

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Lokasi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Antasari semula merupakan pemekaran dari Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam. Sejalan dengan terbitnya Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia no. 20 tahun 2017 tentang Organisasi dan Tata Kerja Universitas Islam Negeri Antasari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sudah siap untuk berdiri sendiri. Saat ini, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam memiliki 4 program studi, yaitu prodi S1 Ekonomi Syariah, prodi S1 Perbankan Syariah, prodi S1 Asuransi Syariah, dan prodi DIII Perbankan Syariah. Semua program studi telah terakreditasi, dan salah satunya terakreditasi A, yaitu Ekonomi Syariah.

Program Studi Strata 1 Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin adalah program studi pertama kali yang didirikan dengan konsentrasi ilmu Ekonomi Islam di UIN Antasari Banjarmasin. Program Studi Ekonomi Syariah didirikan pada tahun 2003, pada tanggal 1 April 2003, dengan nama Ekonomi Islam.

Visi:

Menjadi Program Studi Ekonomi Syariah yang unggul dan berakhlak dengan mengintegrasikan ilmu ekonomi dan bisnis islam dan keindonesiaan di Regional Kalimantan tahun 2026 dan Kawasan Indonesia Timur pada tahun 2034.

Misi:

- a. Melaksanakan penyusunan dan perumusan konsep kebijaksanaan dan program studi Ekonomi Syariah;
- b. Melaksanakan pendidikan dan pengajaran dalam rangka peningkatan kualitas dan mutu pendidikan dalam bidang ilmu terkait;
- c. Melaksanakan penelitian dalam rangka pengembangan Ekonomi Syariah baik murni maupun terapan;
- d. Melaksanakan pengabdian pada masyarakat;
- e. Melaksanakan pembinaan kemahasiswaan;
- f. Melaksanakan pembinaan terhadap civitas akademika dan hubungannya dengan lingkungan;
- g. Melaksanakan kerjasama dengan perguruan tinggi dan atau lembaga lain;
- h. Melaksanakan pengendalian dan pengawasan kegiatan program studi
- i. Melaksanakan administrasi program studi; dan
- j. Melaksanakan penilaian prestasi dan proses penyelenggaraan kegiatan serta penyusunan laporan.

Tujuan:

Mewujudkan lulusan yang mampu mengembangkan dan mengimplementasikan ilmu Ekonomi Islam, berakhlak mulia, dan mempunyai pengetahuan dan pemahaman terhadap nilai-nilai Ekonomi Syariah.

Profesi Lulusan:

Profesional di lembaga ekonomi, keuangan, dan bisnis syariah seperti bank syariah, asuransi syariah, pergadaian syariah, koperasi syariah, hotel syariah, pengelola zakat, infaq sedekah, dan wakaf, tenaga peneliti, konsultasi ahli, pelaksana di berbagai lembaga ekonomi, keuangan dan bisnis syariah, wirausahawan yang berasaskan syariah, dan lain-lain.

Struktur Jurusan Ekonomi Syariah

Ketua: Rohana Faridah, SE., MM.

Sekretaris: Erissa Nilasari, S.P., M.P.

Staf:

1. Nina Nurmasari, M.Pd.
2. Adi, SHI., MHI.
3. Rifqi Hidayat, SE., M.Sy.

Jumlah keseluruhan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2015 UIN Antasari Banjarmasin yang diambil berdasarkan data yang didapat sebanyak 359 orang responden.

2. Karakteristik Responden

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa yang memenuhi kriteria yaitu Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2015 FEBI UIN Antasari Banjarmasin dan mahasiswa yang menggunakan *handphone* merek Samsung. Hasil kuesioner yang dibagikan adalah 78 responden. Kuesioner yang diperoleh dari responden merupakan sesuatu yang sangat penting untuk mengetahui karakteristik responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

Karakteristik yang dimaksud adalah :

a. Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	F	%
1	Laki-Laki	27	34,6%
2	Perempuan	51	65,4%
	Total	78	100%

Sumber: Data diolah, Dwi, 2019.

Data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner menyatakan bahwa responden laki-laki adalah sebanyak 27 orang atau 34,6% dan responden perempuan adalah 51 orang atau 65,4% persen. Dari keterangan tersebut dapat disimpulkan bahwa mahasiswa dalam penelitian ini mayoritas perempuan.

b. Usia Responden

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah	%
1	17-20	1	1,2%
2	21-25	77	98,8%
3	26-30	0	0%

4	>30	0	0%
	Total	100	100%

Sumber: Data diolah, Dwi, 2019.

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa kelompok usia responden yang terbanyak adalah berkisar antara 21-25 tahun yaitu sebanyak 77 orang atau 98,8%, setelah itu berkisar antara 17-20 tahun yaitu sebanyak 1 orang atau 1,2 %, kemudian responden yang memiliki usia berkisar antara 26-30 tahun yaitu sebanyak 0 orang atau 0%., dan kelompok usia responden yang lebih 30 tahun yaitu 0 orang atau 0%. Jadi bisa disimpulkan bahwa dalam penelitian ini mayoritas berusia antara 21-25 tahun.

Perbedaan usia memengaruhi tingkat partisipasi mahasiswa, mahasiswa yang berusia antara 21-25 tahun bisa dikatakan masuk dalam kategori dewasa yang masuk dalam kategori aktif dalam perkuliahan.

c. Pendapatan Perbulan Responden

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

No.	Pendapatan	Jumlah	%
1	< Rp. 300.000	11	14,1%
2	Rp. 300.000 - 500.000	25	32%
3	Rp. 500.000 - 1.000.000	29	37,2%
4	>Rp. 1.000.000	13	16,7%
	Total	78	100%

Sumber: Data diolah, Dwi, 2019.

