

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

1.1. Hasil Penelitian

1.1.1. Analisis Deskriptif Karakteristik Responden

Pada bagian ini akan dibahas karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin, Usia, dan Pekerjaan. Hal tersebut diharapkan untuk memberikan gambaran yang cukup jelas mengenai pemakaian produk dari responden dengan kaitan masalah dan tujuan dari penelitian dengan jumlah responden sebanyak 50 responden.

1.1.1.1. Berdasarkan Jenis Kelamin

Untuk mengetahui tingkat persentase jenis kelamin berdasarkan 50 responden yang ditunjukkan pada tabel berikut.

Tabel 4. 1
Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	34	68.0	68.0	68.0
	Wanita	16	32.0	32.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Uji SPSS 25

Berdasarkan karakteristik jenis kelamin responden pada tabel 4.1 tersebut, bahwa responden yang berjenis kelamin pria adalah sebanyak 34 orang (68%) dan responden berjenis kelamin wanita sebanyak 16 orang (32%). Jumlah responden pria lebih dominan dibandingkan dengan wanita dikarenakan pria pada umumnya lebih cenderung menggunakan printer dari wanita.

1.1.1.2. Berdasarkan Usia

Berdasarkan usia dapat ditunjukkan pada tabel 4.2 berikut:

Tabel 4. 2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15 – 25 Tahun	18	36.0	36.0	36.0
	26 – 35 Tahun	14	28.0	28.0	64.0
	36 – 45 Tahun	10	20.0	20.0	84.0
	> 45 Tahun	8	16.0	16.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Uji SPSS 25

Berdasarkan karakteristik usia responden tabel 4.2 diatas menunjukkan bahwa jumlah usia responden terbesar atau terbanyak ialah yang berusia 15 – 25 tahun dengan jumlah 18 orang (36%). Hal ini dikarenakan pada usia tersebut adalah usia pelajar yang membutuhkan printer untuk mencetak makalah, jurnal dan tugas-tugas lainnya.

1.1.1.3. Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan pekerjaan responden dapat ditunjukkan pada tabel berikut.

Tabel 4. 3
Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan Responden

		Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar / Mahasiswa	17	34.0	34.0	34.0
	Wirausaha	8	16.0	16.0	50.0
	Wiraswasta	15	30.0	30.0	80.0
	Lain-lain	10	20.0	20.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Uji SPSS 25

Berdasarkan karakteristik pekerjaan responden pada tabel 4.3 menunjukkan bahwa jumlah pekerjaan responden terbanyak ialah

pelajar/mahasiswa sebanyak 17 orang (34%) merupakan responden yang menggunakan printer Epson. Hal ini dikarena pelajar atau mahasiswa membutuhkan printer untuk mencetak tugas sekolah atau kuliah.

1.1.2. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Berikut peneliti akan menyajikan data tabel frekuensi hasil skor jawaban responden terhadap kuesioner yang peneliti sebarakan. Diantaranya sebagai berikut

1.1.2.1. Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Produk (X1)

Berdasarkan dari hasil Kuesioner yang disebarakan kepada 50 responden, dapat dilihat distribusi jawaban responden.pada tabel berikut:

Tabel 4. 4
Skor Angket Untuk Variabel Kualitas Produk

NO	Pernyataan	Skor Jawaban					Rata-rata	Jumlah
		STS	TS	RR	S	SS		
		F	F	F	F	F		
		%	%	%	%	%		
1.	Kinerja Kinerja produk Printer merek Epson memiliki kualitas yang baik.	2	3	13	12	20	3,90	100%
		4%	6%	26%	24%	40%		
2.	Fitur Tampilan produk Printer merek Epson memiliki fitur yang baik.	3	1	12	16	18	3,90	100%
		6%	2%	24%	32%	36%		
3.	Keandalan Printer Epson yang dikeluarkan PT. Pixelindo mempunyai kemampuan yang baik.	2	3	13	20	12	3,74	100%
		4%	6%	26%	40%	24%		
4.	Kesesuaian dengan spesifikasi Spesifikasi Produk Printer Epson yang diberikan PT.Pixelindo sesuai yang ditawarkan	1	3	15	18	13	3,78	100%
		2%	6%	30%	36%	26%		

5.	Daya Tahan Printer merek Epson mempunyai kehandalan dikualitas warna dalam mencetak dan mempunyai ketahanan yang reletaf lama saat digunakan	2	0	20	20	8	3,64	100%
		4%	0%	40%	40%	16%		
6.	Kemampuan untuk diperbaiki Produk Printer Epson lebih mudah diperbaiki dibandingkan produk lain	3	2	15	15	15	3,74	100%
		6%	4%	30%	30%	30%		
7.	Estetika Printer Epson memiliki penampilan yang baik dibandingkan produk lain	2	3	13	14	18	3,86	100%
		4%	6%	26%	28%	36%		
8.	Kualitas yang dipersepsikan Printer Epson memiliki kualitas dan kemampuan dalam menjalankan tugas sehingga pelanggan tertarik	3	1	10	19	17	3,92	100%
		6%	2%	20%	38%	34%		

Sumber: SPSS 25 (Data Diolah)

Dari tabel diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Pada pernyataan yang mengatakan “Kinerja produk Printer merek Epson memiliki kualitas yang baik” jawaban responden dominan menjawab sangat setuju yaitu sebanyak 20 orang (40%). Maka dapat disimpulkan bahwa kinerja printer Epson memiliki kualitas produk yang baik sehingga konsumen merasa tertarik untuk membeli produk yang dipasakanr sesuai dengan kebutuhan.
2. Pada pernyataan yang mengatakan “Tampilan produk Printer merek Epson memiliki fitur yang baik” jawaban responden dominan menjawab sangat setuju yaitu sebanyak 18 orang (36%). Maka dapat disimpulkan bahwa fitur dari printer Epson baik dan bagus serta mudah digunakan.

