

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Perusahaan

a. Profil Perusahaan

Azzam Boutique Teluk Panji merupakan suatu usaha dagang yang bergerak dibidang fashion, usaha ini menjual berbagai jenis pakaian jadi mulai dari anak-anak, remaja hingga dewasa, Azzam Boutique Teluk Panji beralamat di Teluk Panji, usaha ini merupakan usaha yang menjual berbagai jenis pakaian dengan berbagai merek.

Azzam Boutique Teluk Panji merupakan usaha keluarga yang didirikan oleh Ibu Restu Evita Marbun pada tahun 2018, pada awal pendiriannya usaha ini hanya dijalankan oleh keluarga bapak kamtoso bersama istri dan 2 anaknya dan tidak memiliki karyawan, namun setelah 1 tahun berjalan usaha ini mengalami kemajuan dan sudah memiliki karyawan untuk membantu kegiatan usaha Azzam Boutique Teluk Panji.

Karyawan yang bekerja di Azzam Boutique Teluk Panji merupakan karyawan yang berdomisili disekitar Azzam Boutique Teluk Panji, Peningkatan usaha Azzam Boutique Teluk Panji terus mengalami perkembangan, sehingga penjualan yang dilakukan berkembang dengan melakukan penjualan online.

b. Visi dan Misi Azzam boutiques

Visi dan misi Azzam boutiques adalah sebagai berikut :

Visi Azzam boutiques :

Menjadi usaha yang memiliki tingkat pelayanan yang memuaskan dan mengutamakan pelanggan

Misi Azzam boutiques :

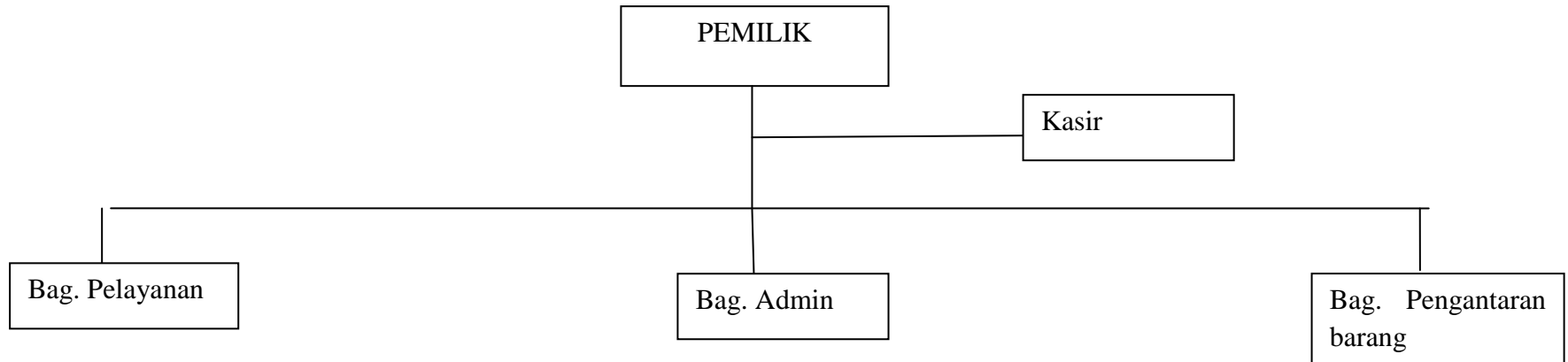
Memprioritaskan pelanggan dengan memperhatikan mutu pelayanan yang diberikan.

c. Struktur Organisasi

Struktur Organisasi merupakan susunan secara sistematis mengenai jabatan didalam suatu organisasi atau perusahaan, Struktur Organisasi dapat digunakan untuk melihat posisi kepala bagian dan divisi yang menjadi tanggung jawabnya.

Adapun Struktur Azzam boutiques dapat dilihat pada gambar 4.1 dibawah ini

STRUKTUR ORGANISASI AZZAM BOUTIQUES



Gambar 4.1

d. Job Deskripsi**1) Pemilik**

Tugas nya adalah memimpin keberhasilan suatu usaha yang sedang dijalankan, membuat kebijakan, mengawasi karyawan dan memberikan upah karyawan.

2) Kasir

Tugasnya adalah :

1. Menerima uang dari konsumen
2. Menerima pembayaran
3. Memberikan laporan kepada pemilik

3) Bagian Pelayanan

Tugasnya adalah :

1. Melayani konsumen
2. Memastikan kenyamanan konsumen
3. Melakukan pelayanan terhadap konsumen
4. Menerima uang dari konsumen
5. Menerima pembayaran
6. Memberikan laporan kepada pemilik

4) Bagian Admin

Tugasnya adalah :

1. Melakukan iklan secara online
2. Melakukan list pesanan konsumen
3. Mempersiapkan pesanan konsumen
4. Melakukan pembukuan
1. Memberikan laporan kepada pemilik

5) Bagian pengantaran barang

Tugasnya adalah :

1. Menerima daftar pesanan dari bagian admin
2. Melakukan packing barang
3. Mengantarkan barang kepada konsumen
4. Mengantarkan barang ke jasa pengiriman apabila pemesanan ke tempat yang jauh
5. Memberikan laporan kepada pemilik

2. Deskriptif Responden

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen Azzam boutiques Teluk panji dideskripsikan berdasarkan jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan tingkat umur.

