

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

a. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin

Pada tanggal 27 Februari 2017 merupakan tanggal diresmikannya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Antasari, pada awalnya fakultas ini adalah bagian dari Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam. Sejalan dengan adanya 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 3 program studi yang semua program studinya telah terakreditasi, yaitu prodi S1 Ekonomi Syariah, prodi S1 Perbankan Syariah dan prodi S1 Asuransi Syariah.

b. Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin

1) Visi

Menjadi fakultas yang unggul dan berakhlak dengan mengintegrasikan ilmu ekonomi dan bisnis syariah dan keindonesiaan

di Regional Kalimantan tahun 2026 dan Kawasan Indonesia Timur pada tahun 2023

2) Misi

- a) Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran yang unggul dan berakhlak dalam bidang ilmu ekonomi dan bisnis islam yang terintegrasi dengan kebangsaan, berbasis karakter, dan kearifan lokal, serta berwawasan global.
- b) Mengembangkan riset ilmu ekonomi dan bisnis islam yang relevan dengan kebutuhan masyarakat dan berdampak terhadap kelestarian alam.
- c) Mengembangkan pola pengabdian yang relevan dengan kebutuhan masyarakat.
- d) Membangun kepercayaan dan kerjasama yang saling menguntungkan dengan instansi dan lembaga keuangan yang terkait dalam lingkup regional, nasional, dan internasional.
- e) Mengembangkan tata kelola berdasarkan manajemen modern dalam rangka mencapai kepuasan civitas akademika dan para pemangku kepentingan.

2. Karakteristik Responden

Pengumpulan data kuantitatif dilakukan dengan menyebarkan kuesioner penelitian pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasai Banjarmasin disemua jurusan dengan tahun angkatan 2018-2020. Penelitian dilakukan mulai dari tanggal 07 September sampai 07 November 2022.

Kemudian, hasil jawaban kuesioner dirangkum dan dianalisis dengan menggunakan bantuan software SPSS versi 27. Profil responden secara umum meliputi jenis kelamin, jurusan serta tahun angkatan yang diuraikan sebagai berikut:

a. Jenis Kelamin

Tabel 3.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persen	Valid Persen
Laki-laki	35	35%	35%
Perempuan	65	65%	65%
Total	100	100%	100%

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 27 pada 12 Oktober 2022

Berdasarkan pada tabel diatas dapat dikatakan bahwa dalam penelitian ini yang menjadi responden terdiri dari jenis kelamin laki-laki sebanyak 35 responden serta jenis kelamin perempuan sebanyak 65 responden. Maka dari itu, dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa kebanyakan responden lebih dominan berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 65 responden.

b. Jurusan

Tabel 3.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan

Jurusan	Frekuensi	Persen	Valid Persen
Ekonomi Syariah	45	45%	45%
Perbankan Syariah	31	31%	31%
Asuransi Syariah	24	24%	24%
Total	100	100%	100%

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 27 pada 12 Oktober 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa pada penelitian ini yang menjadi responden yang berasal dari jurusan Ekonomi Syariah sebanyak 45 responden, Perbankan Syariah sebanyak 31 responden serta Asuransi Syariah sebanyak 24 responden. Maka dari itu dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa responden yang berasal dari jurusan Ekonomi Syariah merupakan responden yang lebih dominan yaitu 45 responden.

c. Tahun Angkatan

Tabel 3.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Tahun Angkatan

Tahun Angkatan	Frekuensi	Persen	Valid Persen
2018	69	69%	69%
2019	15	15%	15%
2020	16	16%	16%
Total	100	100%	100%

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 27 pada 12 Oktober 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa pada penelitian ini yang menjadi responden berasal dari tahun angkatan 2018 sebanyak 69 responden, 2019 sebanyak 15 responden serta angkatan 2020 sebanyak 16 responden. Maka dari itu dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa responden yang berasal dari tahun angkatan 2018 merupakan responden yang lebih dominan yaitu sebanyak 69 responden.