3. Pada pernyataan yang mengatakan “Printer Epson yang dikeluarkan PT. Pixelindo mempunyai kemampuan yang baik.” Jawaban responden dominan setuju yaitu sebanyak 20 orang (40%). Maka dapat disimpulkan bahwa printer Epson memiliki keandalan yang baik.
4. Pada pernyataan yang mengatakan “Spesifikasi Produk Printer Epson yang diberikan PT.Pixelindo sesuai yang ditawarkan” jawaban responden dominan menjawab setuju yaitu sebanyak 18 orang (36%). Maka dapat disimpulkan bahwa Spesifikasi dari printer Epson sesuai dengan yang dijanjikan atau ditawarkan.
5. Pada pernyataan yang mendapatkann jawaban dengan nilai rata-rata paling rendah yaitu pada pernyataan yang mengatakan “Printer merek Epson mempunyai kehandalan dikualitas warna dalam mencetak dan mempunyai ketahanan yang reletif lama saat digunakan” jawaban responden dominan menjawab sangat tsetuju 20 orang (40%). Maka dapat disimpulkan bahwa hasil cetakan dari printer Epson kurang cocok digunakan untuk mencetak foto maupun dokumen. Sehingga pelanggan merasa kurang puas dikarenakan hasilnya yang masih rendah kualitasnya dibandingkan printer lain. Alangkah baiknya pihak perusahaan memberikan kualitas yang baik sehingga konsumen bertahan dengan merek yang sudah mereka gunakan.

6. Pada pernyataan yang mengatakan “Produk Printer Epson lebih mudah diperbaiki dibandingkan produk lain” jawaban responden dominan setuju dan sangat setuju yaitu sebanyak 15 orang (30%). Maka dapat disimpulkan bahwa printer Epson mudah diperbaiki saat mengalami kerusakan.
7. Pada pernyataan yang mengatakan “Printer Epson memiliki penampilan yang baik dibandingkan produk lain” jawaban responden dominan sangat setuju yaitu sebanyak 18 orang (36%). Maka dapat disimpulkan bahwa produk Epson memiliki bentuk dan model yang baik.
8. Pada pernyataan yang mendapatkan jawaban dengan nilai rata-rata paling tinggi yaitu pada pernyataan yang mengatakan “Printer Epson memiliki kualitas dan kemampuan dalam menjalankan tugas sehingga pelanggan tertarik” jawaban responden dominan setuju yaitu sebanyak 19 orang (38%). Maka dapat disimpulkan printer Epson memiliki produk kualitas dan kemampuan yang diharapkan pelanggan sehingga pelanggan tertarik membelinya dan tetap bertahan.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan dari nilai yang rendah yaitu alangkah baiknya pihak perusahaan meningkatkan kualitas produk khususnya di daya tahan. Dimana daya tahannya sangat rendah dibandingkan yang lain sehingga konsumen memilih produk lain. Di dalam indikator sendiri daya tahan

memiliki arti, menurut Tjiptono dan Chandra (Sukmawati 2017:16) daya tahan yaitu jumlah pemakaian produk sebelum produk bersangkutan diganti. Dan dapat disimpulkan juga nilai tertinggi yaitu ada di kualitas yang dipersepsikan dimana menurut Fandy Tjiptono (2016) yaitu dimana kualitas yang dirasakan konsumen selama menggunakan produk dan dikaitkan dengan aspek yang relatif, seperti reputasi, citra perusahaan, sehingga tanggung jawab perusahaan.

1.1.2.2. Analisis Deskriptif Variabel Harga Jual (X2)

Berdasarkan dari hasil Kuesioner yang disebarakan kepada 50 responden, dapat dilihat distribusi jawaban responden pada tabel berikut:

Tabel 4. 5
Skor Angket Untuk Variabel Harga Jual

NO	Pernyataan	Skor Jawaban					Rata-rata	Jumlah
		STS	TS	RR	S	SS		
		F	F	F	F	F		
		%	%	%	%	%		
1.	Terjangkau Harga Printer Merek Epson yang ditawarkan oleh PT.Pixelindo sangat terjangkau dibandingkan produk lain.	8	12	10	11	9	3,02	100%
		16%	24%	20%	22%	18%		
2.	Kesesuaian harga dengan kualitas produk. Harga Priner Epson sudah sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan	9	20	7	5	9	2,70	100%
		18%	40%	24%	10%	18%		
3.	Daya saing harga Harga yang ditetapkan oleh PT.Pixelindo Printer merek Epson mampu bersaing dengan printer lainnya.	5	23	4	12	6	2,82	100%
		10%	46%	8%	24%	12%		
4.	Kesesuaian harga dengan manfaat Harga yang ditetapkan oleh pihak PT.Pixelindo dikatakan sesuai dengan maanfaat yang didapat dari produknya	12	12	6	10	10	2,88	100%
		24%	24%	12%	10%	10%		

Sumber: SPSS 25 (Data diolah)