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa kelompok pendapatan perbulan responden yang terbanyak adalah Rp. 500.000 – 1.000.000 perbulan yaitu 29 orang atau 37,2%, setelah itu kelompok dengan pendapatan Rp. 300.000 - 500.000 sebanyak 25 orang atau 32%, kemudian pendapatan < Rp. 1.000.000 sebanyak 13 orang atau 16,7%, dan pendapatan <Rp. 300.000

sebanyak 11 orang atau 14,1%. Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa dalam penelitian ini mayoritas pendapatannya sebesar Rp. 500.000 - 1.000.000.

3. Analisis Deskripsi Variabel Penelitian

Data yang diperoleh dari hasil pembagian kuesioner kepada para responden, maka gambaran mengenai faktor-faktor yang memengaruhi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2015 FEBI UIN Antasari Banjarmasin dalam Pengambilan keputusan pembelian *handphone* merek Samsung dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Penjelasan Responden Terhadap Variabel Harga (X_1)

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada variabel Harga dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.4 (X1.1) Keterjangkauan harga produk memengaruhi anda dalam melakukan pembelian *handphone* merek Samsung

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	3	3,8%
2	Tidak Setuju (TS)	12	15,4%
3	Netral (N)	20	25,6%
4	Setuju (S)	25	32,1%
5	Sangat Setuju (SS)	18	23,1%
Jumlah		78	100%

Sumber: Data diolah, Dwi,2019

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak

32,1%, kemudian disusul jawaban netral 25,6%, kemudian yang menjawab sangat setuju 23,1%, dilanjutkan oleh jawaban tidak setuju 15,4% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 3,8%. Nilai ini menunjukkan jika mayoritas responden setuju dengan pernyataan bahwa keterjangkauan harga produk memengaruhi anda dalam melakukan pembelian *handphone* merek Samsung.

Tabel 4.5 (X1.2) Harga aksesoris produk *handphone* merek Samsung memengaruhi anda dalam melakukan pembelian

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	5	6,4%
2	Tidak Setuju (TS)	18	23,1%
3	Netral (N)	19	24,4%
4	Setuju (S)	29	37,2%
5	Sangat Setuju (SS)	7	9%
Jumlah		78	100%

Sumber: Data diolah, Dwi,2019

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 37,2%, kemudian disusul jawaban netral 24,4%, kemudian yang menjawab tidak setuju 23,1%, dilanjutkan oleh jawaban sangat setuju 9% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 6,4%. Angka ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju dengan pernyataan harga aksesoris produk *handphone* merek Samsung memengaruhi anda dalam melakukan pembelian.

Tabel 4.6 (X1.3) Kesesuaian harga dengan produk memengaruhi anda dalam melakukan pembelian *handphone* merek Samsung

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	7	9%
3	Netral (N)	13	16,7%
4	Setuju (S)	39	50%
5	Sangat Setuju (SS)	19	24,4%
Jumlah		78	100%

Sumber: Data diolah, Dwi,2019

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 50%, kemudian disusul jawaban sangat setuju 24,4%, kemudian yang menjawab netral 16,7%, dilanjutkan oleh jawaban tidak setuju 9% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0%. Angka ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju dengan pernyataan kesesuaian harga dengan produk memengaruhi anda dalam melakukan pembelian *handphone* merek Samsung.

b. Penjelasan Responden Terhadap Variabel Kualitas (X₂)

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada variabel kualitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.7 (X2.1) Produk *handphone* merek Samsung mempunyai kualitas suara yang jernih

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	3	3,8%
3	Netral (N)	22	28,2%
4	Setuju (S)	34	43,6%
5	Sangat Setuju (SS)	19	24,4%
Jumlah		78	100%

Sumber: Data diolah, Dwi,2019

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 43,6%, kemudian disusul jawaban netral 28,2%, kemudian yang menjawab sangat setuju 24,4%, dilanjutkan oleh jawaban tidak setuju 3,8% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0%. Angka ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju dengan pernyataan produk *handphone* merek Samsung mempunyai kualitas suara yang jernih.

Tabel 4.8 (X2.2) *Handphone* merek Samsung memudahkan layanan komunikasi dalam luar kota

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	2	2,6%
2	Tidak Setuju (TS)	2	2,6%
3	Netral (N)	30	38,5%

4	Setuju (S)	32	41%
5	Sangat Setuju (SS)	12	15,4%
Jumlah		78	100%

Sumber: Data diolah, Dwi,2019

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 41%, kemudian disusul jawaban netral 38,5%, kemudian yang menjawab sangat setuju 15,4%, dilanjutkan oleh jawaban tidak setuju 2,6% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 2,6%. Angka ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju dengan pernyataan *handphone* merek Samsung memudahkan layanan komunikasi dalam luar kota.

Tabel 4.9 (X2.3) Dalam menawarkan produk barunya *handphone* merek Samsung memberikan fitur jaringan 4G dan kualitas gambar yang bagus

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1,3%
2	Tidak Setuju (TS)	4	5,1%
3	Netral (N)	22	28,2%
4	Setuju (S)	28	35,9%
5	Sangat Setuju (SS)	23	29,5%
Jumlah		78	100%

Sumber: Data diolah, Dwi,2019

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi

sebanyak 35,9%, kemudian disusul jawaban sangat setuju 29,5%, kemudian yang menjawab netral 28,2%, dilanjutkan oleh jawaban tidak setuju 5,1% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1,3%. Angka ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju dengan pernyataan dalam menawarkan produk barunya *handphone* merek Samsung memberikan fitur jaringan 4G dan kualitas gambar yang bagus.