B Analisis Data dan Hasil Penelitian

Dari hasil pengujian hipotesis secara statistik sebenarnya model persamaan regresi yang diajukan telah memenuhi syarat dalam arti eratnya hubungan variabel Independen (X) dengan variabel dependen (Y). Namun, agar model persamaan tadi dapat diterima maka peneliti menguji dengan memakai uji instrumen data, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linear berganda serta uji hipotesis.

1. Uji Intrumen Data

a. Uji Validitas

Uji taraf validitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{table} , pada penelitian ini jumlah sampel (n) =100 dan peneliti menentukan taraf signifikan sebesar 5% atau 0,05 maka pada r_{table} didapat nilai sebesar 0,196. Suatu item dinyatakan valid jika jumlah $r_{hitung} > r_{table}$. Bisa dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{table}	Keterangan
Word Of Mouth (X_1)	X1.1	0,660	0,196	Valid
	X1.2	0,710	0,196	Valid
	X1.3	0,652	0,196	Valid
	X1.4	0,672	0,196	Valid
	X1.5	0,598	0,196	Valid
	X1.6	0,807	0,196	Valid
	X1.7	0,751	0,196	Valid
	X1.8	0,455	0,196	Valid
Harga (X_2)	X2.1	0,695	0,196	Valid
	X2.2	0,666	0,196	Valid

	X2.3	0,642	0,196	Valid
	X2.4	0,685	0,196	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y.1	0,704	0,196	Valid
	Y.2	0,584	0,196	Valid
	Y.3	0,781	0,196	Valid
	Y.4	0,785	0,196	Valid
	Y.5	0,718	0,196	Valid
	Y.6	0,717	0,196	Valid
	Y.7	0,676	0,196	Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 27 pada 13 Oktober 2022

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa r_{hitung} untuk masing-masing item memiliki $r_{hitung} > r_{table}$. Maka dapat kita simpulkan bahwa semua item dari koesioner pada ketiga variabel X1, X2, dan Y dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Wiratna Sujarweni, uji reabilitas pada kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal jika memberikan nilai *cronbach alpha* > 0,60. Dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.5
Hasil Uji Reliabilitas

Model	Cronbach Alpha	Keterangan
Word Of Mouth (X ₁)	0,823	Reliabel
Harga (X ₂)	0,559	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,823	Reliabel

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 27 pada 13 Oktober 2022

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa pada masing-masing variabel mempunyai *Cronbach Alpha* > 0,60

sehingga bisa disimpulkan bahwa variabel X_1 , X_2 dan Y dapat dikatakan reliabel atau handal.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Artinya dari data berdistribusi normal ialah bahwa data akan mengikuti bentuk distribusi normal. Pada penelitian sampel peneliti uji menggunakan pengujian *Kolmogorov-Smirnov* yang dibantu dengan bantuan software SPSS versi 27 untuk mengetahui apakah sampel populasi berdistribusi normal atau tidak. Bisa dikatakan berdistribusi normal jika nilai probabilitas $> 0,05$. Namun, sebaliknya apabila nilai probabilitas $< 0,05$ maka populasi bisa dikatakan tidak normal. Hasil uji bisa dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.6
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	<i>Unstandardized Residual</i>
N	100
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 27 pada 13 Oktober 2022

Dilihat dari hasil uji normalitas dalam tabel diatas, maka dapat kita ketahui bahwa nilai signifikansi pada baris *Asympy. Sig (2-tailed)* ialah sebesar 0,200. Sehingga dapat kita tulis sebagai nilai probabilitas (p -value) = $0,200 > 0,05$, hal ini memperlihatkan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolenieritas berfungsi untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen atau tidak. Model regresi yang dikatakan baik adalah model regresi yang seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel Independen. Adapun salah satu cara guna mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas pada model regresi dapat dilihat dari nilai tolerance dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai cut off yang biasa dipakai untuk menunjukkan adanya multikoleniaritas adalah nilai tolerace $< 0,10$ atau nilai VIF > 10 . Hasil uji multikoleniaritas pada variabel bebas bisa dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.7
Hasil Uji Multikoleniaritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
<i>Word Of Mouth</i> (X ₁)	0,841	1,189
Harga (X ₂)	0,841	1,189