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| Jenis Kelamin | Jumlah | Persentase |
|---------------|--------|------------|
| Laki-Laki | 15 | 15,62 |
| Perempuan | 81 | 84,38 |
| Total | 96 | 100 % |

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.1 diperoleh bahwa mayoritas responden adalah perempuan yaitu 81 orang atau 15,62%, sedangkan laki-laki 15 orang atau 15,62%.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

| Jenis Pendidikan | Jumlah | Persentase |
|------------------|--------|------------|
| Sarjana | 76 | 79,16 |
| SMA/ sederajat | 20 | 20,84 |
| Total | 96 | 100 % |

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.2 diperoleh bahwa responden yang berpendidikan SMA Sederajat yaitu 76 orang atau 79,16%. Sedangkan yang berpendidikan sarjana yaitu 20 orang atau 20,84% .

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

| Umur | Jumlah | Persentase |
|-----------|--------|------------|
| <23 Tahun | 15 | 15,62 |
| >23 Tahun | 81 | 84,38 |
| Total | 96 | 100 % |

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.3 diperoleh bahwa untuk umur responden yang terbanyak adalah diatas 23 tahun sebanyak 81 orang atau 84,36%.

3. Deskriptif Variabel Penelitian

a. Deskriptif Jawaban Responden Inovasi teknologi

Deskriptif tentang Inovasi teknologi pada Azzam boutiques Teluk panji dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut ini :

Tabel 4.4

Tanggapan responden tentang Inovasi Teknologi

| Pernyataan | Alternatif jawaban | | | | | | | | | | Total | % |
|------------|--------------------|------|----|------|----|---|----|---|-----|---|-------|-----|
| | SS | | S | | KS | | TS | | STS | | | |
| | Fi | % | Fi | % | Fi | % | Fi | % | Fi | % | | |
| 1 | 61 | 63,5 | 35 | 36,5 | - | - | - | - | - | - | 96 | 100 |
| 2 | 45 | 46,9 | 51 | 54,1 | - | - | - | - | - | - | 96 | 100 |
| 3 | 50 | 52,1 | 46 | 47,9 | - | - | - | - | - | - | 96 | 100 |
| 4 | 74 | 77,1 | 22 | 22,9 | - | - | - | - | - | - | 96 | 100 |
| 5 | 50 | 52,1 | 46 | 47,9 | - | - | - | - | - | - | 96 | 100 |
| 6 | 74 | 77,1 | 22 | 22,9 | - | - | - | - | - | - | 96 | 100 |

Sumber : Kuesioner (data diolah),2023

Dari data diatas terlihat bahwa :

1. Pada pernyataan ke 1, terdapat 61 responden atau sebanyak 63,5% menjawab sangat setuju dan terdapat 35 responden atau sebanyak 36,5% menjawab setuju.
2. Pada pernyataan ke 2, terdapat 45 responden atau sebanyak 46,9% menjawab sangat setuju dan terdapat 51 responden atau sebanyak 53,1% menjawab setuju.
3. Pada pernyataan ke 3, terdapat 50 responden atau sebanyak 52,1% menjawab sangat setuju dan terdapat 46 responden atau sebanyak 47,9% menjawab setuju.
4. Pada pernyataan ke 4, terdapat 74 responden atau sebanyak 77,1% menjawab sangat setuju dan terdapat 22 responden atau sebanyak 22,9% menjawab setuju.
5. Pada pernyataan ke 5, terdapat 50 responden atau sebanyak 52,1% menjawab sangat setuju dan terdapat 46 responden atau sebanyak 47,9% menjawab setuju.
6. Pada pernyataan ke 6, terdapat 74 responden atau sebanyak 77,1% menjawab sangat setuju dan terdapat 22 responden atau sebanyak 22,9% menjawab setuju

b. Deskriptif jawaban responden tentang pemasaran

Deskriptif tentang pemasaran pada Azzam boutiques Teluk panji dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut ini :

Tabel 4.5
Tanggapan responden tentang Pemasaran

| Pernyataan | Alternatif jawaban | | | | | | | | | | Total | % |
|------------|--------------------|------|----|------|----|---|----|---|-----|---|-------|-----|
| | SS | | S | | KS | | TS | | STS | | | |
| | Fi | % | Fi | % | Fi | % | Fi | % | Fi | % | | |
| 1 | 86 | 89,6 | 10 | 10,4 | - | - | - | - | - | - | 96 | 100 |
| 2 | 79 | 82,3 | 17 | 17,7 | - | - | - | - | - | - | 96 | 100 |
| 3 | 75 | 78,1 | 21 | 21,9 | - | - | - | - | - | - | 96 | 100 |
| 4 | 83 | 86,5 | 13 | 13,5 | - | - | - | - | - | - | 96 | 100 |
| 5 | 45 | 46,9 | 51 | 53,1 | - | - | - | - | - | - | 96 | 100 |
| 6 | 50 | 52,1 | 46 | 47,9 | - | - | - | - | - | - | 96 | 100 |
| 7 | 83 | 86,5 | 13 | 13,5 | - | - | - | - | - | - | 96 | 100 |
| 8 | 74 | 77,1 | 22 | 22,9 | - | - | - | - | - | - | 96 | 100 |