Dari tabel dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Pada pernyataan yang mendapatkan jawaban dengan nilai rata-rata paling tinggi yaitu pada pernyataan yang mengatakan “Harga Printer Merek Epson yang ditawarkan oleh PT.Pixelindo sangat terjangkau dibandingkan produk lain” jawaban responden dominan tidak setuju yaitu sebanyak 12 orang (24%). Maka dapat disimpulkan bahwa printer Epson tidak begitu terjangkau, karena masih ada responden yang menjawab tidak setuju.
2. Pada pernyataan yang mendapatkan jawaban dengan nilai rata-rata paling terendah yaitu pada pertanyaan mengatakan “Harga Printer Epson sudah sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan” jawaban responden dominan tidak setuju sebanyak 20 orang (40%). Maka dapat disimpulkan bahwa harga printer Epson tidak sesuai dengan kualitas yang ditawarkan. Hal ini berarti masih banyak produk lain yang lebih unggul yang memiliki kualitas produk yang lebih baik.
3. Pada pernyataan yang mengatakan “Harga yang ditetapkan oleh PT.Pixelindo Printer merek Epson mampu bersaing dengan printer lainnya” jawaban responden dominan tidak setuju yaitu sebanyak 23 orang (46%). Maka dapat disimpulkan bahwa printer Epson belum mampu bersaing dengan merek printer lain
4. Pada pernyataan yang mengatakan “Harga yang ditetapkan oleh pihak PT. Pixelindo dikatakan sesuai dengan manfaat yang

didapat dari produknya” jawaban responden dominan tidak setuju sebanyak 12 orang (24%). Maka dapat disimpulkan harga printer Epson masih belum sesuai dengan manfaat yang ditawarkan.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan dari nilai yang rendah yaitu alangkah baiknya pihak perusahaan memberikan kesesuaian harga dengan kualitas produk yang ditawarkan sesuai harga pasaran agar konsumen tertarik membelinya, Menurut Kotler dan Kotler (2019) kesesuaian antar harga dengan kualitas produk yaitu, aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen/penjual yang sesuai dengan kualitas produk yang dapat diperoleh konsumen. Dan dapat disimpulkan juga nilai tertinggi yaitu ada indikator terjangkau yang menurut ahli Kotler dan Kotler (2019) dimana harga yang dilakukan oleh produsen/penjual yang sesuai dengan kemampuan beli konsumen.

1.1.2.3. Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek (X3)

Berdasarkan dari hasil Kuesioner yang disebarkan kepada 50 responden, dapat dilihat distribusi jawaban responden pada tabel berikut:

Tabel 4. 6
Skor Angket Untuk Variabel Citra Merek

NO	Pernyataan	Skor Jawaban					Rata-rata	Jumlah
		STS	TS	RR	S	SS		
		F	F	F	F	F		
		%	%	%	%	%		
1.	Citra pemakai Produk Printer Epson lebih banyak digunakan dikalangan masyarakat	4	1	10	18	17	3,86	100%
		8%	2%	20%	36%	34%		

NO	Pernyataan	Skor Jawaban					Rata-rata	Jumlah
		STS	TS	RR	S	SS		
		F	F	F	F	F		
		%	%	%	%	%		
2.	Kesan professional Produk Printer Epson memiliki kesan yang sangat bagus dibandingkan merek lain.	1	0	13	28	8	3,84	100%
		2%	0%	26%	56%	16%		
3.	Kesan modern Produk printer Epson yang dikeluarkan oleh PT.Pixelindo memiliki kesan yang sangat modern di setiap produknya	0	4	4	21	21	4,18	100%
		0%	8%	8%	42%	42%		
4.	Populer Produk Printer Epson lebih populer dibandingkan produk lain	1	2	12	20	15	3,92	100%
		2%	4%	24%	40%	30%		

Sumber: SPSS 25 (Data Diolah)

Dari tabel diatas dapat diuraikan sebagai berikut

1. Pada pernyataan yang mengatakan “Produk Printer Epson lebih banyak digunakan dikalangan masyarakat” jawaban responden dominan setuju 18 orang (36%). Maka dapat disimpulkan bahwa printer dengan merek Epson lebih banyak digunakan dikalangan masyarakat.
2. Pada pernyataan yang mendapatkan nilai rata-rata terendah yaitu pada pernyataan yang mengatakan “Produk Printer Epson memiliki kesan professional dibandingkan merek lain” jawaban responden dominan setuju yaitu sebanyak 28 orang (56%). Maka disimpulkan bahwa printer Epson tidak memiliki kesan yang lebih baik dari produk lain hal ini sangat berpengaruh atas citra merek yang mereka tawarkan sehingga perusahaan harus memberikan kesan yang lebih professional lagi.

3. Pada pernyataan yang mengatakan nilai rata-rata paling tinggi yaitu pada pernyataan yang mengatakan “Produk printer Epson yang dikeluarkan oleh PT.Pixelindo memiliki kesan yang sangat modern di setiap produknya” jawaban responden dominan setuju dan sangat setuju yaitu sebanyak 21 orang (42%). Maka disimpulkan bahwa printer Epson memiliki kesan yang sangat modern.
4. Pada pernyataan yang mengatakan “Produk Printer Epson lebih populer dibandingkan produk lain” jawaban responden dominan setuju yaitu sebanyak 20 orang (40%). Maka disimpulkan bahwa printer Epson lebih populer dikalangan masyarakat.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan alangkah baiknya pihak perusahaan melakukan perbaikan melalui citra merek yang dimana menurut Citranuari Sekar Jingga 2019) yaitu memberikan kesan yang lebih menarik lagi agar produk printer lebih terlihat lebih kesan modern lagi dikalangan masyarakat untuk mengalahkan produk lain.

