabel dikatakan reliable apabila hasil koefisien Reliabilitas > 0,6 = reliable. Berdasarkan hasil perhitungan uji reliabilitas semua indikator dari ke empat variabel tersebut dikatakan

reliable, karena nilai *Cronbach's alpha* > dari nilai tabel (nilai  $\alpha$  > nilai tabel). Indikator yang digunakan oleh variabel Tren Hijab, Kualitas Produk, Harga, dan Keputusan pembelian dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat ukur variabel.

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas di terapkan untuk analisis regresi berganda yang terdiri atas dua atau lebih variabel bebas atau *Independen variabel* ( $X_{1,2,\dots,n}$ ) dimana akan di ukur keeratan hubungan antar variabel bebas tersebut melalui besaran efisien ( $r$ ). menentukan ada tidaknya multikolinieritas dapat di lakukan yaitu dengan nilai tolerance dan nilai varian *inflation factor* (VIF) nilai *tolerance* adalah besarnya tingkat kesalahan yang di benarkan secara statistic ( $\alpha$ ). Nilai FIV adalah faktor inflasi penyimpangan baku kuadrat. Variabel bebas mengalami multikolinieritas jika:  $\alpha$  hitung <  $\alpha$  dan VIF hitung > VIF. Variabel bebas tidak mengalami multikolinieritas jika  $\alpha$  hitung >  $\alpha$  dan VIF hitung < VIF. Sebagian besar penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa “Jika tolerance lebih dari 10% dan VIF kurang dari 10 maka tidak terjadi multikolinieritas”. Hasil uji multikolinieritas tiap variabel yaitu:

**Tabel 4.5**

#### Hasil Multikolinieritas

		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	.005	1.159		.004	.996		
	Tren Hijab	.029	.125	.013	.232	.817	.809	1.236
	Kualitas Produk	.363	.065	.390	5.570	.000	.547	1.830
	Harga	.481	.069	.456	6.957	.000	.622	1.607

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

**Sumber:** Output SPSS *Statistics* 24 (data diolah)

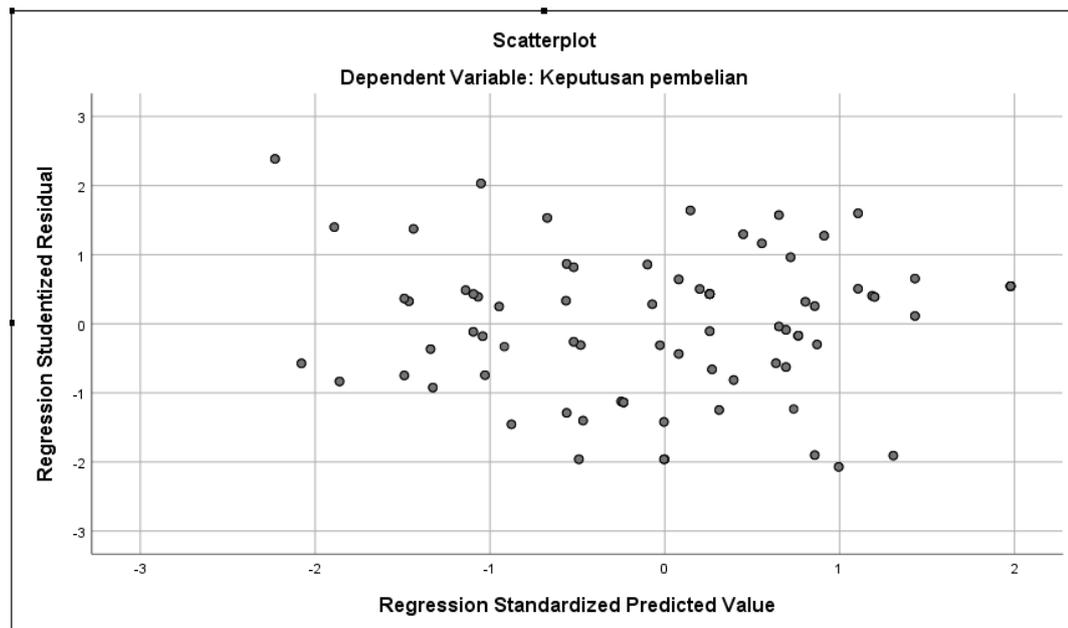
Dapat diketahui tabel diatas menunjukkan bahwa variabel Tren Hijab, Kualitas produk, dan Harga menunjukkan nilai *Tolerance* lebih besar dari 10% (0,10) dan nilai VIF yang lebih kecil dari 10. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi permasalahan multikolinieritas pada model regresi penelitian ini.