Sumber : Kuesioner (data diolah),2023

Dari data diatas terlihat bahwa :

1. Pada pernyataan ke 1, terdapat 86 responden atau sebanyak 89,6% menjawab sangat setuju dan terdapat 10 responden atau sebanyak 10,4% menjawab setuju.
2. Pada pernyataan ke 2, terdapat 79 responden atau sebanyak 82,3% menjawab sangat setuju dan terdapat 17 responden atau sebanyak 17,7% menjawab setuju.

3. Pada pernyataan ke 3, terdapat 75 responden atau sebanyak 78,1% menjawab sangat setuju dan terdapat 21 responden atau sebanyak 21,9% menjawab setuju.
4. Pada pernyataan ke 4, terdapat 83 responden atau sebanyak 86,5% menjawab sangat setuju dan terdapat 13 responden atau sebanyak 13,5% menjawab setuju.
5. Pada pernyataan ke 5, terdapat 45 responden atau sebanyak 46,9% menjawab sangat setuju dan terdapat 51 responden atau sebanyak 53,1% menjawab setuju
6. Pada pernyataan ke 6, terdapat 50 responden atau sebanyak 52,1% menjawab sangat setuju dan terdapat 46 responden atau sebanyak 47,9% menjawab setuju
7. Pada pernyataan ke 7, terdapat 83 responden atau sebanyak 86,5% menjawab sangat setuju dan terdapat 13 responden atau sebanyak 13,5% menjawab setuju
8. Pada pernyataan ke 8, terdapat 74 responden atau sebanyak 77,1% menjawab sangat setuju dan terdapat 22 responden atau sebanyak 22,9% menjawab setuju

c. Deskriptif jawaban responden tentang brand image

Deskriptif tentang brand image pada Azzam boutiques Teluk panji dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut ini :

Tabel 4.6
Tanggapan responden tentang Brand Image

| Pernyataan | Alternatif jawaban | | | | | | | | | | Total | % |
|------------|--------------------|------|----|------|----|---|----|---|-----|---|-------|-----|
| | SS | | S | | KS | | TS | | STS | | | |
| | Fi | % | Fi | % | Fi | % | Fi | % | Fi | % | | |
| 1 | 61 | 63,5 | 35 | 36,5 | - | - | - | - | - | - | 96 | 100 |
| 2 | 45 | 46,9 | 51 | 54,1 | - | - | - | - | - | - | 96 | 100 |
| 3 | 50 | 52,1 | 46 | 47,9 | - | - | - | - | - | - | 96 | 100 |
| 4 | 74 | 77,1 | 22 | 22,9 | - | - | - | - | - | - | 96 | 100 |
| 5 | 50 | 52,1 | 46 | 47,9 | - | - | - | - | - | - | 96 | 100 |
| 6 | 74 | 77,1 | 22 | 22,9 | - | - | - | - | - | - | 96 | 100 |

Sumber : Kuesioner (data diolah),2023

Dari data diatas terlihat bahwa :

1. Pada pernyataan ke 1, terdapat 61 responden atau sebanyak 63,5% menjawab sangat setuju dan terdapat 35 responden atau sebanyak 36,5% menjawab setuju.
2. Pada pernyataan ke 2, terdapat 45 responden atau sebanyak 46,9% menjawab sangat setuju dan terdapat 51 responden atau sebanyak 53,1% menjawab setuju.

3. Pada pernyataan ke 3, terdapat 50 responden atau sebanyak 52,1% menjawab sangat setuju dan terdapat 46 responden atau sebanyak 47,9% menjawab setuju.
4. Pada pernyataan ke 4, terdapat 74 responden atau sebanyak 77,1% menjawab sangat setuju dan terdapat 22 responden atau sebanyak 22,9% menjawab setuju.
5. Pada pernyataan ke 5, terdapat 50 responden atau sebanyak 52,1% menjawab sangat setuju dan terdapat 46 responden atau sebanyak 47,9% menjawab setuju.
6. Pada pernyataan ke 6, terdapat 74 responden atau sebanyak 77,1% menjawab sangat setuju dan terdapat 22 responden atau sebanyak 22,9% menjawab setuju.

d. Deskriptif jawaban responden tentang minat beli

Deskriptif tentang minat beli di Azzam boutiques Teluk panji dapat dilihat pada tabel 4.7 berikut ini :