Tabel 4.10 (X2.4) *Handphone* merek Samsung memberikan garansi waktu dalam 1 tahun

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	0	0%
2	Tidak Setuju (TS)	5	6,4%
3	Netral (N)	25	32,1%
4	Setuju (S)	29	37,2%
5	Sangat Setuju (SS)	19	24,4%
Jumlah		78	100%

Sumber: Data diolah, Dwi,2019

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 37,2%, kemudian disusul jawaban netral 32,1%, kemudian yang menjawab sangat setuju 24,4%, dilanjutkan oleh jawaban tidak setuju 6,4% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0%. Angka ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju dengan pernyataan *handphone* merek Samsung memberikan garansi waktu dalam 1 tahun.

c. Penjelasan Responden Terhadap Variabel Promosi (X_3)

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada variabel promosi dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.11 (X3.1) Iklan yang ditampilkan *handphone* merek Samsung menarik anda untuk melakukan pembelian

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	4	5,1%
2	Tidak Setuju (TS)	7	9%
3	Netral (N)	22	28,2%
4	Setuju (S)	29	37,2%
5	Sangat Setuju (SS)	16	20,5%
Jumlah		78	100%

Sumber: Data diolah, Dwi,2019

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 37,2%, kemudian disusul jawaban netral 28,2%, kemudian yang menjawab sangat setuju 20,5%, dilanjutkan oleh jawaban tidak setuju 9% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 5,1%. Angka ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju dengan pernyataan iklan yang ditampilkan *handphone* merek Samsung menarik anda untuk melakukan pembelian.

Tabel 4.12 (X3.2) Iklan yang disampaikan dapat memberikan informasi akan produk *handphone* merek Samsung

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1,3%
2	Tidak Setuju (TS)	7	9%
3	Netral (N)	18	23,1%
4	Setuju (S)	40	51,3%
5	Sangat Setuju (SS)	12	15,4%
Jumlah		78	100%

Sumber: Data diolah, Dwi,2019

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 51,3%, kemudian disusul jawaban netral 23,1%, kemudian yang menjawab sangat setuju 15,4%, dilanjutkan oleh jawaban tidak setuju 9% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1,3%. Angka ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju dengan pernyataan iklan yang disampaikan dapat memberikan informasi akan produk *handphone* merek Samsung.

Tabel 4.13 (X3.3) *Handphone* merek Samsung memberikan hadiah/bonus aksesoris setiap pembelian

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	4	5,1%
2	Tidak Setuju (TS)	12	15,4%

3	Netral (N)	32	41%
4	Setuju (S)	21	26,9%
5	Sangat Setuju (SS)	9	11,5%
Jumlah		78	100%

Sumber: Data diolah, Dwi,2019

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan netral memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 41%, kemudian disusul jawaban setuju 26,9%, kemudian yang menjawab tidak setuju 15,4%, dilanjutkan oleh jawaban sangat setuju 11,5% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 5,1%. Angka ini menunjukkan bahwa mayoritas responden netral dengan pernyataan *handphone* merek Samsung memberikan hadiah/bonus aksesoris setiap pembelian.

d. Penjelasan Responden Terhadap Variabel Kemudahan dalam Pembayaran (X_4)

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada variabel kemudahan dalam pembayaran dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.14 (X4.1) Pembelian dengan menggunakan kredit memudahkan dalam membeli produk yang diinginkan

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	3	3,8%
2	Tidak Setuju (TS)	10	12,8%
3	Netral (N)	38	48,7%

4	Setuju (S)	21	26,9%
5	Sangat Setuju (SS)	6	7,7%
Jumlah		78	100%

Sumber: Data diolah, Dwi,2019

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan netral memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 48,7%, kemudian disusul jawaban setuju 26,9%, kemudian yang menjawab tidak setuju 12,8%, dilanjutkan oleh jawaban sangat setuju 7,7% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 3,8%. Angka ini menunjukkan bahwa mayoritas responden netral dengan pernyataan pembelian dengan menggunakan kredit memudahkan dalam membeli produk yang diinginkan.

Tabel 4.15 (X4.2) Pembelian dengan menggunakan kredit meringankan beban dalam mendapatkan produk

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	5	6,4%
2	Tidak Setuju (TS)	13	16,7%
3	Netral (N)	24	30,8%
4	Setuju (S)	28	35,9%
5	Sangat Setuju (SS)	8	10,3%
Jumlah		78	100%

Sumber: Data diolah, Dwi,2019

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 35,9%, kemudian disusul jawaban netral 30,8%, kemudian yang menjawab tidak setuju 16,7%, dilanjutkan oleh jawaban sangat setuju 10,3% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 6,4%. Angka ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju dengan pernyataan pembelian dengan menggunakan kredit meringankan beban dalam mendapatkan produk.

