

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Persaingan bisnis dalam era globalisasi saat ini tidak dapat terelakan. Pemasar yang akan menjual produknya, berupa barang dan jasa harus mampu memenuhi apa yang dibutuhkan dan diinginkan para konsumennya, sehingga bisa memberikan nilai yang lebih baik dari pada pesaingnya. Pemasar harus mencoba mempengaruhi konsumen dengan segala cara agar konsumen bersedia membeli produk yang ditawarkannya, bahkan yang semula tidak ingin, menjadi ingin membeli. Pada prinsipnya konsumen yang menolak hari ini belum tentu menolak dihari berikutnya, akibatnya timbul persaingan dalam menawarkan produk-produk yang berkualitas dengan harga yang mampu bersaing di pasaran.

Produk yang berkualitas dengan harga bersaing merupakan kunci utama dalam memenangkan persaingan, yang pada akhirnya akan dapat memberikan nilai kepuasan yang lebih tinggi kepada konsumen. Konsumen kini memiliki tuntutan nilai yang jauh lebih besar dan beragam karena dihadapkan pada berbagai pilihan berupa barang maupun jasa yang dapat mereka beli. Dalam hal ini perusahaan yang cerdas akan mencoba memahami sepenuhnya proses pengambilan keputusan konsumen, semua pengalaman mereka dalam belajar, memilih, bahkan dalam menggunakan produk. Diantara proses alternative dan pengambilan keputusan terdapat minat beli konsumen.

Kualitas harus diukur melalui sudut pandang konsumen terhadap kualitas produk itu sendiri, sehingga selera konsumen disini sangat berpengaruh. Jadi dalam mengelola kualitas suatu produk harus sesuai dengan kegunaan yang diinginkan oleh konsumen. Menjaga konsistensi dari produk pada tingkat kulalitas yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen merupakan hal yang terpenting.

Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya yang meliputi daya tahan, kehandalan, ketepatan, kemudahan, operasi dan perbaikan serta atribut lainnya (Kotler dan Armstrong dalam Sulistiyanto, 2014:24).

Toko Mega fasion cabang sako Palembang adalah salah satu toko yang menjual berbagai pakaian yang tentunya tengah berupaya memenangkan persaingan pasar dengan terus melakukan inovasi dalam pemasaran untuk mengahapi persaingan yang cukup banyak juga bergerak dibidang tersebut. Toko Mega Fasioan selalu memperhatikan kualitas produk yang diberikan seperti dalam pemilihan bahan kepala toko selalu memilih barang yang berbahan lembut dan dapat meresap keringat dan selalu memeriksa pakaian sebelum dilakukan pemajangan apakah ada kecacatan atau tidak pada pakaian, contohnya pada bagian kancing, resleting, sablonan, dan kesamaan panjang lengan antara kanan dan kiri sekalipun, namun dengan demikian Toko Mega Fasion masih mengalami flukstasi penjualan. Untuk lebih jelas dapat kita lihat tingkat penjualan pada toko Mega Fasion Cabang Sako selama tiga tahun terakhir (2017-2020) pada table berikut ini.

Table 1.1 : Target dan Realisasi Penjualan pada Mega Fasion Cabang Sako Palembang periode Januari 2017 s.d Februari 2020.

Sumber : Mega Fasion Cabang Sako, 2020

BULAN	TARGET PENJUALAN				REALISASI PENJUALAN			
	2017	2018	2019	2020	2017	2018	2019	2020
Januari	Rp. 300.000.000				261.335.300	236.607.250	256.554.700	238.459.030
Februari					238.379.600	245.897.300	257.455.100	208.681.715
Maret					276.259.300	263.409.900	274.840.000	
April					288.532.950	268.195.833	325.826.000	
Mei					311.147.200	444.846.200	767.908.000	
Juni					781.154.900	822.313.400	408.948.550	
Juli					179.892.700	215.217.500	204.584.300	
Agustus					231.635.292	225.058.000	245.702.500	
September					217.491.200	236.613.200	209.147.600	
Oktober					234.414.600	249.811.766	214.551.425	
November					250.296.300	261.907.615	208.664.255	
Desember					302.871.867	303.248.072	239.821.110	