Tabel 4.7
Tanggapan responden tentang Minat Beli

| Pernyataan | Alternatif jawaban | | | | | | | | | | Total | % |
|------------|--------------------|------|----|------|----|---|----|---|-----|---|-------|-----|
| | SS | | S | | KS | | TS | | STS | | | |
| | Fi | % | Fi | % | Fi | % | Fi | % | Fi | % | | |
| 1 | 86 | 89,6 | 10 | 10,4 | - | - | - | - | - | - | 96 | 100 |
| 2 | 79 | 82,3 | 17 | 17,7 | - | - | - | - | - | - | 96 | 100 |
| 3 | 75 | 78,1 | 21 | 21,9 | - | - | - | - | - | - | 96 | 100 |
| 4 | 83 | 86,5 | 13 | 13,5 | - | - | - | - | - | - | 96 | 100 |
| 5 | 45 | 46,9 | 51 | 53,1 | - | - | - | - | - | - | 96 | 100 |
| 6 | 50 | 52,1 | 46 | 47,9 | - | - | - | - | - | - | 96 | 100 |
| 7 | 83 | 86,5 | 13 | 13,5 | - | - | - | - | - | - | 96 | 100 |
| 8 | 74 | 77,1 | 22 | 22,9 | - | - | - | - | - | - | 96 | 100 |

Sumber : Kuesioner (data diolah),2023

Dari data diatas terlihat bahwa :

1. Pada pernyataan ke 1, terdapat 86 responden atau sebanyak 89,6% menjawab sangat setuju dan terdapat 10 responden atau sebanyak 10,4% menjawab setuju.
2. Pada pernyataan ke 2, terdapat 79 responden atau sebanyak 82,3% menjawab sangat setuju dan terdapat 17 responden atau sebanyak 17,7% menjawab setuju.
3. Pada pernyataan ke 3, terdapat 75 responden atau sebanyak 78,1% menjawab sangat setuju dan terdapat 21 responden atau sebanyak 21,9% menjawab setuju.

4. Pada pernyataan ke 4, terdapat 83 responden atau sebanyak 86,5% menjawab sangat setuju dan terdapat 13 responden atau sebanyak 13,5% menjawab setuju.
5. Pada pernyataan ke 5, terdapat 45 responden atau sebanyak 46,9% menjawab sangat setuju dan terdapat 51 responden atau sebanyak 53,1% menjawab setuju
6. Pada pernyataan ke 6, terdapat 50 responden atau sebanyak 52,1% menjawab sangat setuju dan terdapat 46 responden atau sebanyak 47,9% menjawab setuju
7. Pada pernyataan ke 7, terdapat 83 responden atau sebanyak 86,5% menjawab sangat setuju dan terdapat 13 responden atau sebanyak 13,5% menjawab setuju
8. Pada pernyataan ke 8, terdapat 74 responden atau sebanyak 77,1% menjawab sangat setuju dan terdapat 22 responden atau sebanyak 22,9% menjawab setuju

4. Analisis Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas melihat apakah dalam model regresi variabel bebas dan variabel terikat memiliki data yang berdistribusi normal atau tidak. Cara yang sering digunakan dalam uji normalitas yaitu :