#### **b. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda di sebut heteroskedastisitas yaitu dengan cara melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residunya (SRESID). Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual (Y prediksi-Y sesungguhnya) yang telah di-studentized

#### **Tabel 4.6**

#### **Hasil Heteroskadastisitas**



**Sumber:** Output SPSS *Statistics 24* (data diolah)

Dari grafik *Scatterplot* memperlihatkan bahwa titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga grafik tersebut tidak bisa dibaca dengan jelas. Hasil ini memperlihatkan bahwa tidak terjadi heteroskadastisitas. Namun demikian jika hanya melihat hasil output grafik *Scatterplot*, dapat menimbulkan penilaian yang subjektif dan kurang tepat.

### c. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Salah satu metode untuk mengetahui normalitas adalah dengan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov, yang dapat di lihat dari nilai Sig. jika nilai Sig lebih besar dari 5% maka dapat di simpulkan bahwa residual menyebar normal, dan jika nilai Sig lebih kecil dari 5% maka dapat disimpulkan bahwa residual tidak menyebar normal. Berikut hasil uji normalitas dengan menggunakan *One-Sampel Kolmogorov-Smirnov*, yaitu:

**Tabel 4.7**

**Hasil Uji Normalitas**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		<b>Unstandardized Residual</b>
<b>N</b>		158
<b>Normal Parameters<sup>a,b</sup></b>	<b>Mean</b>	.0000000
	<b>Std. Deviation</b>	1.85030340
<b>Most Extreme Differences</b>	<b>Absolute</b>	.117
	<b>Positive</b>	.079
	<b>Negative</b>	-.117
<b>Test Statistic</b>		.117
<b>Asymp. Sig. (2-tailed)</b>		.025 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

**Sumber:** Output SPSS *Statistics 24* (data diolah)

Berdasarkan hasil uji normalitas *One-Sampel Kolmogorov-Smirnov*, diperoleh nilai signifikan 0.025 lebih besar dari 0,05.. sehingga dapat disimpulkan bahwa uji normalitas pada penelitian ini adalah data berdistribusi normal.

**d. Uji Autokorelasi**

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Salah satu metode analisis untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi adalah dengan melakukan pengujian nilai Durbin Watson (DW test) dengan ketentuan sebagai berikut:

**Tabel 4.8**

**Kriteria Pengambilan Keputusan Uji Durbin Watson**

Hipotesis Nol	Nilai Statistik d
ada autokorelasi positif	$0 < d < dl$
Tidak ada keputusan	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada korelasi negative	$4 - dl < d < 4$
Tidak ada keputusan	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$
Tidak ada autokorelasi positif atau negative	$du < d < 4 - du$

Hasil uji autokorelasi berdasarkan program SPSS yaitu:

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Autokorelasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.766 <sup>a</sup>	.587	.579	1.86824	2.020

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

b. Dependent Variable: Keputusan pembelian

**Sumber:** Output SPSS *Statistics* 24 (data diolah)

Untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi, nilai DW tersebut akan dibandingkan dengan nilai DW tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.10**  
**Hasil Pengujian Asumsi Klasik Autokorelasi**

DI	Du	4-dl	4-du	DW	Keputusan
----	----	------	------	----	-----------

1,7014	1,7787	2,2986	2,2213	2,020	Tidak ada autokorelasi
--------	--------	--------	--------	-------	------------------------

Keterangan:

Nilai DW diperoleh dari tabel Durbin-Watson dengan ketentuan 5% dimana  $n$  (sampel) = 158 serta  $k$  (jumlah variabel independen) = 3

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai DW lebih besar dari nilai  $du$  yaitu: 1,7787 dan nilai  $4-du = 2,2213$  ( $du < DW < 4 - du$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi autokorelasi atau tidak terdapat autokorelasi positif maupun negative pada data yang di uji.