Tabel 4.16 (X4.3) Sistem pembayaran non tunai mudah dipahami

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	4	5,1%
2	Tidak Setuju (TS)	10	12,8%
3	Netral (N)	41	52,6%
4	Setuju (S)	21	26,9%
5	Sangat Setuju (SS)	2	2,6%
Jumlah		78	100%

Sumber: Data diolah, Dwi,2019

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan netral memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 52,6%, kemudian disusul jawaban setuju 26,9%, kemudian yang menjawab tidak setuju 12,8%, dilanjutkan oleh jawaban sangat tidak setuju 5,1% dan responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 2,6%. Angka ini menunjukkan bahwa mayoritas responden netral dengan pernyataan. Sistem pembayaran non tunai mudah dipahami.

e. Penjelasan Responden Terhadap Keputusan Pembelian (Y₁)

Data yang diperoleh berdasarkan hasil jawaban responden pada variabel keputusan pembelian dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.17 (Y₁) Anda membeli *handphone* merek Samsung karena sesuai dengan keinginan dan selera anda

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	2	2,6%
2	Tidak Setuju (TS)	5	6,4%
3	Netral (N)	17	21,8%
4	Setuju (S)	30	38,5%
5	Sangat Setuju (SS)	24	30,8%
Jumlah		78	100%

Sumber: Data diolah, Dwi,2019

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 38,5%, kemudian disusul jawaban sangat setuju 30,8%, kemudian yang menjawab netral 21,8%, dilanjutkan oleh jawaban tidak setuju 6,4% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 2,6%. Angka ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju dengan pernyataan anda membeli *handphone* merek Samsung karena sesuai dengan keinginan dan selera anda.

Tabel 4.18 (Y2) Anda membeli *handphone* merek Samsung karena mendapat referensi dari teman atau kerabat

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	4	5,1%
2	Tidak Setuju (TS)	13	16,7%
3	Netral (N)	21	26,9%
4	Setuju (S)	31	39,7%
5	Sangat Setuju (SS)	9	11,5%
Jumlah		78	100%

Sumber: Data diolah, Dwi,2019

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 39,7%, kemudian disusul jawaban netral 26,9%, kemudian yang menjawab tidak setuju 16,7%, dilanjutkan oleh jawaban sangat setuju 11,5% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 5,1%. Angka ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju dengan pernyataan anda membeli *handphone* merek Samsung karena mendapat referensi dari teman atau kerabat.

Tabel 4.19 (Y3) Kemudahan dalam menggunakan *handphone* merek Samsung menjadi alasan anda untuk melakukan pembelian

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1,3%
2	Tidak Setuju (TS)	9	11,5%

3	Netral (N)	18	23,1%
4	Setuju (S)	32	41%
5	Sangat Setuju (SS)	18	23,1%
Jumlah		78	100%

Sumber: Data diolah, Dwi,2019

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 41%, kemudian disusul jawaban netral 23,1%, kemudian yang menjawab sangat setuju 23,1%, dilanjutkan oleh jawaban tidak setuju 11,5% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1,3%. Angka ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju dengan pernyataan kemudahan dalam menggunakan *handphone* merek samsung menjadi alasan anda untuk melakukan pembelian.

Tabel 4.20 (Y4) Promosi yang dilihat atau didengar menjadi alasan anda untuk melakukan pembelian *handphone* merek Samsung

No	Alternatif Jawaban	F	%
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	2	2,6%
2	Tidak Setuju (TS)	9	11,5%
3	Netral (N)	22	28,2%
4	Setuju (S)	30	38,5%
5	Sangat Setuju (SS)	15	19,2%
Jumlah		78	100%

Sumber: Data diolah, Dwi,2019

Tabel di atas menunjukkan bahwa tanggapan setuju memiliki proporsi yang lebih besar dibandingkan alternatif tanggapan lainnya dengan proporsi sebanyak 38,5%, kemudian disusul jawaban netral 28,2%, kemudian yang menjawab sangat setuju 19,2%, dilanjutkan oleh jawaban tidak setuju 11,5% dan responden yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 2,6%. Angka ini menunjukkan bahwa mayoritas responden setuju dengan pernyataan promosi yang dilihat atau didengar menjadi alasan anda untuk melakukan pembelian *handphone* merek Samsung.

B. Analisis Data

1. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor pada item dengan skor total itemnya. Valid tidaknya butir item pertanyaan variabel dapat dilihat dengan membandingkan nilai r hitung $>$ r tabel. Suatu pernyataan dikatakan valid jika *Product moment pearson* dimana r hitung lebih besar daripada r tabel. Menentukan derajat bebas (*degree of freedom*=df) diperoleh dari jumlah sampel atau responden dikurangi 2 ($df = N - 2$), $N = 78$ maka $df = 78 - 2 = 76$ dengan tingkat signifikansi 10%.

Dari jumlah 78 sampel, diperoleh $df = 76$ dan r tabel = 0,1876 (dapat dilihat pada lampiran r tabel). Jika r hitung positif, serta r hitung $>$ r tabel, maka butir item tersebut dapat dinilai valid.

Sebaliknya jika r hitung $<$ r tabel, maka butir item tersebut tidak valid. Berikut adalah hasil dari uji validitas penelitian dengan bantuan SPSS 22 *for windows* pada tabel di bawah ini (dapat dilihat di lampiran)

Tabel 4.21 Hasil Uji Validitas Instrumen Data

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Harga	1	,801	0,1876	Valid
	2	,763	0,1876	Valid
	3	,760	0,1876	Valid
Kualitas	4	,741	0,1876	Valid
	5	,832	0,1876	Valid
	6	,868	0,1876	Valid
	7	,770	0,1876	Valid
Promosi	8	,860	0,1876	Valid
	9	,860	0,1876	Valid
	10	,747	0,1876	Valid
Kemudahan dalam Pembayaran	11	,897	0,1876	Valid
	12	,896	0,1876	Valid
	13	,808	0,1876	Valid
Keputusan Pembelian	14	,786	0,1876	Valid
	15	,782	0,1876	Valid
	16	,857	0,1876	Valid

	17	,855	0,1876	Valid
--	----	------	--------	-------

Sumber: Hasil Penelitian, Dwi, 2019 (Data diolah) lihat lampiran.