Dari Table 1.1 dapat dilihat bahwa realisasi penjualan pada Mega Fasion Cabang Sako Palembang mengalami fluktuasi jumlah atau turun naik. Setiap tahunnya target penjualan Rp 300.000.000 perbulan namun hanya terealisasi pada bulan-bulan tertentu, yaitu bulan-bulan menjelang hari raya dan akhir tahun.

Kotler (2013:55) menyatakan ada beberapa faktor yang mempengaruhi pencapaian volume penjualan, antara lain: (1) Harga ; (2) Produk (barang atau jasa) yang ditawarkan; (3) Promosi yang dirancang; (4) Saluran Distribusi dan (5) Mutu Produk. Dalam pernyataan diatas dapat dilihat bahwa harga dan produk merupakan salah satu variabel yang mempengaruhi pendapatan perusahaan.

Tidak tercapainya volume penjualan pada tiga tahun terakhir mengindikasikan bahwa minat beli ulang konsumen menurun. Menurut Kotler dan Amstrong (2012) “Minat beli adalah sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, lalu muncul keinginan untuk membeli dan memilikinya.” Keinginan konsumen untuk membeli

ulang suatu produk didasarkan kepercayaan dan nilai berkaitan dengan tindakan membeli atau menggunakan produk tersebut.

Minat pembelian ulang merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek. Menurut Thamrin dan Francis (2012), “Minat beli ulang merupakan minat pembelian yang didasarkan atas pengalaman pembelian yang telah dilakukan dimasa lalu”. Minat beli ulang yang tinggi mencerminkan tingkat kepuasan yang tinggi dari konsumen ketika memutuskan untuk mengadopsi suatu produk. Oleh karena itu suatu perusahaan berusaha memfokuskan pada kualitas produk dan membandingkannya dengan produk yang di tawarkan oleh perusahaan pesaing.

Maka dari uraian diatas penulis tertarik untuk meneliti dan membahas lebih lanjut dalam bentuk penelitian yang diberi judul **“Pengaruh Dimensi Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Mega Fasion Cabang Sako Palembang)”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka penulis merumuskan masalah yang akan dibahas yaitu :

1. Apakah setiap dimensi kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Toko Mega Fasion Cabang Sako Palembang?
2. Apakah setiap dimensi kualitas produk berpengaruh secara simulatan terhadap minat beli konsumen pada Toko Mega Fasion Cabang Sako Palembang?
3. Dimensi manakah yang paling dominan berpegaruh terhadap terhadap minat beli konsumen pada Toko Mega Fasion Cabang Sako Pelambang?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Agar penulisan laporan akhir ini tidak menyimpang dari permasalahan yang ada, maka penulis membatasi ruang lingkup permasalahan yang akan

dibahas. Adapun ruang lingkup pembahasan dari penelitian ini adalah Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Mega Fasion Cabang Sako Palembang).

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan diatas, maka tujuan penelitian Laporan Akhir ini adalah sebagai berikut : untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada Toko Mega Fasion Cabang Sako Palembang.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Manfaat dalam pelaksanaan penelitian ini, ialah sebagai berikut:

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini memberikan informasi yang disertai saran mengenai berbagai permasalahan yang berhubungan dengan kualitas produk serta bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen. Maka dari itu, diharapkan saran tersebut dapat menjadi referensi untuk mengintrospeksi kekurangan dari perusahaan dan memperbaikinya

b. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan studi yang dilakukan penulis dengan mengetahui secara langsung tentang kondisi nyata di perusahaan terkait dengan pemasaran perusahaan. Penulis diharapkan mampu meningkatkan pengetahuan mengenai pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen.

c. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya mengenai pemasaran perusahaan terutama yang berkaitan dengan kualitas produk.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Untuk mempermudah penulis dalam membuat laporan ini, maka penulis membatasi ruang lingkup penelitian. Penelitian dilakukan pada Mega Fasion Cabang Sako Palembang , yang beralamat di Jalan Sematang Borang, Sako, Kota Palembang, mengenai pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada Mega Fasion cabang Sako Palembang.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Menurut Yusi dan Idris (2016:6) berdasarkan cara memperolehnya, jenis dan sumber data dapat dikelompokkan menjadi;

1. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Peneliti memperoleh data primer langsung dari hasil wawancara dan kuisioner/angket yang diberikan pada reponden, yaitu kepala toko dan pelanggan toko Mega Fasion Cabang Sako Palembang.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya dalam bentuk publikasi.. Data sekunder yang penulis gunakan sebagai bahan penyusunan laporan akhir ini adalah dengan menganalisa atau mempelajari data yang telah dikelola oleh kepala toko mengenai kualitas produk.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Penulis memperoleh data-data yang dibutuhkan dalam memperkuat isi laporan ini dengan menggunakan metode pengumpulan data ulang sesuai dengan pokok permasalahan yang ada. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan oleh penulis dalam mengumpulkan data dan informasi untuk penulisan Laporan Akhir ini yaitu:

1. Riset Lapangan (*Field Research*)

Riset lapangan merupakan pengumpulan data yang diperoleh dengan cara mengadakan penelitian ke lapangan secara langsung yang menjadi objek penelitian di toko Mega Fasion Cabang Sako Palembang.

a. Wawancara (*Interview*)

Menurut Yusi dan Idris (2016:114) “Wawancara adalah percakapan dua arah atas inisiatif, pewawancara untuk memperoleh informasi dari responden”. Dalam hal ini, penulis melakukan tanya jawab langsung dengan kepala toko Mega Fasion Cabang Sako Palembang mengenai ruang lingkup kegiatan pemasaran yang digunakan oleh toko guna untuk menambah data yang diperlukan dalam pembuatan Laporan Akhir ini.

b. Kuesioner (*Questionnaire*)

Menurut Sugiyono (2016:219) “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada koresponden untuk dijawabnya”. Dalam hal ini penulis memberikan kuesioner kepada konsumen toko Mega Fasion Cabang Sako Palembang. Hasil kuesioner inilah yang akan dijadikan bahan sebagai pembahasan dari permasalahan.

2. Riset Kepustakaan (*Literary Research*)

Pada teknik ini, penulis menggunakan sumber-sumber tertulis dengan cara mempelajari dan mengumpulkan data-data yang sesuai dengan judul penulisan laporan yang akan dijadikan sebagai landasan teori pada pembahasan selanjutnya.

1.5.4 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2018:80) “Populasi adalah wilayah generalisasi objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang datang berbelanja di Toko Mega Fasion Cabang Sako Palembang.

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2018:131) “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Dikarenakan Populasi terlalu besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi karena keterbatasan waktu dan tenaga, maka menggunakan sampel yang diambil dari populasi.

Dalam Sugiyono (2018:149) Rosoe memberikan saran-saran tentang ukuran sampel seperti berikut ini:

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.
- b. Bila sampel dibagi dalam kategori (Misalnya: pra-wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.

- c. Bila didalam penelitian melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variable yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (Independen + Dependen), maka jumlah anggota sampel = $10 \times 5 = 50$.
- d. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok control, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 s.d 20.

Untuk menentukan jumlah sampel yang akan di teliti pada konsumen Toko Mega Fasion Cabang Sako Palembang, penulis menggunakan saran nomor 3, dikarenakan penulis menggunakan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda).