1.1.2.4. Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli (Y)

Berdasarkan dari hasil Kuesioner yang disebarkan kepada 50 responden, dapat dilihat distribusi jawaban responden pada tabel berikut:

Tabel 4. 7
Skor Angket Untuk variabel Minat Beli

NO	Pernyataan	Skor Jawaban					Rata-rata	Jumlah
		STS	TS	RR	S	SS		
		F	F	F	F	F		
		%	%	%	%	%		
1.	Kebutuhan dan keinginan akan suatu produk Saya membeli Produk Printer Epson di PT. Pixelindo sesuai dengan kebutuhan dan keinginan.	2	4	8	13	23	4,02	100%
		4%	8%	16%	26%	46%		
2.	Kesesuaian harga Harga yang ditawarkan oleh konsumen sangat terjangkau	1	3	10	24	12	3,86	100%
		2%	6%	20%	48%	24%		
3.	Keinginan mencoba berbagai produk yang bervariasi Saya ingin mencoba berbagai macam Produk Printer Epson yang ada di PT.Pixelindo.	1	2	11	20	16	3,96	100%
		2%	4%	22%	40%	32%		
4.	Kemantapan akan kualitas suatu produk Saya memutuskan membeli Printer Epson karena kemantapan pada sebuah produk yang dihasilkan sangat terjamin	3	1	9	22	15	3,90	100%
		6%	2%	18%	44%	30%		
5.	Keputusan pembelian ulang Hasil cetak Printer Epson sesuai dengan harapan saya sehingga saya akan membeli ulang produk Printer Epson kembali.	1	3	7	18	21	4,10	100%
		2%	6%	14%	36%	42%		
6.	Gaya hidup dilingkungan tempat tinggal Saya sangat membutuhkan Printer Epson untuk kebutuhan sehari-hari saya dilingkungan tempat tinggal saya	1	2	5	24	18	4,12	100%
		2%	4%	10%	48%	36%		

Sumber: SPSS 25 (Data Diolah)

Dari tabel diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Pada pernyataan yang mengatakan “Saya membeli Produk Printer Epson di PT. Pixelindo sesuai dengan kebutuhan dan keinginan” jawaban responden dominan sangat setuju yaitu sebanyak 23 orang

(46%). Maka disimpulkan bahwa printer Epson sesuai dengan kebutuhan konsumen.

2. Pada pernyataan yang mendapatkan jawaban dengan nilai rata-rata paling rendah yaitu pada pernyataan yang mengatakan “Harga yang ditawarkan oleh konsumen sangat terjangkau” jawaban responden dominan setuju yaitu sebanyak 24 orang (48%). Maka disimpulkan harga yang ditawarkan lumayan terjangkau.
3. Pada pernyataan yang mengatakan “Saya ingin mencoba berbagai macam Produk Printer Epson yang ada di PT.Pixelindo” jawaban responden dominan setuju yaitu sebanyak 20 orang (40%). Maka disimpulkan bahwa konsumen ingin membeli berbagai macam printer Epson.
4. Pada pernyataan yang mengatakan “Saya memutuskan membeli Printer Epson karena kemantapan pada sebuah produk yang dihasilkan sangat terjamin” jawaban responden dominan setuju yaitu sebanyak 22 orang (44%). Maka disimpulkan bahwa konsumen membeli printer Epson karena mantapnya produk Epson.
5. Pada pernyataan yang mengatakan “Hasil cetak Printer Epson sesuai dengan harapan saya sehingga saya akan membeli ulang produk Printer Epson kembali” jawaban responden dominan sangat setuju yaitu sebanyak 21 orang (42%). Maka dapat disimpulkan bahwa hasil cetak dari printer Epson sesuai yang diharapkan konsumen yaitu bagus.

6. Pada pernyataan yang mendapatkan jawaban dengan nilai rata-rata paling tinggi yaitu pada pernyataan yang mengatakan “Saya sangat membutuhkan Printer Epson untuk kebutuhan sehari-hari saya dilingkungan tempat tinggal saya.” jawaban responden dominan setuju yaitu sebanyak 24 orang (48%). Maka disimpulkan bahwa konsumen membutuhkan printer Epson untuk kebutuhan sehari-hari.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan alahkah baiknya pada nilai rata-rata terendah ada diindikator kesesuaian harga yang dimana harga sangat dominan untuk menutukan minat beli. Menurut Kotler (2018:176) dimana setiap perusahaan harus menentukan harga yang seseuai dengan produk yang dipasarkan. Sedangkam pada nilai tertinggi ada diindikator yang dimana gaya hidup dilingkungan tempat tinggal yaitu sangat berpengaruh karena orang membutuh alat printer Epson untuk membantu aktivitas dalam pekerjaan kantor maupun sekolah.

1.1.3. Analisis Data

1.1.3.1. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik diperlukan sebelum dilakukan pengujian hipotesis. Tujuannya untuk mengetahui apakah model regresi dalam penelitian ini model yang baik atau tidak. Ada beberapa pengujian asumsi klasik yang dilakukan ialah uji Normalitas, uji Multikolinearitas, dan Uji Heterokedastiditas.

1. Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah model regresi berdistribusi normal atau tidak (Ghozali, 2018). Uji yang digunakan adalah *Kolmogorov-Smirnov*. Dengan melihat nilai *Asymp. Sig (2-tailed)*.