Dari data di atas, nilai r hitung dari semua item lebih besar dari r tabel (0,1876). Ini berarti hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua butir item valid.

b. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas dimana item yang masuk pengujian adalah item yang valid saja. Menggunakan batasan 0,6 dapat ditentukan apakah instrumen reliabel atau tidak. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* $>$ 0,6. Berikut uji reliabilitas penelitian ini dengan bantuan SPSS 22 *for windows* pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.22 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Data

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.901	.903	17

Sumber: Hasil Penelitian, Dwi, 2019 (Data diolah) lihat lampiran.

Dapat terlihat dari nilai *Cronbach's Alpha* di atas, jika nilai $\text{Alpha} > 0,60$ maka item-item pertanyaan dari setiap variabel dalam penelitian ini adalah reliabel. Nilai *Cronbach's Alpha* di atas adalah $0,901 > 0,60$, maka item-item pernyataan dapat dinyatakan reliabel.

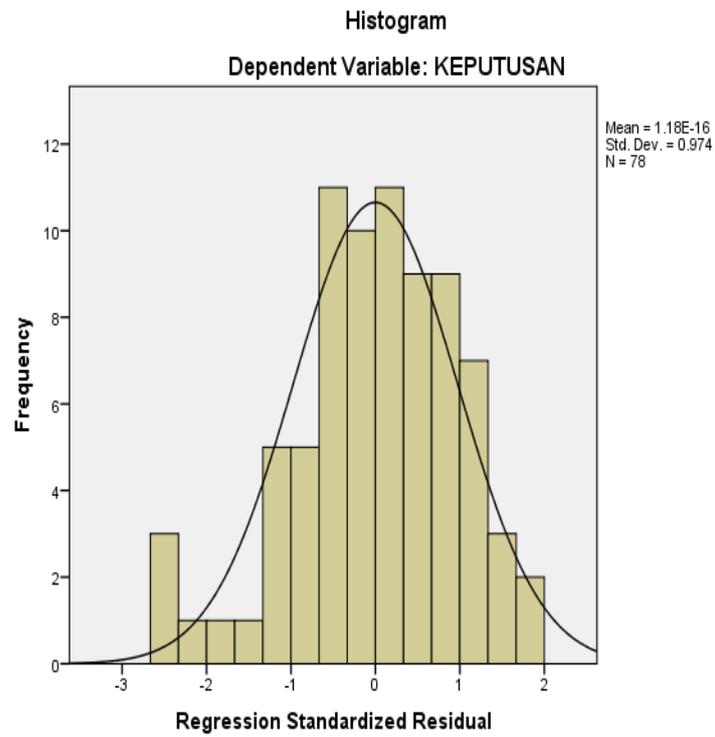
2. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

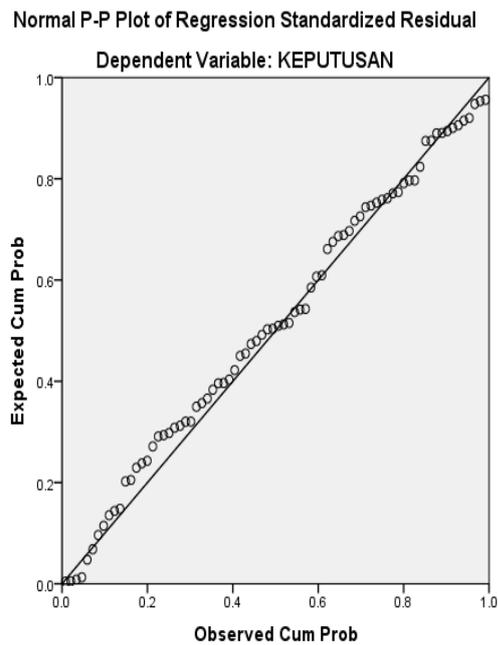
Pengujian ini dimaksudkan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi variabel dependen, variabel independen atau keduanya berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data penelitian yang berasal dari populasi yang sebarannya normal (apakah sampel sudah mewakili populasi penelitian) berdistribusi dengan normal.

Dalam uji ini dapat diketahui apakah data berdistribusi secara normal atau tidak berdasarkan kemencengan grafik, baik ke kiri maupun ke kanan. Pada dasarnya uji normalitas dengan grafik histogram dapat dikenali dengan melihat persebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik residualnya.

- 1) Data dikatakan berdistribusi normal, jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis, diagonal atau grafik histogramnya.
- 2) Sebaliknya data dikatakan tidak berdistribusi normal, jika data menyebar jauh atau tidak mengikuti garis diagonal grafik histogramnya.