Rumus Roscoe:

$$n = (\text{VariabelX} + \text{VariabelY}) \times 10$$

Keterangan:

n : Ukuran Sample

Variabel X : Dimensi Kualitas Produk

Variabel Y : Minat Beli

Maka penentuan sampel pada penelitian ini adalah:

Dimana:

X_1 = Kinerja

X_2 = Daya Tahan

X_3 = Kesesuaian dengan spesifikasi

X_4 = Fitur

X_5 = Realibilitas

X_6 = Estetika

X_7 = Kesan Kualitas

Y = Minat Beli

Maka perhitungan dengan menggunakan rumus Roscoe adalah sebagai berikut:

$$n = (\text{Variabel X} + \text{Variabel Y}) \times 10$$

$$n = (7+1) \times 10$$

$$n = 80$$

Jadi, Jumlah sample yang didapat dari perhitungan menggunakan rumus Roscoe sebesar 80 responden sebagai sampel penelitian.

c. Teknik Sampling

Teknik pengambilan sampel penelitian ini adalah teknik Sampling Insidental yaitu pelanggan yang berdasarkan kebetulan yang sedang berbelanja karena tidak semua jumlah populasi sama setiap harinya.

Menurut Sugiyono (2018:138) Sampling incidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti data digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

1.5.5 Operasional Variable

Menurut Sugiyono (2016:41) variabel penelitian didefinisikan sebagai berikut:

“Variabel penelitian merupakan karakteristik yang melekat pada unit analisis penelitian, yang menjadi pusat perhatian dalam penelitian. Dalam kegiatan penelitian, variabel penelitian nilainya akan diukur, dikumpulkan, dianalisis, dan disimpulkan.”

Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel yang mencakup didalam judul yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas (independent variable) adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel yang lain. Sedangkan, variabel terikat (dependent

variable) adalah variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen (Sugiyono, 2016:42).

Berdasarkan judul penelitian yang diambil yaitu “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Toko Mega Fasion Cabang Sako Palembang)”, maka terdapat variabel-variabel yang digunakan yaitu:

Table 1.2
Operasional Variable

Variabel	Indikator Variabel	Sumber
Kualitas Produk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kinerja 2. Daya Tahan 3. Kesesuaian dengan Spesifikasi 4. Fitur 5. Realibilitas 6. Estetika 7. Kesan Kualitas 	Orville, Larreche dan Boyd dalam Wati (2013:4)
Minat Beli	<ol style="list-style-type: none"> 1. Minat Transaksional 2. Minat Referensial 3. Minat Preferensial 4. Minat Eksploratif 	Priansa Donni Juni (2017:165)

1.5.6 Analisa Data

1.5.6.1 Metode Kualitatif

Menurut Yusi dan Idris (2016:5) “Metode kualitatif merupakan teknik penganalisaan yang tidak dapat diukur dalam skala numeric”. Penulis memperoleh berbagai data kemudian menganalisisnya menggunakan literature buku yang ada kaitannya dengan permasalahan yang ada.

1.5.6.2 Metode Kuantitatif

“Data Kuantitatif adalah data yang diukur dalam skala numerik” (Yusi dan Idris, 2009:102). Penulis menggunakan analisis data kuantitatif (angka/hitungan) sebagai bahan dasar untuk menghitung jumlah jawaban responden terhadap kuesioner yang diberikan. Penulis mengumpulkan dan mengolah data yang diperoleh dari kuesioner yang telah disebar dengan menggunakan perhitungan skala likert. Hasil jawaban yang didapat akan dihubungkan dengan bentuk pernyataan yang diungkapkan dengan kata-kata sebagai berikut.

Tabel 1.3
Skala Likert

Faktor yang Mempengaruhi	Keterangan	Bobot Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
R	Ragu	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2018:153).

Dengan menggunakan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator sebagai titik tolak untuk menyusun item instrumen yang berupa pernyataan yang perlu dijawab oleh responden.

a. Uji Validitas dan Reabilitas Variabel

1) Validitas

Menurut Yusi dan Idris (2016:92) “validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen”.