Tabel 4. 8
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.43985457
Most Extreme Differences	Absolute	.088
	Positive	.088
	Negative	-.069
Test Statistic		.088
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Hasil Uji SPSS 25

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05 maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov*, dapat disimpulkan bahwa data distribusi secara normal. Demikian, asumsi atau pernyataan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.

2. Uji Multikolinearitas

Tujuan dari uji multikolinearitas adalah untuk menguji apakah model regresi memiliki korelasi antar variabel independent. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara

variabel bebas (independent) atau bebas dari multikolinearitas. Untuk mendeteksi multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai *Tolerance* < 0,10 atau sama dengan nilai VIF > 10 menunjukkan adanya multikolinearitas (Ghozali, 2018). Berikut adalah hasil uji multikolinearitas.

Tabel 4. 9
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.100	2.057		1.021	.312		
	KUALITAS PRODUK	.428	.084	.564	5.068	.000	.485	2.064
	HARGA JUAL	-.043	.084	-.044	-.512	.611	.805	1.242
	CITRA MEREK	.589	.178	.372	3.303	.002	.473	2.116

a. Dependent Variable: MINAT BELI

Sumber: Hasil Uji SPSS 25

Berdasarkan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai VIF untuk variabel Kualitas produk (X1) sebesar 2,064, variabel Harga Jual (X2) sebesar 1,242, variabel Citra Merek (X3) sebesar 2,116. Hal ini berarti bahwa masing-masing yang diuji nilai VIF, tidak ada variabel yang nilainya lebih dari 10. Demikian juga nilai *tolerance* pada variabel Kualitas Produk (X1) sebesar 0,485, variabel Harga Jual (X2) sebesar 0,805, Citra Merek (X3) sebesar 0,473. Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing variabel independen yang diuji memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari

0,1. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala multikolinearitas antara variabel independen yang ditunjukkan dari nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Maka berdasarkan hal tersebut, analisis lebih lanjut dapat dilakukan dengan menggunakan model regresi berganda

3. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan lain dalam sebuah regresi. Pada uji heteroskedastisitas dengan uji *glesjer* ini, apabila nilai signifikansinya $> 0,05$ dapat disimpulkan model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas.

Tabel 4. 10
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	2.547	1.041		2.447
	KUALITAS PRODUK	-.056	.043	-.273	-1.319
	HARGA JUAL	-.019	.043	-.071	-.444
	CITRA MEREK	.092	.090	.214	1.020

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Hasil Uji SPSS 25

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa hasil uji heteroskedastisitas dilihat dari nilai signifikansi masing-masing variabel ialah variabel Kualitas Produk (X1) sebesar 0,194, variabel Harga Jual (X2) sebesar 0,659, dan variabel Citra Merek (X3) sebesar 0,313. Dari hasil tersebut, maka dapat disimpulkan, bahwa model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas. Hal ini

dikarenakan nilai signifikansi dari setiap variabel lebih besar dari 0,05.

1.1.3.2. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Analisis ini bertujuan untuk melihat pengaruh hubungan antara variabel-variabel dependen. Berikut adalah hasil dari pengolahan data menggunakan bantuan program SPSS versi 25.

Tabel 4. 11
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.100	2.057		1.021	.312		
	KUALITAS PRODUK	.428	.084	.564	5.068	.000	.485	2.064
	HARGA JUAL	-.043	.084	-.044	-.512	.611	.805	1.242
	CITRA MEREK	.589	.178	.372	3.303	.002	.473	2.116

a. Dependent Variable: MINAT BELI

Sumber: Hasil Uji SPSS 25

Berdasarkan hasil pengolahan data diatas dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 2,100 + 0,428X_1 - 0,043X_2 + 0,589X_3 + e$$

Keterangan:

1. Konstanta (a) = 2,100 hasil ini memiliki arti bahwa besarnya pengaruh variabel independent terhadap dependen sebesar 0 maka nilai Minat beli sebesar 2,100.
2. Nilai koefisien $X_1 = 0,428$ dengan arah hubungan yang positif menunjukkan setiap peningkatan Kualitas produk maka diikuti oleh peningkatan Minat beli sebesar 0,428 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan.
3. Nilai koefisien $X_2 = -0,043$ dengan arah hubungan yang negatif menunjukkan setiap peningkatan Harga jual maka diikuti oleh peningkatan Minat Beli sebesar -0,043 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan.
4. Nilai koefisien $X_3 = 0,589$ dengan arah hubungan yang positif menunjukkan setiap peningkatan Citra merek maka diikuti oleh peningkatan Minat beli sebesar 0,589 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan.

4.1.3.3. Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara dari suatu pernyataan atau permasalahan dalam penelitian. Kebenaran dari hipotesis perlu diuji secara empiris sehingga data yang telah dikumpulkan dapat menjawab atau menolak hipotesis yang telah diajukan. Hasil uji hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Uji Parsial (Uji t)

Tujuan uji t bertujuan untuk menguji persentase besarnya pengaruh variabe independen secara individual (parsial) yang signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Maka diperoleh hasil uji t sebagai berikut.