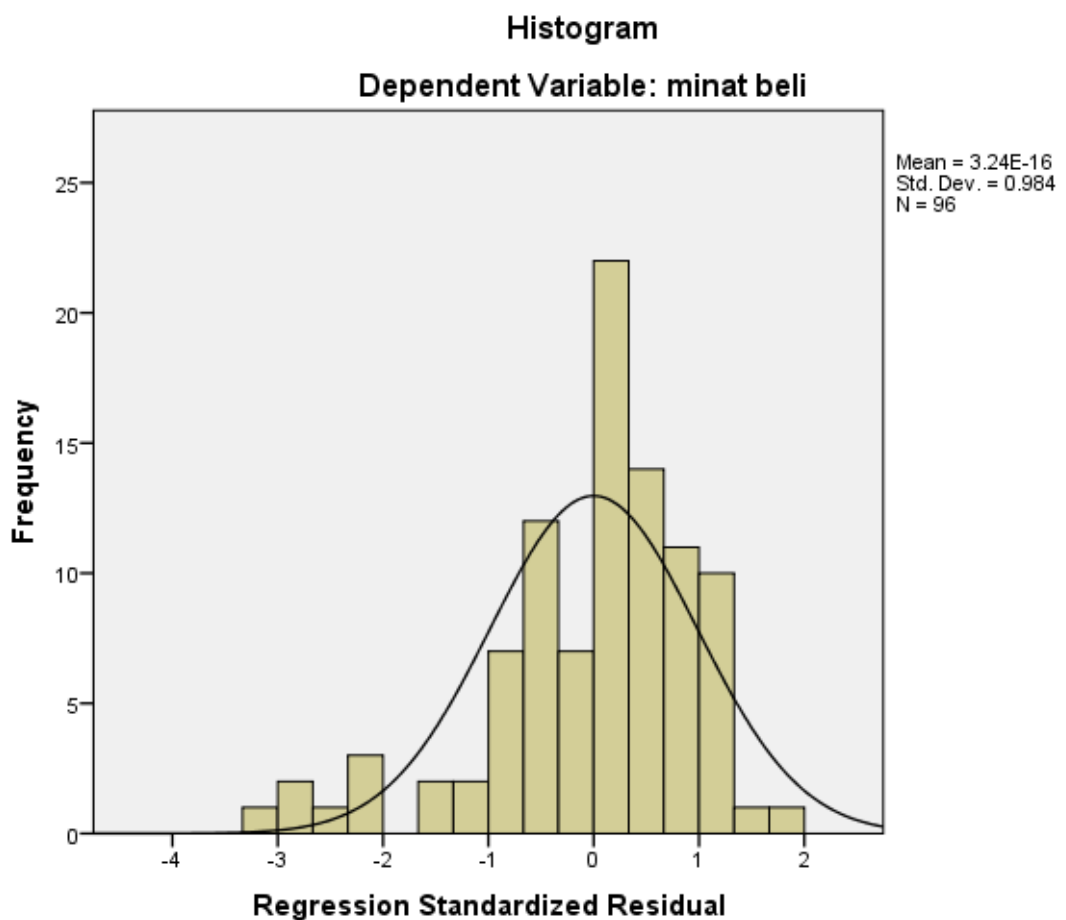
- Tampilan grafik histogram

Tampilan grafik histogram yang memberikan pola distribusi normal akan menyebar secara merata ke kiri dan kekanan.

- grafik Normal PP plot.

Jika Grafik Normal Plot menunjukkan bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal maka dapat disimpulkan bahwa model garis regresi memenuhi asumsi normalitas.

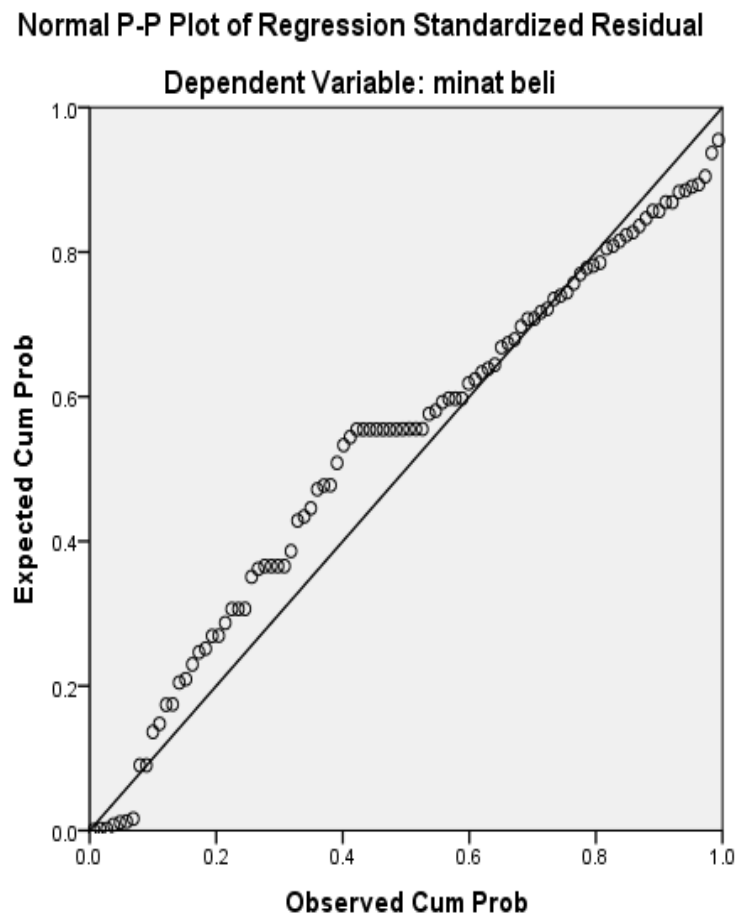
Berikut ini adalah grafik histogram dan grafik normal pp plot yang digunakan untuk melihat apakah model regresi bebas dan variabel terikat memiliki data yang berdistribusi normal atau tidak.



Gambar 4.2

Grafik Histogram

Tampilan grafik histogram diatas memberikan pola distribusi normal Karena menyebar secara merata kekiri dan kekanan, serta terbentuk bentuk lonceng. Hal ini menunjukkan bahwa regresi variabel bebas dan variabel terikat memiliki data yang berdistribusi normal.



Gambar 4.3

Grafik Normal P-P Plot

Pada Gambar P-P Plot diatas ini terlihat bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Dari

grafik ini dapat disimpulkan bahwa model garis regresi memenuhi asumsi normalitas, Sehingga menunjukkan bahwa data berdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada tidak nya variabel independent yang memiliki kemiripan dengan variabel independent lainnya dalam satu model yang dapat menyebabkan terjadinya korelasi yang sangat kuat antara variabel independent tersebut.

Perhitungan uji independen antar variabel bebas dapat dilihat dari hasil analisis collinearity statistik.