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 27 pada 14 Oktober 2022

Dilihat dari hasil uji multikolinieritas diatas, dapat diketahui bahwa antar variabel bebas menunjukkan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) pada masing-masing variabel < 10 yang mana pada variabel *word of mouth* dan harga ialah sebesar 1,189 Selain itu, nilai tolerance dari variabel *word of mouth* dan harga $> 0,10$ yaitu sebesar 0,841. Sehingga bisa disimpulkan bahwa antar variabel *word of mouth* dan harga dalam model regresi tersebut tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas berguna untuk menguji apakah pada model regresi tersebut terjadi ketidaksamaan variance dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik ialah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Guna mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas, maka dapat dilakukan pengujian menggunakan metode glejser dengan bantuan software SPSS versi 27 untuk meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen. Suatu variabel dapat dikatakan terjadi heterokedastisitas dalam suatu model regresi ialah apabila nilai signifikasinya $< 0,05$, yang berarti apabila signifikasinya $> 0,05$ penelitian dapat dilanjutkan. Hasil uji glejser pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.8
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Signifikasi
<i>Word Of Mouth</i> (X_1)	0,575
Harga (X_2)	0,605

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 27 pada 14 Oktober 2022

Dari hasil uji heteroskedastisitas diatas dapat diketahui bahwa pada masing-masing variabel independen diperoleh nilai signifikasi $> 0,05$. Yang mana pada variabel *word of mouth* sebesar 0,575 dan variabel harga sebesar 0,605 sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa pada masing-masing variabel independen tidak terdapat heteroskedastisitas.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda berguna untuk menganalisis hubungan serta pengaruh antara variabel independen yaitu pada variabel *Word Of Mouth* (X_1) dan Harga (X_2) terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y). Dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.9
Hasil Analisis Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients
(Constant)	7,109
<i>Word Of Mouth</i> (X_1)	0,287
Harga (X_2)	0,789

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 27 pada 14 Oktober 2022

Dari tabel diatas dapat diketahui dari hasil analisis regresi di peroleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

$$Y = 7,109 + 0,287 X_1 + 0,789 X_2 + e$$

Yang berarti bahwa:

1. Nilai konstanta dari variabel Keputusan Pembelian (Y) ialah sebesar 7,109, artinya jika *Word Of Mouth* (X_1) dan Harga (X_2) sama dengan Nol (0) maka Keputusan Pembelian perdana internet Indosat Ooredoo pada mahasiswa FEBI UIN Antasari ialah sebesar 7,109.
2. Nilai koefisien regresi dari variabel *Word Of Mouth* (X_1) ialah sebesar 0,287, artinya apabila setiap terjadi peningkatan variabel *Word Of Mouth* (X_1) sebesar 1% maka Keputusan Pembelian perdana internet Indosat

Ooredoo pada mahasiswa FEBI UIN Antasari yaitu sebesar 0,287 (28,7%). Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel *word of mouth* berkontribusi positif bagi keputusan pembelian perdana internet Indosat Ooredoo pada mahasiswa Febi UIN Antasari. Sehingga semakin sering perdana internet Indosat Ooredoo dibicarakan, maka akan semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian yang dirasakan.

3. Nilai koefisien regresi pada variabel Harga (X_2) ialah sebesar 0,789, artinya jika setiap terjadi peningkatan pada variabel Harga (X_2) sebesar 1% maka Keputusan Pembelian perdana pnternet Indosat Ooredoo pada mahasiswa Febi UIN Antasari ialah sebesar 0,789 (78,9%). Hal ini menunjukkan bahwa harga berkontribusi positif bagi keputusan pembelian perdana internet Indosat Ooredoo pada mahasiswa FEBI UIN Antasari. Sehingga semakin bagus harga Indosat Ooredoo yang ditawarkan maka semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian yang dirasakan.