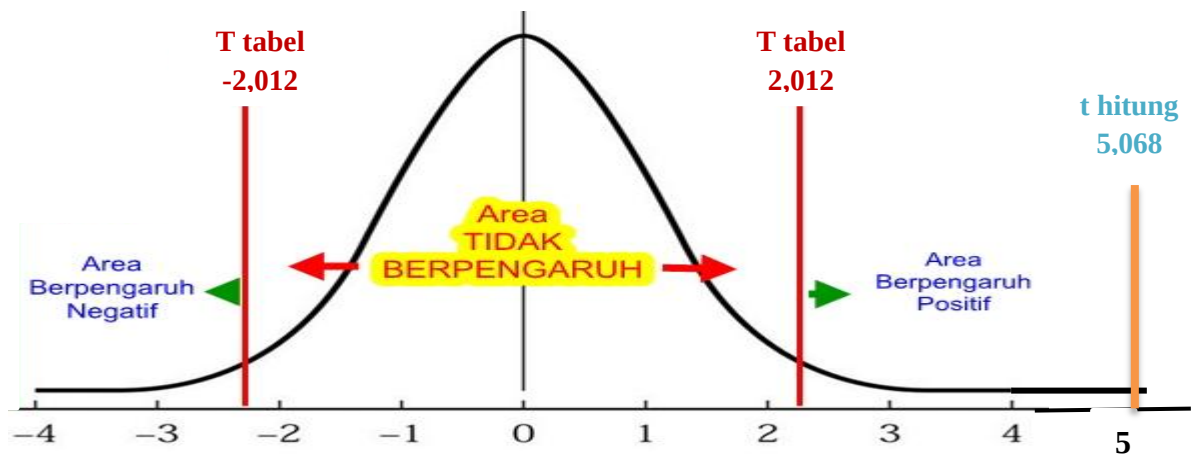
Tabel 4. 12
Hasil Uji Parsial

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.100	2.057		1.021	.312		
	KUALITAS PRODUK	.428	.084	.564	5.068	.000	.485	2.064
	HARGA JUAL	-.043	.084	-.044	-.512	.611	.805	1.242
	CITRA MEREK	.589	.178	.372	3.303	.002	.473	2.116
a. Dependent Variable: MINAT BELI								

Sumber: Hasil Uji SPSS 25

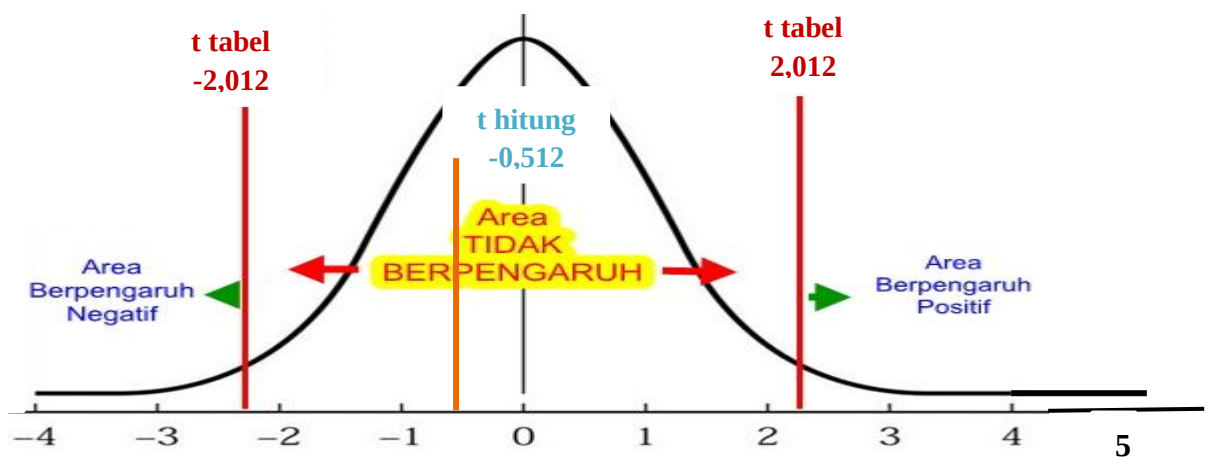
Untuk kriteria Uji t dilakukan pada tingkat $\alpha = 0,05$ dengan derajat kebebasan (df) = n-k atau $50 - 4 = 46$, diperoleh t tabel sebesar 2,012. Hasil uji t pada tabel diatas dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai t hitung variabel Kualitas Produk sebesar 5,068 dan signifikan sebesar 0,000. Hipotesis diterima karena t hitung > t tabel ($5,068 > 2,012$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli secara parsial.