Multikolinieritas terjadi apabila (1) nilai *tolerance* ($Tolerance > 0.10$) dan (2) *Variance inflation faktor* ($VIF < 10$). Hasil pengujian untuk uji multikolinearitas ditampilkan pada tabel berikut :

Tabel 4.9
Uji Multikolnearitas

Coefficients^a

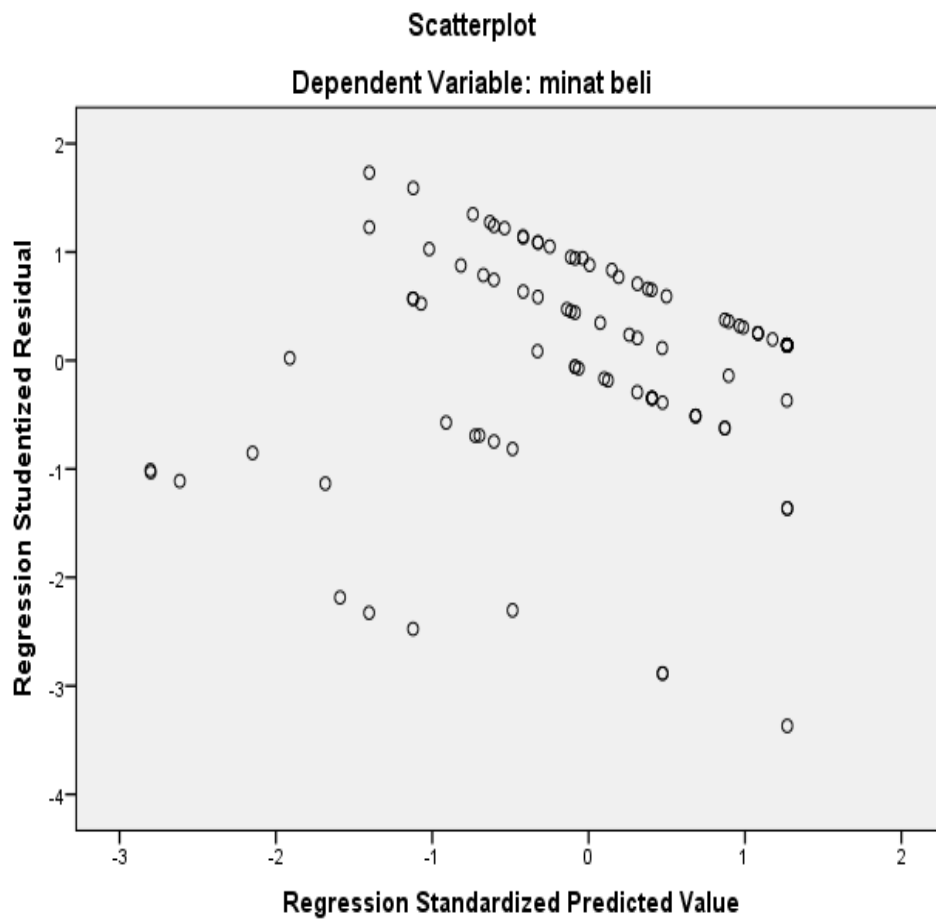
| Model | Collinearity Statistics | |
|-------|-------------------------|-------|
| | Tolerance | VIF |
| 1 | | |
| | (Constant) | |
| | Inovasi teknologi | .927 |
| | Pemasaran | .922 |
| | Brand image | .991 |
| | | 1.079 |
| | | 1.084 |
| | | 1.009 |

Sumber : Data Primer diolah, 2023

Tabel 4.9 di atas memperlihatkan nilai tolerance variabel Inovasi teknologi adalah 0,927 lebih besar dari 0,10 dan nilai vif sebesar 1,079 lebih kecil dari 10, nilai tolerance variabel pemasaran adalah 0,922 lebih besar dari 0,10 dan nilai vif sebesar 1,084 lebih kecil dari 10, dan nilai tolerance variabel brand image adalah 0,991 lebih besar dari 0,10 dan nilai vif sebesar 1,009 lebih kecil dari 10, Hal ini berarti tidak terjadi problem multikolinearitas atau korelasi yang tinggi antar faktor yang terbentuk.

c. Uji Heteroskedaritas

Uji heteroskedaritas bertujuan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan terhadap pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak mengalami gejala heteroskedaritas, dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan terhadap pengamatan yang lain, hal ini disebut homoskedaritas. Hasil pengujian heteroskedaritas dengan menggunakan metode gambar dapat dilihat pada gambar 4.4 sebagai berikut :



Gambar 4.4
Uji Heteroskedaritas

Berdasarkan Gambar 4.4 terlihat bahwa titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol,serta tidak membentuk pola. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi hipotesis penelitian ini tidak terdapat unsur heteroskedaritas.