Gambar 4.1 Hasil Uji Histogram
Sumber: Hasil Penelitian, Dwi, 2019

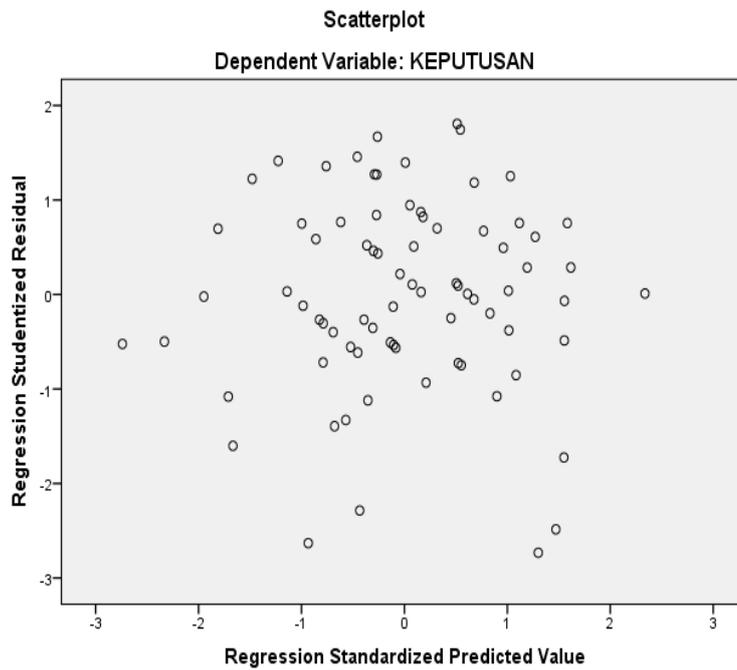


Gambar 4.2 Hasil Uji P-Plot
Sumber: Hasil Penelitian, Dwi, 2019

Berdasarkan gambar 4.1 di atas di mana grafik histogram memberikan pola distribusi yang berbentuk lonceng artinya data berdistribusi normal. Selanjutnya gambar 4.2 (P.plot) terlihat titik-titik mengikuti garis diagonalnya sehingga dapat disimpulkan dalam penelitian ini bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya dalam sebuah model regresi. Heteroskedastisitas dapat diuji dengan metode grafik, yaitu dengan melihat ada tidaknya pola tertentu yang tergambar pada *scatterplot*. Berikut hasil heteroskedastisitas dengan melihat pola titik-titik pada *scatterplots*, penelitian ini menggunakan SPSS 22 *for windows* pada gambar di bawah ini:



Gambar 4.3 Scatterplot

Sumber: Hasil Penelitian, Dwi, 2019

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar dengan pola yang tidak jelas di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah keadaan ada hubungan linear secara sempurna atau mendekati sempurna antara variabel independent dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah yang terbebas dari masalah multikolinearitas. Variabel yang menyebabkan tidak terjadinya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* yang

lebih besar dari 0,1 atau nilai VIF yang lebih kecil dari nilai 10.

Nilai VIF dan *tolerance* dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4.23 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	VIF	<i>Tolerance</i>	Keterangan
Harga (X ₁)	1,273	0,785	Tidak terjadi multikolinearitas
Kualitas (X ₂)	1,984	0,504	Tidak terjadi multikolinearitas
Promosi (X ₃)	2,171	0,461	Tidak terjadi multikolinearitas
Kemudahan dalam Pembayaran (X ₄)	1,369	0,731	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber: Hasil Penelitian, dwi, 2019

Berdasarkan uji multikolinearitas dalam tabel 4.23 di atas, diperoleh nilai *tolerance* sebesar 0,785 untuk harga, 0,504 untuk kualitas, 0,461 untuk promosi, dan 0,731 untuk kemudahan dalam pembayaran, berarti angka tersebut lebih besar dari 0,1. Sedangkan VIF diperoleh sebesar 1,273 untuk harga, 1,984 untuk kualitas, 2,171 untuk promosi, dan 1,369 untuk kemudahan dalam pembayaran, berarti angka tersebut lebih kecil dari 10. Dengan demikian dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas yang artinya tidak ada hubungan antara variabel bebas.

3. Analisa Regresi Linear Berganda

Perhitungan regresi linear berganda dilakukan dengan menggunakan program SPSS 22 *for windows*. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen. Berikut adalah rumus Regresi Linear Berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

Keterangan:

Y : Variabel terkait (*dependent*) yaitu keputusan pembelian

a : Konstanta

b_1, b_2, b_3, b_4 : Koefisien regresi

X_1 : Variabel bebas (*independent*) yaitu harga

X_2 : Variabel bebas (*independent*) yaitu kualitas

X_3 : Variabel bebas (*independent*) yaitu promosi

X_4 : Variabel bebas (*independent*) yaitu kemudahan dalam pembayaran

e : Multiple regression/error

Berdasarkan data yang diperoleh dapat dilakukan perhitungan regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS 22 *for windows* berikut hasil perhitungan uji regresi linear berganda pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.24 Hasil Analisis Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.736	1.760		4.18	.677
Harga	.357	.133	.256	2.679	.009
Kualitas	.362	.141	.306	2.565	.012
Promosi	.299	.171	.218	1.753	.084
Kemudahan	.144	.136	.105	1.062	.292

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

Sumber: Hasil Penelitian, Dwi, 2019

Persamaan Regresi Linear Berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e$$

$$Y = 0,736 + 0,357 X_1 + 0,362 X_2 + 0,299 X_3 + 0,144 X_4 + e$$

Persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Konstanta

Nilai konstanta adalah 0,736. hal ini berarti jika harga (X_1), kualitas (X_2), promosi (X_3), dan kemudahan dalam pembayaran (X_4) bernilai 0, maka keputusan pembelian bernilai positif yaitu 0,736.

b. Harga (X_1)