Jadi, uji validitas dilakukan untuk memastikan pertanyaan-pertanyaan pada kuisisioner sudah tepat dan tidak

perlu untuk diperbaiki serta dapat digunakan untuk analisis selanjutnya. Cara penilaiannya dengan melihat r tabel dan mencari nilai r hitung dari hasil kuisioner. Melihat r tabel dengan cara $Df = \text{Jumlah responden} - 2$. Apabila nilai r hitung $> r$ tabel maka instrumen tersebut dapat dinyatakan valid. Sebaliknya, apabila r hitung $< r$ tabel maka instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

2) Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2015:269) suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti objek yang sama atau peneliti dalam kurun waktu berbeda menghasilkan data yang saama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda.

Jadi, uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel. Uji reliabilitas dilakukan untuk menunjukkan alat ukur yang digunakan dapat dipercaya dan tetap konsisten jika pengukuran dilakukan lebih dari satu kali. Hasil pengujian dapat dilihat dari *cronbach's alpha*. Apabila nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari r tabel, maka instrumen tersebut dapat dikatakan reliable atau konsisten. Sebaliknya, apabila nilai *cronbach's alpha* lebih kecil dari r tabel, maka instrumen tersebut dikatakan tidak konsisten.

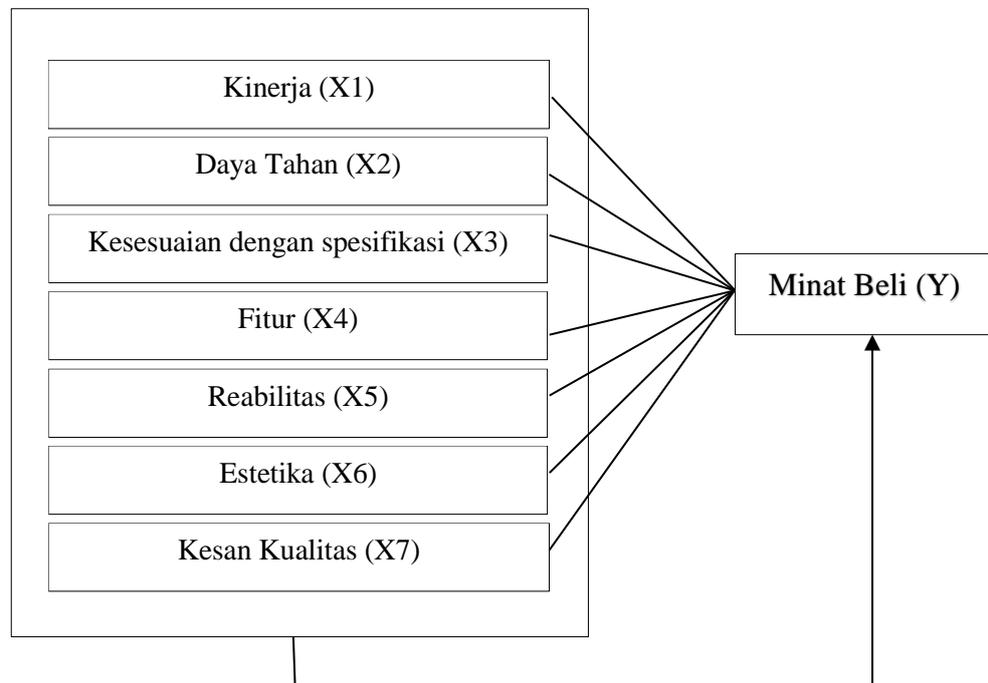
1.5.6.3 Teknik Pengolahan Data

Teknik yang digunakan untuk mengolah data adalah teknik analisis statistik, melalui program komputer *Excel Statistic Analysis & SPSS 22.0*.

Variabel-variabel dalam penelitian ini terdiri dari 2 (tiga) variabel, yaitu sebagai berikut:

1. Variabel bebas (*Independent*) yaitu Kualitas Produk

2. Variabel terikat (*Dependent*) yaitu Minat Beli



Gambar 1.1 Kerangka Bepikir

Hipotesis :

Menurut Sugiyono (2009:96) “hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan.”