5. Analisis Regresi Linier Berganda

a. Analisis Regresi Berganda

Tabel 4.10
Hasil Analisis Regresi Berganda

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | |
|-------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|--------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | | |
| 1 | (Constant) | -0.829 | .733 | | -1.130 | .259 |
| | Inovasi teknologi | .064 | .021 | .060 | 3.062 | .002 |
| | Pemasaran | .048 | .021 | .046 | 2.326 | .021 |
| | Brand image | .935 | .019 | .932 | 4.835 | .000 |

Sumber : data diolah dengan SPSS 20,2023

Berdasarkan Tabel 4.10 maka dapat dibuat persamaan yaitu :

$$Y = -0,829 + 0,064 + 0,048 + 0,935$$

1. Koefisien regresi Inovasi teknologi menunjukkan hubungan positif terhadap minat beli dengan nilai koefisien sebesar 0,069. Berarti setiap peningkatan Inovasi teknologi sebesar 0,064 akan meningkatkan minat beli sebesar 0,069.
2. Koefisien regresi pemasaran menunjukkan hubungan positif terhadap minat beli dengan nilai koefisien sebesar 0,048. Berarti setiap peningkatan pemasaran sebesar 0,048 akan meningkatkan minat beli sebesar 0,048.

3. Koefisien regresi brand image menunjukkan hubungan positif terhadap minat beli dengan nilai koefisien sebesar 0,935. Berarti setiap peningkatan brand image sebesar 0,935 akan meningkatkan minat beli sebesar 0,935.
4. Nilai Konstanta sebesar -0,829 menunjukkan bahwa minat beli sebesar -0,829 tanpa adanya pengaruh dari Inovasi teknologi, pemasaran dan brand image.

b. Uji Parsial (Uji T)

Uji T dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, apakah secara parsial variabel independent memberikan pengaruh terhadap variabel dependent. Hasil uji t dapat dilihat 4.11 dibawah ini :

Tabel 4.11
Uji parsial (Uji T)
Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | -.829 | .733 | | -1.130 | .259 |
| 1 Inovasi teknologi | .064 | .021 | .060 | 3.062 | .002 |
| Pemasaran | .048 | .021 | .046 | 2.326 | .021 |
| Brand image | .935 | .019 | .932 | 4.835 | .000 |

Sumber : data diolah menggunakan SPSS 20 :2023

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan antara t_{tabel} dengan t_{hitung} . Diketahui T tabel pada distribusi $Df_1=0,05:2= 0,025$, $Df_2=n-k =96-4=92$,

sehingga t tabel dapat diketahui dengan melihat tabel t pada kolom ke 0,025 pada baris ke 92 yaitu 1,966.

Berdasarkan tabel 4.11 maka dapat dilihat bahwa :

1. Nilai t hitung untuk Inovasi teknologi adalah sebesar 3,062, t tabel 1,966 ($t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$), dengan nilai signifikan $0,002 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Inovasi teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.
2. Nilai t hitung untuk pemasaran adalah sebesar 2,326, t tabel 1,966 ($t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$), dengan nilai signifikan $0,021 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.
3. Nilai t hitung untuk brand image adalah sebesar 4,835, t tabel 2,004 ($t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$), dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Brand image berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

c. Uji Simultan (Uji F)

Uji f dilakukan untuk menguji secara simultan (secara bersama-sama) apakah variabel independent memberikan pada Azzam boutiques Teluk panji .

Tabel 4.12
Uji Simultan (F)

ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|---------|-------------------|
| 1 | Regression | 1199.127 | 3 | 399.709 | 795.934 | .000 ^b |
| | Residual | 190.832 | 96 | .502 | | |
| | Total | 1389.958 | 91 | | | |

(Sumber : Data diolah menggunakan SPSS windows 20, 2023)

Nilai F tabel pada distribusi $Df_1=k$, $df_2=n-1-k=96-1-4=91$, sehingga dapat dilihat pada tabel F yaitu kolom ke 4 pada baris ke 91 yaitu 2,12, maka berdasarkan tabel 4.12 terlihat bahwa nilai F hitung $795,934 > 2,12$, dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, ini menunjukkan bahwa secara serempak variabel independent berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependent.

d. Koefisien Determinan

Koefisien Determinan (R^2) digunakan mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independent dalam mempengaruhi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.13
Determinasi

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .929 ^a | .863 | .862 | .709 |

Sumber : data diolah dengan SPSS 20,2023

Hasil output SPSS model summary besarnya Adjusted R square adalah 0,862. Hal ini berarti 86,20% variabel independent yaitu variabel Inovasi teknologi, pemasaran dan brand image memberikan pengaruh terhadap variabel dependent yaitu minat beli konsumen, dan sisanya sebesar 13,80% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti yang dapat mempengaruhi variabel minat beli seperti brand image, fasilitas dll.

B. Pembahasan

1. Inovasi teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli

Koefisien regresi Inovasi teknologi menunjukkan hubungan positif terhadap minat beli dengan nilai koefisien sebesar 0,069. Berarti setiap peningkatan Inovasi teknologi sebesar 0,064 akan meningkatkan minat beli sebesar 0,069.