## **B. Pembuktian Hipotesis**

### **1. Analisis Regresi Linear Berganda**

Menurut Sugiyono menyatakan bahwa analisis regresi berganda merupakan suatu alat analisis yang digunakan untuk memprediksikan berubahnya nilai variabel tertentu bila variabel lain berubah. Jumlah variabel independen yang diteliti lebih dari satu, sehingga dikatakan regresi berganda. Hubungan antara variabel tersebut dapat dicirikan melalui model matematika yang disebut dengan model regresi. Model regresi berganda dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan dari variabel yang diteliti. Pengujian terhadap hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda (*Multiple Regression*). Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh antara Tren Hijab, Kualitas Produk dan Harga sebagai variabel independen dengan keputusan pembelian sebagai variabel dependen.

Analisis regresi linier berganda dilakukan dengan cara menetapkan persamaan  $Y = \alpha + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + \beta_3.X_3 + e$  hasil perhitungan nilai-nilai sebagai berikut:

**Tabel 4.11**  
**Regresi Linear Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.005	1.159		.004	.996
	Tren Hijab (X1)	.029	.125	.013	.232	.817
	Kualitas Produk (X2)	.363	.065	.390	5.570	.000
	Harga (X3)	.481	.069	.456	6.957	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

**Sumber:** Output SPSS *Statistics* 24 (data diolah)

Dari perhitungan dengan menggunakan program SPSS didapat:

Konstanta = 0,005

Tren Hijab = 0,029

Kualitas Produk = 0,363

Harga = 0,481

$$Y = 0,005 + 0,029X_1 + 0,363X_2 + 0,481X_3$$

Persamaan tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar 0,005 menunjukkan bahwa besarnya variabel terikat/dependen yaitu keputusan pembelian, jika variabel tren hijab (X1), kualitas produk (X2), dan harga (X3) nilainya 0.
- b. Besarnya koefisien variabel tren hijab (X1) sebesar 0,029 artinya apabila tren hijab mengalami peningkatan 1%, maka keputusan pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 0,029. koefisien pertanda positif artinya hubungan antara tren hijab dan keputusan pembelian berbanding lurus, yang berarti semakin tinggi tren hijab, maka keputusan pembelian mengalami kenaikan.
- c. Besarnya koefisien variabel kualitas produk (X2) sebesar 0,363 artinya apabila kualitas produk mengalami peningkatan 1%, maka keputusan pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 0,363. koefisien pertanda positif artinya hubungan antara kualitas produk dan keputusan pembelian berbanding lurus, yang berarti semakin tinggi kualitas produk, maka keputusan pembelian mengalami kenaikan.
- d. Besarnya koefisien variabel harga (X3) sebesar 0,481 artinya apabila harga mengalami peningkatan 1%, maka keputusan pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 0,481. koefisien pertanda positif artinya hubungan antara harga dan keputusan pembelian berbanding lurus, yang berarti semakin tinggi harga, maka keputusan pembelian mengalami kenaikan.

## **2. Uji t (Parsial)**

Untuk menjawab bagaimana pengaruh tren hijab (X1), kualitas produk (X2), dan harga (X3) terhadap keputusan pembelian (Y), maka diuji dengan menggunakan uji t, dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji T**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.005	1.159		.004	.996
	Tren Hijab (X1)	.029	.125	.013	.232	.817
	Kualitas Produk (X2)	.363	.065	.390	5.570	.000
	Harga (X3)	.481	.069	.456	6.957	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

**Sumber:** Output SPSS *Statistics 24* (data diolah)

Berdasarkan tabel *coefficients* nilai  $t_{hitung}$  tren hijab 0,232 yang artinya  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $0,232 < 1,975$ ) dengan signifikan t sebesar 0,817 karena signifikan t lebih besar dari 5% ( $0,817 > 0,05$ ) sehingga  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel tren hijab (X1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