Nilai koefisien regresi variabel harga bernilai positif yaitu 0,357 hal ini dapat diartikan bahwa setiap faktor harga mengalami kenaikan satu persen maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,357 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap. Sebaliknya jika faktor harga turun satu persen maka keputusan pembelian akan turun 0,357.

c. Kualitas (X_2)

Nilai koefisien regresi variabel kualitas bernilai positif yaitu 0,362 hal ini dapat diartikan bahwa setiap faktor kualitas mengalami kenaikan satu persen maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,362 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap. Sebaliknya jika faktor kualitas turun satu persen maka keputusan pembelian akan turun 0,362.

d. Promosi (X_3)

Nilai koefisien regresi variabel promosi bernilai positif yaitu 0,299 hal ini dapat diartikan bahwa setiap faktor promosi mengalami kenaikan satu persen maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,299 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap. Sebaliknya jika faktor promosi turun satu persen maka keputusan pembelian akan turun 0,299.

e. Kemudahan dalam Pembayaran (X_4)

Nilai koefisien regresi variabel kemudahan dalam pembayaran bernilai positif yaitu 0,144 hal ini dapat diartikan bahwa setiap faktor kemudahan dalam pembayaran mengalami kenaikan satu persen maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,144 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi tetap. Sebaliknya jika faktor kemudahan dalam pembayaran turun satu persen maka keputusan pembelian akan turun 0,144.

4. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui pengaruh antara variabel harga, kualitas, promosi, dan kemudahan dalam pembayaran maka dilakukan pengujian-pengujian yaitu uji koefisien determinasi, uji F (uji simultan) dan uji t (uji signifikansi parsial).

a. Analisis Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Hasil analisis determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Dapat dilihat pada output Model Summary dari hasil analisis Regresi Linear Berganda. Regresi dengan lebih dari dua variabel bebas digunakan *Adjusted R²* sebagai koefisien determinasi. *Adjusted R square* adalah nilai *R square* yang telah disesuaikan.

Tabel 4.25 Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.691 ^a	.477	.449	2.489

a. Predictors: (Constant), KEMUDAHAN, HARGA, KUALITAS, PROMOSI

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN

Sumber: Hasil Penelitian, Dwi, 2019

Berdasarkan *output* di atas, nilai *Adjusted R square* menunjukkan angka sebesar 0,449 atau 44,9%. Hal ini menunjukkan bahwa presentase sumbangan pengaruh variabel bebas (harga, kualitas, promosi, dan kemudahan dalam pembayaran) terhadap variabel tergantung (keputusan pembelian) sebesar 44,9%, variasi variabel tergantung. Sedangkan sisanya 55,1% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji ini digunakan untuk membuktikan apakah variabel harga, kualitas, promosi, dan kemudahan dalam pembayaran berpengaruh secara simultan terhadap variabel terkait Keputusan Pembelian *Handphone* Merek Samsung pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2015 FEBI UIN Antasari Banjarmasin.

Hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H_0 : Tidak ada pengaruh secara simultan yang signifikan dari harga, kualitas, promosi, dan kemudahan dalam pembayaran terhadap keputusan pembelian *Handphone* Merek Samsung pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2015 FEBI UIN Antasari Banjarmasin.

H_1 : ada pengaruh secara simultan yang signifikan dari harga, kualitas, promosi, dan kemudahan dalam pembayaran terhadap keputusan pembelian *Handphone* Merek Samsung pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2015 FEBI UIN Antasari Banjarmasin.

Kriteria pengujian:

Dengan *level of significany* (α) = 0,1

Degree of freedom (df) = (k-1) (n – k -1)

H_0 diterima dan H_a ditolak, Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ atau sig. > α

H_0 ditolak dan H_a diterima, Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau sig. $\leq \alpha$

Hasil uji F dapat dilihat pada tabel ANOVA. H_0 ditolak jika F hitung lebih besar dari F tabel ($F_{hitung} > F_{tabel}$). F tabel dihitung dengan cara $df_1 = k - 1$, $df_2 = n - k - 1$, dan $\alpha = 10\%$ (n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah semua

variabel). Dengan demikian, $df_1 = 4$ $df_2 = 73$, hasil F tabel yang diperoleh adalah sebesar 1,69. H_0 juga ditolak jika nilai sig. Lebih kecil dari tingkat yang telah ditentukan. Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 10% atau 0,1.

Hasil uji F dengan bantuan SPSS 22 *for windows* dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.26 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	412.979	4	103.245	16.667	.000 ^b
	Residual	452.201	73	6.195		
	Total	865.179	77			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

b. Predictors: (Constant), KEMUDAHAN, HARGA, KUALITAS, PROMOSI

Sumber: Hasil Penelitian, Dwi, 2019

Berdasarkan tabel 4.26 di atas nilai F_{hitung} sebesar 16.667, nilai ini lebih besar dari nilai F_{tabel} sebesar 1,69 ($16.667 > 1,69$) dan nilai signifikansi F sebesar 0,000 dan nilai tersebut lebih kecil dari tingkat signifikansi yang telah ditentukan, maka dapat disimpulkan H_0 ditolak. Artinya, terdapat pengaruh harga, kualitas, promosi, dan kemudahan dalam pembayaran terhadap keputusan pembelian *Handphone* Merek Samsung pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2015 FEBI UIN Antasari Banjarmasin.