Nilai t hitung untuk Inovasi teknologi adalah sebesar 3,062, t tabel 1,966 (t hitung > t tabel), dengan nilai signifikan $0,002 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Inovasi teknologi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian Bella dkk (2016) dengan Judul “Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen di Toko Online”. Jenis pendekatan menggunakan pendekatan kuantitatif dan data yang digunakan meliputi data primer dan sekunder, hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen adalah kepercayaan, reputasi dan kualitas. Dari kesimpulan hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh variabel independent memberikan pengaruh terhadap variabel dependent baik secara

parsial maupun simultan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa didalam mempengaruhi minat beli konsumen, reputasi dan kepercayaan memiliki pengaruh yang tidak signifikan akan tetapi pada variabel kualitas memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen di toko online. Hasil penelitian menunjukkan nilai T hitung untuk nilai kualitas adalah $2,431 > 1,995$ dengan nilai signifikan $0,02 > 0,05$, sedangkan nilai T hitung untuk reputasi adalah $1,994 < 1,995$ dan nilai T hitung untuk kepercayaan $1,879 < 1,995$ dengan nilai signifikan $< 0,05$.

2. Pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli

Koefisien regresi pemasaran menunjukkan hubungan positif terhadap minat beli dengan nilai koefisien sebesar 0,048. Berarti setiap peningkatan pemasaran sebesar 0,048 akan meningkatkan minat beli sebesar 0,048.

Nilai t hitung untuk pemasaran adalah sebesar 2,326, t tabel 1,966 (t hitung $>$ t tabel), dengan nilai signifikan $0,021 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian oleh Arief (2017) dengan judul penelitian “Pengaruh Inovasi teknologi, Brand image, dan Pemasaran terhadap Minat Beli Konsumen pada Perusahaan A-36” hasil penelitian menunjukkan bahwa Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan guna menjawab rumusan masalah. Beberapa kesimpulan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Inovasi teknologi berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli konsumen pada Usaha A-36. Hasil penelitian ini membuktikan

bahwa Inovasi teknologi mempunyai pengaruh positif atau signifikan terhadap Minat Beli, dimana Minat Beli yang tinggi dapat dibentuk oleh adanya Inovasi teknologi yang ditawarkan oleh penyedia jasa atau produk.

2. Brand image berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli konsumen pada Usaha A-36. Hal ini menunjukkan bahwa Minat Beli konsumen pada Usaha A-36 dapat dipengaruhi oleh Brand image yang dilakukan oleh Usaha A-36.
3. Pemasaran berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli konsumen pada Usaha A-36. Hal ini menunjukkan bahwa Minat Beli konsumen Usaha A-36 dapat dipengaruhi oleh pemasaran yang dihasilkan oleh Usaha A-36.

3. Brand image berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli

Koefisien regresi brand image menunjukkan hubungan positif terhadap minat beli dengan nilai koefisien sebesar 0,935. Berarti setiap peningkatan brand image sebesar 0,935 akan meningkatkan minat beli sebesar 0,935.

Nilai t hitung untuk brand image adalah sebesar 4,835, t tabel 2,004 (t hitung > t tabel), dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Brand image berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Hasil penelitian sejalan dengan penelitian Daniel (2016) dengan judul penelitian “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen dalam Memilih Laptop Acer Di Toko Lestari Komputer Manado” Hasil penelitian

menunjukkan bahwa :

1. Lokasi, Kualitas layanan, Inovasi teknologi dan brand image secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Minat beli konsumen pada Lestari Komputer Manado.
2. Hasil pengujian secara parsial (uji t) pada variabel Lokasi menunjukkan variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada Lestari Komputer Manado
3. Hasil pengujian secara parsial (uji t) pada variabel Kualitas layanan menunjukkan variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada Lestari Komputer Manado.
4. Hasil pengujian secara parsial (uji t) pada variabel Inovasi teknologi menunjukkan variabel Inovasi teknologi berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada Lestari Komputer Manado.
5. Hasil Pengujian secara parsial (uji t) variabel brand image menunjukkan bahwa variabel brand image berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada Lestari Komputer Manado.

4. Inovasi teknologi, pemasaran dan brand image berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli

Nilai Konstanta sebesar -0,829 menunjukkan bahwa minat beli sebesar -0,829 tanpa adanya pengaruh dari Inovasi teknologi, pemasaran dan brand image.

Nilai F tabel pada distribusi $Df_1=k$, $df_2=n-1-k=384-1-4=379$, sehingga dapat dilihat pada tabel F yaitu kolom ke 4 pada baris ke 379 yaitu 2,12, maka

berdasarkan tabel 4.12 terlihat bahwa nilai F hitung $795,934 > 2,12$, dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, ini menunjukkan bahwa secara serempak variabel independent berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependent.

Hasil output SPSS model summary besarnya Adjusted R square adalah 0,862. Hal ini berarti 86,20% variabel independent yaitu variabel Inovasi teknologi, pemasaran dan brand image memberikan pengaruh terhadap variabel dependent yaitu minat beli konsumen, dan sisanya sebesar 13,80% di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti yang dapat mempengaruhi variabel minat beli seperti brand image, fasilitas dll