- a. Berdasarkan tabel *coefficients* nilai  $t_{hitung}$  kualitas produk 5,570 yang artinya  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,570 > 1,975$ ) dengan signifikan t sebesar 0,000 karena signifikan t lebih kecil dari 5% ( $0,000 < 0,05$ ) sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial kualitas produk (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).
- b. Berdasarkan tabel *coefficients* nilai  $t_{hitung}$  harga 6,957 yang artinya  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $6,957 > 1,975$ ) dengan signifikan t sebesar 0,000 karena signifikan t lebih kecil dari

5% ( $0,000 < 0,05$ ) sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara persial harga ( $X_3$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ).

### 3. Uji F (Simultan)

Unruk menjawab pengaruh tren hijab ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ) dan harga ( $X_3$ ) secara bersamaan terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) maka di uji menggunakan uji f, dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.13**

#### Hasil Uji F

##### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	765.200	3	255.067	73.078	.000 <sup>b</sup>
	Residual	537.509	154	3.490		
	Total	1302.709	157			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Harga (X3), Tren Hijab (X1), Kualitas Produk (X2)

**Sumber:** Output SPSS *Statistics* 24 (data diolah)

Dari hasil perhitungan pada tabel di atas nilai  $F_{hitung}$  sebesar 73,078 dan  $F_{tabel}$  sebesar 2,66maka nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  sehingga  $H_0$  ditolak atau model dalam penelitian layak atas *fit*. Nilai sig pada tabel diatas sebesar 0,000. Nilai sig  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam uji F apabila salah satu atau beberapa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap terhadap variabel dependen maka dapat diputuskan bahwa uji f berpengaruh signifikan.

#### 4. Pembahasan

Berdasarkan analisis statistik yang telah dilakukan terhadap masing-masing variabel penelitian maka peneliti telah memberikan pembahasan terhadap permasalahan yang di bahas didalam penelitian yaitu:

##### a. Pengaruh tren hijab, kualitas produk dan harga secara persial terhadap keputusan pembelian hijab (Y)

###### 1) Pengaruh Tren Hijab ( $x_1$ ) Secara Persial Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa diketahui nilai  $t_{hitung}$  tren hijab 0,232 yang artinya  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $0,232 < 1,975$ ) dengan signifikan t sebesar 0,817 karena signifikan t lebih besar dari 5% ( $0,817 > 0,05$ ) sehingga  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara pesial variabel tren hijab ( $X_1$ ) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

Dilihat dari analisis bahwa tren hijab tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini dikarenakan mahasiswa/i IAIN Madura tidak terlalu banyak mengikuti tren-tren yang ada di era modern ini. Yang kebanyakan mereka cari adalah harga yang sesuai dengan kantong mahasiswa dan kualitas produk yang bagus.

Hal ini dikuatkan oleh teori Hines and Bruce terdapat tren jangka panjang yang menjadi dasar pembentukan tren masa depan, dan tren jangka pendek yang biasanya terkait dengan musim tertentu, misalnya model hijab terbaru.<sup>2</sup> Dalam penelitian ini yaitu keputusan pembelian hijab Bella Square termasuk kepada tren jangka pendek. Karena disetiap hari akan selalu ada

---

<sup>2</sup> Tony Hines dan Margaret Bruce, *Fashion Marketing Contemporary Issues*, (Oxford: Elsevier Ltd, 2007), 170.

pembaruan-pembaruan hijab model terbaru. Maka dari itu tren hijab tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian hijab.