Pada penelitian ini, penulis menemukan bahwa secara simultan (bersama-sama) variabel harga, kualitas, promosi, dan kemudahan dalam pembayaran mampu memengaruhi keputusan pembelian.

c. Uji T (Uji Parsial)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi, masing-masing variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen.

Berikut hasil uji T dengan bantuan SPSS 22 *for windows* dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.27 Hasil Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.736	1.760		4.18	.677
Harga	.357	.133	.256	2.679	.009
Kualitas	.362	.141	.306	2.565	.012
Promosi	.299	.171	.218	1.753	.084
Kemudahan	.144	.136	.105	1.062	.292

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN

Sumber: Hasil Penelitian, Dwi, 2019

Tabel di atas memaparkan tentang uji koefisien yang menjelaskan tentang uji T. Sedangkan signifikansi mengukur tingkat signifikansi dari uji T. Uji dalam regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H_0 : Tidak ada pengaruh secara parsial yang signifikan dari harga, kualitas, promosi, dan kemudahan dalam pembayaran terhadap keputusan pembelian *Handphone* Merek Samsung pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2015 FEBI UIN Antasari Banjarmasin.

H_a : Ada pengaruh secara parsial yang signifikan dari harga, kualitas, promosi, dan kemudahan dalam pembayaran terhadap keputusan pembelian *Handphone* Merek Samsung pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2015 FEBI UIN Antasari Banjarmasin.

Kriteria pengujian:

Dengan *level of significany* (α) = 0,1

Degree of freedom (df) = (n – k -1)

H_0 diterima dan H_a ditolak, Jika $T_{hitung} \leq T_{table}$ atau sig. $> \alpha$

H_0 ditolak dan H_a diterima, Jika $T_{hitung} > T_{table}$ atau sig. $\leq \alpha$

Berikut adalah hasil pengujian hipotesis secara parsial:

1) Variabel Harga (X_1)

Hipotesis menyatakan bahwa:

H_0 : Tidak ada pengaruh secara parsial yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian *handphone* merek Samsung.

H_a : Ada pengaruh secara parsial yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian *Handphone* Merek Samsung pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2015 FEBI UIN Antasari Banjarmasin.

Berdasarkan tabel 4.27 diperoleh nilai t_{hitung} variabel harga (2.679) $> t_{tabel}$ (1,666) atau nilai sig. (0,009) $>$ alpha (α) 0,10 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti variabel harga mempunyai pengaruh secara parsial yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pada penelitian ini penulis menemukan bahwa secara parsial variabel harga memengaruhi keputusan pembelian. Sehingga hipotesis yang mengatakan

bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian bisa diterima.

2) Kualitas (X_2)

Hipotesis menyatakan bahwa:

H_0 : Tidak ada pengaruh secara parsial yang signifikan antara kualitas terhadap keputusan pembelian *Handphone* Merek Samsung pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2015 FEBI UIN Antasari Banjarmasin.

H_a : Ada pengaruh secara parsial yang signifikan antara kualitas terhadap keputusan pembelian *Handphone* Merek Samsung pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2015 FEBI UIN Antasari Banjarmasin.

Berdasarkan tabel 4.29 diperoleh nilai t_{hitung} variabel kualitas (2.565) > t_{tabel} (1,666) atau nilai sig. (0,012) > alpha (α) 0,10 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti variabel kualitas mempunyai pengaruh secara parsial yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pada penelitian ini penulis menemukan bahwa secara parsial variabel kualitas memengaruhi keputusan pembelian. Sehingga hipotesis yang mengatakan bahwa kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian bisa diterima.

3) Promosi (X_3)

Hipotesis menyatakan bahwa:

H_0 : Tidak ada pengaruh secara parsial yang signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian *Handphone* Merek Samsung pada

Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2015 FEBI UIN Antasari Banjarmasin.

H_a: Ada pengaruh secara parsial yang signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian *Handphone* Merek Samsung pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2015 FEBI UIN Antasari Banjarmasin.

Berdasarkan tabel 4.29 diperoleh nilai t_{hitung} variabel promosi (1.753) > t_{tabel} (1,666) atau nilai sig. (0,84) > alpha (α) 0,10 maka H₀ ditolak dan H_a diterima, berarti variabel promosi mempunyai pengaruh secara parsial yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pada penelitian ini penulis menemukan bahwa secara parsial variabel promosi memengaruhi keputusan pembelian. Sehingga hipotesis yang mengatakan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian bisa diterima.

4) Kemudahan dalam Pembayaran (X₄)

Hipotesis menyatakan bahwa:

H₀: Tidak ada pengaruh secara parsial yang signifikan antara kemudahan dalam pembayaran terhadap keputusan pembelian *Handphone* Merek Samsung pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2015 FEBI UIN Antasari Banjarmasin.

H_a: Ada pengaruh secara parsial yang signifikan antara kemudahan dalam pembayaran terhadap keputusan pembelian *Handphone* Merek Samsung pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2015 FEBI UIN Antasari Banjarmasin.

Berdasarkan tabel 4.29 diperoleh nilai t_{hitung} variabel kemudahan dalam pembayaran (1,062) < t_{tabel} (1,666) atau nilai sig. (0,292) > alpha (α) 0,10 maka H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti variabel kemudahan dalam pembayaran tidak mempunyai pengaruh secara parsial yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pada penelitian ini penulis menemukan bahwa secara parsial variabel kemudahan dalam pembayaran tidak memengaruhi keputusan pembelian. Sehingga hipotesis yang mengatakan bahwa kemudahan dalam pembayaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tidak bisa diterima.