Dari pemaparan diatas bisa kita simpulkan bahwa *word of mouth* dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian perdana internet Indosat Ooredoo pada Mahasiswa FEBI UIN Antasari Banjarmasin.

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Uji t ialah pengujian koefisien regresi parsial yang berguna untuk mengetahui apakah pada variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen. Uji t dilakukan dengan cara melihat jika

nilai $\text{sig} < 0,05$ dan $t_{\text{hitung}} > t_{\text{table}}$, artinya variabel independen (X) berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen (Y). Pada pengujian ini tingkat signifikansi (α) ialah sebesar 5% dengan $df = n-k-1$ maka dapat diperoleh nilai t_{table} sebesar 1,984.

Tabel 3.10
Hasil Uji T

Model	T	Sig
<i>Word Of Mouth</i> (X_1)	4,220	0,001
Harga (X_2)	5,446	0,001

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 27 pada 15 Oktober 2022

Dilihat dari uraian tabel diatas bisa diketahui bahwa nilai signifikansi pada variabel *word of mouth* $0,001 < 0,05$ dengan $t_{\text{hitung}} 4,220 > t_{\text{table}} 1,984$, artinya variabel *word of mouth* (X_1) berpengaruh secara parsial terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Kemudian dapat diketahui juga bahwa nilai signifikansi pada variabel harga $0,001 < 0,05$ dengan $t_{\text{hitung}} 5,446 > t_{\text{table}} 1,984$, artinya variabel harga (X_2) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y).

- 1) Pengaruh *word of mouth* terhadap keputusan pembelian perdana internet Indosat Ooredoo.

Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa:

H_0 : Tidak ada pengaruh *Word Of Mouth* (X_1) secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y) perdana internet Indosat Ooredoo.

Dapat dinyatakan ditolak.

H_1 : Ada pengaruh *Word Of Mouth* (X_1) secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y) perdana internet Indosat Ooredoo. Dapat dinyatakan diterima.

2) Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian perdana internet Indosat Ooredoo.

Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa:

H_0 : Tidak ada pengaruh Harga (X_2) secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y) perdana internet Indosat Ooredoo. Dapat dinyatakan ditolak.

H_2 : Ada pengaruh Harga (X_2) secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y) perdana internet Indosat Ooredoo. Dapat dinyatakan diterima.

b. Uji Simultan (F)

Uji F ialah pengujian regresi yang berguna untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (X_1 dan X_2) secara simultan/bersamaan terhadap variabel dependen (Y). Uji f bisa dilakukan dengan cara melihat jika nilai $\text{sig} < 0,05$ dan $t_{\text{hitung}} > t_{\text{table}}$ maka dapat diartikan bahwa variabel independen (X) berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (Y). Pada pengujian ini tingkat signifikansi (α) ialah sebesar 5% dengan $df = k; (n-k)$ maka diperoleh nilai f_{table} sebesar 3,09.

Tabel 3.11
Hasil Uji F

Model	F	Sig
Regresion	39,142	0,001

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 27 pada 15 Oktober 2022

Dilihat dari uraian tabel diatas maka dapat dilihat bahwa nilai signifikansi pada kolom regresion sebesar $0,001 < 0,05$ dengan f_{hitung} 39,142 $> f_{table}$ 3,09, artinya variabel independen (X_1 dan X_2) berpengaruh secara simultan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

Pengajuan hopetesis menyatakan bahwa:

H_0 : Tidak ada pengaruh *Word Of Mouth* (X_1) dan Harga (X_2) secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y) perdana internet Indosat Ooredoo. Dapat dinyatakan ditolak.