Gambar 4.1
Kurva Uji Parsial Variabel Kualitas Produk
 Sumber: Data diolah

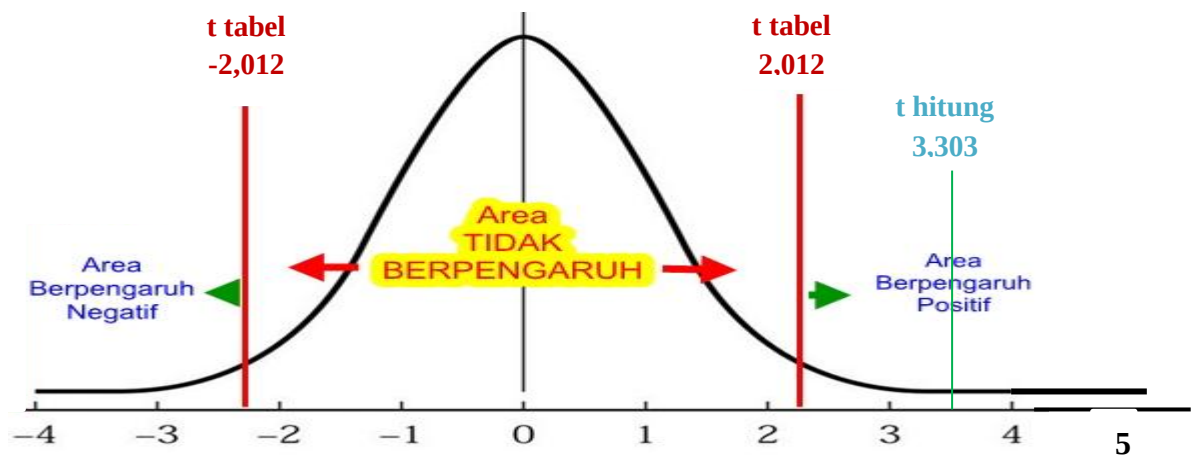
- Nilai t hitung variabel Harga Jual sebesar -0,512 dan signifikan sebesar 0,611. Hipotesis ditolak karena t hitung $> t$ tabel ($-0,512 < 2,012$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa Harga Jual berpengaruh tidak signifikan terhadap Minat Beli secara parsial.



Gambar 4.2
Kurva Uji Parsial Variabel Harga Jual
 Sumber: Data Diolah

- Nilai t hitung variabel Citra Merek sebesar 3,303 dan signifikansi 0,002. Hipotesis diterima karena t hitung $> t$

tabel ($3,303 > 2,012$). Sehingga dapat disimpulkan Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli secara parsial



Gambar 4.3
Kurva Uji Parsial Variabel Citra Merek
 Sumber: Data Diolah

2. Uji Simultan (Uji F)

Tujuan dari uji F adalah untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil uji F dapat dilihat dari tabel *Anova* nilai F dari output. Berikut adalah hasil uji F.

Tabel 4. 13
Hasil Uji Simultan

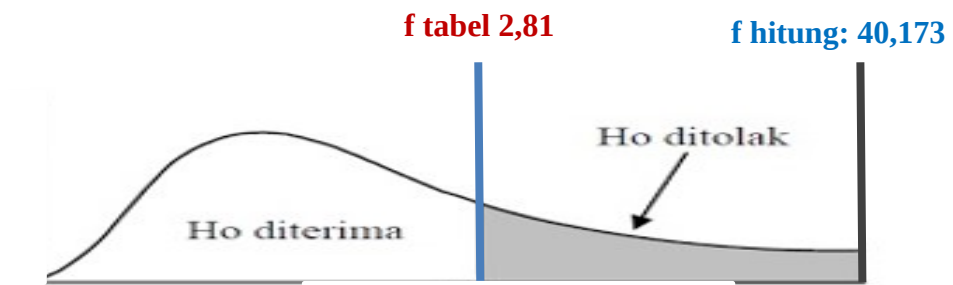
ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	764.228	3	254.743	40.173	.000 ^b
	Residual	291.692	46	6.341		
	Total	1055.920	49			
a. Dependent Variable: MINAT BELI						
b. Predictors: (Constant), CITRA MEREK, HARGA JUAL, KUALITAS PRODUK						

a. Dependent Variable: MINAT BELI

b. Predictors: (Constant), CITRA MEREK, HARGA JUAL, KUALITAS PRODUK

Sumber: Hasil Uji SPSS 25

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai f tabel sebesar 2,81 dan nilai f hitung sebesar 40,173 dengan signifikan 0,000. Karena nilai f hitung lebih besar dari f tabel ($40,173 > 2,81$) dengan signifikansi lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1), Harga Jual (X2), dan Citra Merek (X3) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli (Y).



Gambar 4.4
Kurva Uji Simultan
 Sumber: Data Diolah

4.1.3.4. Uji Koefisien Determinasi R^2

Tujuan dari Koefisien Determinasi R^2 adalah untuk mengukur besar presentase besarnya variabel independen menjelaskan variabel dependen. Koefisien ini disebut juga penentu, karena varians yang terjadi pada variabel independen. Untuk mengetahui sejauh mana kontribusi atau presentase pengaruh Kualitas Produk, Harga Jual, dan Citra Merek terhadap Minat Beli maka dapat diketahui melalui uji determinasi sebagai berikut.

Tabel 4. 14
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.851 ^a	.724	.706	2.518
a. Predictors: (Constant), CITRA MEREK, HARGA JUAL, KUALITAS PRODUK				
b. Dependent Variable: MINAT BELI				

Sumber: Hasil Uji SPSS 25

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel diatas menunjukkan bahwa besarnya *adjusted R²* adalah 0,706, hal ini berarti 70,6% faktor yang mempengaruhi Minat Beli dapat dijelaskan oleh Kualitas Produk, Harga Jual, dan Citra Merek. Sedangkan sisanya 29,4% dapat dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini.

4.2. Pembahasan

4.2.1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli

Hasil analisis membuktikan bahwa terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli. Berdasarkan dari hasil uji parsial, nilai t hitung dari Kualitas Produk lebih besar dari t tabel. Hal ini menandakan bahwa H1 diterima, yang berarti secara parsial Kualitas Produk mempunyai pengaruh positif secara signifikan terhadap Minat Beli. Dengan arti semakin baik kualitas produk dari printer Epson maka semakin tinggi minat beli yang dilakukan konsumen terhadap produk Printer Epson. Apabila suatu produk memiliki keunggulan dibanding dengan produk lain yang sama maka pembeli akan memilih produk yang berdasarkan keunggulannya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat Kotler dan Keller (2016) yang menyatakan bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan

produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan. Perusahaan harus selalu meningkatkan kualitas produk atau jasanya karena peningkatan kualitas produk bisa membuat pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa yang diberikan dan akan mempengaruhi pelanggan untuk membeli produk tersebut.