Hipotesis dirumuskan atas dasar kerangka pikir yang merupakan jawaban sementara atas masalah yang dirumuskan. Selanjutnya untuk hipotesis statistiknya adalah sebagai berikut:

- H0 : Dimensi kinerja pada kualitas produk tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Toko Mega Fasion Cabang Sako Palembang
- H1 : Terdapat pengaruh dimensi kinerja pada kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada Toko Mega Fasion Cabang Sako Palembang
- H02 : Dimensi daya tahan pada kualitas produk tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Toko Mega Fasion Cabang Sako Palembang

- H2 : Terdapat pengaruh dimensi daya tahan pada kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada Toko Mega Fasion Cabang Sako Palembang
- H03 : Dimensi kesesuaian dengan spesifikasi pada kualitas produk tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Toko Mega Fasion Cabang Sako Palembang
- H3 : Terdapat pengaruh dimensi kesesuaian dengan spesifikasi pada kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada Toko Mega Fasion Cabang Sako Palembang
- H04 : Dimensi fitur pada kualitas produk tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Toko Mega Fasion Cabang Sako Palembang
- H4 : Terdapat pengaruh dimensi fitur pada kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada Toko Mega Fasion Cabang Sako Palembang
- H05 : Dimensi reabilitas pada kualitas produk tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Toko Mega Fasion Cabang Sako Palembang
- H5 : Terdapat pengaruh dimensi reabilitas pada kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada Toko Mega Fasion Cabang Sako Palembang
- H06 : Dimensi estetika pada kualitas produk tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Toko Mega Fasion Cabang Sako Palembang
- H6 : Terdapat pengaruh dimensi estetika pada kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada Toko Mega Fasion Cabang Sako Palembang
- H07 : Dimensi kesan kualitas pada kualitas produk tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Toko Mega Fasion Cabang Sako Palembang
- H7 : Terdapat pengaruh dimensi kesan kualitas pada kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada Toko Mega Fasion Cabang Sako Palembang
- H08 : Dimensi kualitas produk berpengaruh tidak berpengaruh secara simulatan terhadap minat beli konsumen pada Toko Mega Fasion Cabang Sako Palembang
- H8 : Terdapat pengaruh secara simultan pada kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada Toko Mega Fasion Cabang Sako Palembang

Adapun teknik analisis data yang digunakan peneliti adalah sebagai berikut:

1.5.6.4 Regresi Linear Berganda

Menurut Yusi dan Idris (2009:135) “Dalam regresi berganda terdapat satu variabel terikat dengan lebih dari satu variabel bebas yang mempengaruhinya.”

Penulis menggunakan persamaan regresi berganda untuk mengetahui apakah kualitas produk dan harga mempengaruhi minat beli konsumen. Adapun rumus regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + b_7X_7 + e$$

Keterangan:

Y = Minat Beli

b₁, b₂ = Koefisien regresi

e = error term

X₁ = Kinerja

X₂ = Daya Tahan

X₃ = Kesesuaian dengan spesifikasi

X₄ = Fitur

X₅ = Reabilitas

X₆ = Estetika

X₇ = Kesan Kualitas

1.5.6.5 Uji T (Parsial)

Menurut Gozhali (2016:97) “Uji T pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual terhadap variabel dependen.”

Cara melakukan uji F adalah dengan melihat T tabel dan mencari nilai T hitung. Jika nilai T hitung > T tabel, maka terdapat pengaruh variabel X secara parsial terhadap variabel Y.

Sebaliknya, jika nilai T hitung $<$ T tabel, maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara parsial terhadap variabel Y .

1.5.6.6 Uji F (Simultan)

Menurut Ghozali (2016:98) uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat.

Cara melakukan uji F adalah dengan melihat F tabel dan mencari nilai F hitung. Jika nilai F hitung $>$ F tabel, maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y . Sebaliknya, jika nilai F hitung $<$ F tabel, maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y .