H_3 : Ada pengaruh *Word Of Mouth* (X_1) dan Harga (X_2) secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y) perdana internet Indosat Ooredoo. Dapat dinyatakan diterima.

c. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi berguna untuk menguraikan sejauh mana hubungan antar variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Pada uji koefisien determinasi dapat ditentukan dengan cara melihat R *Square*, yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.12
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	bR Square
Regresion	0,435

Sumber: Data diolah dengan SPSS versi 27 pada 15 Oktober 2022

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa pada variabel dependen (Y) yang terlihat pada *R Square* ialah sebesar 0,435 atau 43,5%. Artinya hal ini menunjukkan bahwa variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 43,5% dan sisanya 56,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini.

Pembahasan berdasarkan hasil penelitian ini menjelaskan mengenai pengaruh variabel *word of mouth* dan harga terhadap keputusan pembelian perdana internet indosat ooredoo pada mahasiswa FEBI UIN Antasari Banjarmasin. Hasil tersebut sesuai dengan hipotesis yang diajukan. Pembahasan dari variabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Pengaruh *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian secara parsial

Berdasarkan dari hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian perdana internet indosat ooredoo pada mahasiswa FEBI UIN Antasari Banjarmasin. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil regresi yang menunjukkan bahwa variabel *word of mouth* pada hasil uji T memiliki nilai $t_{hitung} 4,220 > t_{table} 1,984$ dengan nilai signifikan $0,001 < 0,05$, maka

dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini berarti *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan uji statistik, hasil persamaan regresi linier berganda menunjukkan nilai koefisien regresi dari variabel *word of mouth* (X_1) ialah sebesar 0,287, artinya apabila setiap terjadi peningkatan variabel *word of mouth* (X_1) sebesar 1% maka keputusan pembelian perdana internet Indosat Ooredoo pada mahasiswa FEBI UIN Antasari yaitu sebesar 0,287 (28,7%). Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel *word of mouth* berkontribusi positif bagi keputusan pembelian perdana internet Indosat Ooredoo pada mahasiswa FEBI UIN Antasari Banjarmasin. Sehingga semakin sering perdana internet Indosat Ooredoo dibicarakan, maka akan semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian yang dirasakan.

b. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian secara parsial

Berdasarkan dari hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian perdana internet indosat ooredoo pada mahasiswa FEBI UIN Antasari Banjarmasin. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil regresi yang menunjukkan bahwa variabel variabel harga pada hasil uji T memiliki nilai $t_{hitung} 5,446 > t_{table} 1,984$ dengan nilai signifikan $0,001 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima. Hal ini berarti harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan uji statistik, hasil persamaan regresi linier berganda menunjukkan nilai koefisien regresi dari harga (X_2) ialah sebesar 0,789,

artinya jika setiap terjadi peningkatan pada variabel harga (X_2) sebesar 1% maka keputusan pembelian perdana pnternet Indosat Ooredoo pada mahasiswa FEBI UIN Antasari Banjarmasin ialah sebesar 0,789 (78,9%). Hal ini menunjukkan bahwa harga berkontribusi positif bagi keputusan pembelian perdana internet Indosat Ooredoo pada mahasiswa FEBI UIN Antasari Banjarmasin. Sehingga semakin bagus harga Indosat Ooredoo yang ditawarkan maka semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian yang dirasakan.

c. Pengaruh *Word of Mouth* dan Harga terhadap Keputusan Pembelian secara simultan

Berdasarkan hasil uji analisis uji F (simultan) menunjukkan bahwa variabel *word of mouth* (X_1) dan harga (X_2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian perdana internet indosat ooredoo pada mahasiswa FEBI UIN Antasari Banjarmasin. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil uji F dengan nilai yaitu $f_{hitung} 39,142 > f_{table} 3,09$ dengan nilai signifikan $0,001 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima, artinya *word of mouth* dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.