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi variabel kualitas produk menunjukkan bahwa umumnya skor kuesioner didominasi oleh jawaban setuju dimana nilai rata-rata ini tertinggi di variabel kualitas produk di indikator kualitas yang dipersepsikan. Selanjutnya bila dikaitkan dengan fenomena yang terjadi di PT.Pixelindo terdapat kesesuaian yang didasarkan pada penjabaran yang telah dijelaskan penulis.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Akbar dkk (2022) yang mengungkapkan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli.

4.2.2. Pengaruh Harga Jual terhadap Minat Beli

Hasil analisis statistik membuktikan bahwa terdapat pengaruh Harga Jual terhadap Minat Beli. Berdasarkan dari hasil uji t, diketahui bahwa nilai t hitung lebih kecil dari t tabel maka dapat disimpulkan bahwa H2 ditolak, yang berarti secara parsial harga Jual mempunyai pengaruh tidak signifikan terhadap Minat beli. Artinya jika Harga Jual dari produk printer Epson tidak terjangkau maka minat beli akan menurun.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Firmansyah (2021) yang menyatakan harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa dengan sejumlah nilai yang ditukar oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan produk atau jasa. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Hidayah (2019) yang menyatakan bahwa Harga Jual tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli.

Harga Jual merupakan faktor yang sangat penting dalam penjualan maupun pembelian. Semakin baik harga yang diberikan perusahaan maka semakin menarik minat beli konsumen. Jika harga yang diberikan semakin tinggi maka membuat minat beli menurun.

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi variabel kualitas produk menunjukkan bahwa umumnya skor kuesioner didominasi oleh jawaban setuju dimana nilai rata-rata ini terendah di variabel harga jual diindikator kesesuaian harga dengan kualitas produk. Selanjutnya bila dikaitkan dengan fenomena yang terjadi di PT.Pixelindo terdapat kesesuaian yang didasarkan pada penjabaran yang telah dijelaskan penulis.

Hal ini membuktikan bahwa harga jual tidak berpengaruh positif untuk meyakinkan konsumen dalam membeli produk.

4.2.3. Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli

Hasil analisis membuktikan bahwa terdapat pengaruh citra merek terhadap Minat Beli. Berdasarkan dari hasil uji parsial, nilai t hitung dari Citra Merek lebih besar dari t tabel. Hal ini menandakan

bahwa H3 diterima, yang berarti secara parsial Citra Merek mempunyai pengaruh positif secara signifikan terhadap Minat Beli. Dengan arti semakin baik citra merek dari printer Epson maka semakin tinggi minat beli yang dilakukan konsumen terhadap produk Printer Epson. Apabila suatu produk memiliki Citra Merek yang baik dibanding dengan produk lain yang sama maka pembeli akan memilih produk yang berdasarkan Citra merek yang baik.

Citra Merek merupakan persepsi merek yang dihubungkan dengan asosiasi merek yang melekat pada ingatan konsumen. Semakin baik Citra Merek yang diberikan atau ditawarkan perusahaan maka akan semakin tinggi nilai jual yang diperoleh perusahaan produk. Menurut Tjiptono dalam Hermawan (2012) citra merek merupakan deskripsi tentang asosiasi dan keyakinan terhadap suatu merek tertentu. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Hernaningsih (2023) yang menyatakan bahwa Citra Merek berpengaruh positif terhadap minat beli.

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi variabel Citra Merek menunjukkan bahwa umumnya skor kuesioner didominasi oleh jawaban setuju dimana nilai rata-rata ini tertinggi di variabel Citra Merek diindikasikan kesan modern dengan. Selanjutnya bila dikaitkan dengan fenomena yang terjadi di PT.Pixelindo terdapat kesesuaian yang didasarkan pada penjabaran yang telah dijelaskan penulis.

Citra Merek yang diberikan perusahaan cukup baik dengan setiap desain produknya, dengan kualitas dari produk tersebut juga baik, sehingga Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli secara persial. Hal ini membuat konsumen semakin yakin dalam membeli produk Printer Epson.

4.2.4. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Jual, dan Citra Merek terhadap Minat Beli

Berdasarkan hasil yang diperoleh peneliti terdapat pengaruh Kualitas Produk (X1), Harga Jual (X2) dan Citra Merek (X3) secara bersama-sama atau simultan terhadap Minat Beli (Y). Hal tersebut dibuktikan dari nilai F hitung lebih besar dari F tabel dengan signifikansi lebih kecil. Sehingga dapat dikatakan bahwa Printer Epson memiliki kualitas produk yang lebih baik dari produk lain yang sejenis sehingga pelanggan atau konsumen merasa puas membeli produk tersebut. Kemudian dalam penetapan harga harus semaksimal mungkin karena menjadi hal penting terhadap pelanggan saat membeli suatu produk. Citra merek yang dimiliki oleh printer Epson sudah baik namun perlu meningkatkan atau menjaga citra mereknya agar lebih banyak lagi konsumen yang membeli produk tersebut.

Hipotesis yang dirumuskan diterima. Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Sheila Rachmania Putri (2020) yang menyatakan bahwa Kualitas Produk, Harga Jual dan Citra Merek secara simultan berpengaruh terhadap minat beli.