## 2) Pengaruh Kualitas Produk ( $X_2$ ) Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa diketahui nilai  $t_{hitung}$  kualitas produk 5,570 yang artinya  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,570 > 1,975$ ) dengan signifikan  $t$  sebesar 0,000 karena signifikan  $t$  lebih kecil dari 5% ( $0,000 < 0,05$ ) sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial kualitas produk ( $X_2$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

Pada variabel kualitas produk, konsumen pasti mempunyai anggapan adanya hubungan positif antara kualitas produk dan harga, maka mereka (konsumen) akan membandingkan produk satu dengan produk yang lainnya dan barulah konsumen mengambil keputusan untuk membeli suatu produk. Maka dari itu kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hal ini dikuatkan oleh teori dari Schoeder bahwa kualitas produk dikaitkan dengan nilai, kegunaan, maupun harga dari barang atau jasa tersebut.<sup>3</sup> Dalam penelitian ini mahasiswa IAIN Madura FEBI banyak membeli hijab yang berkualitas dengan mutu yang baik seperti melihat bahan yang digunakan harus baik, lembut dan tegak ketika digunakan. Bella Square dengan kualitas yang baik mampu bersaing di pasar, sehingga Bella Square menjadi salah satu pilihan mahasiswa dalam keputusan pembelian.

## 3) Pengaruh Harga ( $X_3$ ) Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

---

<sup>3</sup> Schroder, *Manajemen Operasi Pengambilan Keputusan Dalam Fungsi Operasi*, (Jakarta: Erlangga, 1997), 168.

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa diketahui nilai  $t_{hitung}$  harga 6,957 yang artinya  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $6,957 > 1,975$ ) dengan signifikan t sebesar 0,000 karena signifikan t lebih kecil dari 5% ( $0,000 < 0,05$ ) sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara persial harga (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

Hal ini dikuatkan oleh teori Tjiptono bahwa harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bagaimana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang.<sup>4</sup> harga memiliki peran utama dalam proses pengambilan keputusan pembelian yang mengatakan bahwa fungsi dari harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau kepuasan yang diharapkan berdasarkan barang yang dibelinya sehingga pembeli dapat membandingkan harga dari berbagai kualitas produk yang ada. Dan kemudian pembeli dapat memutuskan untuk mengeluarkan dana sesuai apa yang dikehendaki. Dalam penelitian ini bahwa mahasiswa IAIN Madura FEBI banyak membeli hijab Bella Square, karena selain kualitasnya yang baik harga jual yang diberikan Bella Square sangat terjangkau bagi kalangan mahasiswa.

**b. Pengaruh tren hijab, kualitas produk dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian hijab (Y)**

Dari hasil perhitungan pada nilai  $F_{hitung}$  sebesar 73,078 dan nilai sig sebesar 0,000. Nilai sig  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam uji f apabila salah satu atau beberapa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap terhadap variabel dependen maka dapat diputuskan bahwa uji f berpengaruh signifikan.

---

<sup>4</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi, 2002), 151.

**c. Variabel yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y)**

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa diketahui nilai nilai  $t_{hitung}$  tren hijab 0,232 yang artinya  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $0,232 < 1,975$ ) dengan signifikan t sebesar 0,817 karena signifikan t lebih besar dari 5% ( $0,817 > 0,05$ ) sehingga  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara persial variabel tren hijab (X1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Nilai  $t_{hitung}$  kualitas produk 5,570 yang artinya  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,570 > 1,975$ ) dengan signifikan t sebesar 0,000 karena signifikan t lebih kecil dari 5% ( $0,000 < 0,05$ ) sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara persial kualitas produk (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Dan nilai  $t_{hitung}$  harga 6,957 yang artinya  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $6,957 > 1,975$ ) dengan signifikan t sebesar 0,000 karena signifikan t lebih kecil dari 5% ( $0,000 < 0,05$ ) sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara persial harga (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

Dilihat dari analisis tersebut, ada dua variabel yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Yaitu variabel Kualitas Produk (X<sub>2</sub>) dan variabel Harga (X<sub>3</sub>), akan tetapi hasil perhitungan variabel harga lebih tinggi dari pada kualitas produk. Sedangkan variabel Tren Hijab (X<sub>1</sub>) tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Pada nilai  $t_{hitung}$  variabel Tren Hijab = 0,232, Kualitas Produk = 5,570, dan Harga = 6,957. jadi variabel yang paling berpengaruh terhadap Keputusan pembelian adalah variabel Harga (X<sub>3</sub>).