

## **BAB IV**

### **PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA**

#### **A. Penyajian Data**

##### **1. Gambaran Umum Elzatta Hijab**

Berawal dari nama Zatta pada tahun 2011, Elzatta merupakan salah satu *brand* yang memperkuat *fashion* hijab Tanah Air sejak tahun 2012. Elzatta lahir pada 2012 dari perubahan Zatta ke Elzatta. Elzatta hijab ialah brand yang memperkuat fashion busana muslim berdiri dibawah nama PT. Zatta Mulya, yang didirikan oleh Elidawawati sejak 1989 wanita lulusan UNPAD ( universitas Padjajaran ). Setelah 3 bulan berdiri Elzatta ternyata nama yang sebelumnya adalah “Zatta” sama seperti brand Zara akhirnya pihak Zara keberatan, sehingga Elidawati secara tidak sengaja menambahkan nama El dan sampai sekarang berubah nama menjadi Elzatta.

Elzatta hadir dengan koleksi bergaris feminin yang mengusung gaya untuk semua tipe kepribadian perempuan Indonesia. Mereka yang trendi dengan gaya muda ceria, klasik maupun eksklusif, dan selalu tampil beda di setiap kesempatan, akan semakin percaya diri dengan koleksi Elzatta. Sebagai fashion hijabnya perempuan Indonesia,

koleksi Elzatta juga diwarnai dengan pemakaian motif yang diinspirasi oleh motif tradisional dari berbagai daerah di Indonesia. Dalam aneka warna pilihan, motif-motif yang telah dimodifikasi oleh tim desain Elzatta ini menjadi identitas tersendiri bagi sebuah karya anak negeri.

Dengan kekuatan sinerji bersama banyak pihak, koleksi Elzatta kini bisa didapatkan dengan mudah di toko Elzatta, yang jumlahnya mencapai 250 toko dan tersebar di seluruh Indonesia. Koleksi dengan variasi items lengkap ini, juga diperuntukkan untuk memenuhi kebutuhan busana muslim keluarga Indonesia. Didukung bahan nyaman dan desain pilihan, pesona koleksi Elzatta adalah Pesona Hijab Indonesia.

Sejak tahun 2015, Elzatta telah menyediakan layanan pembelian online di [www.elzatta.com](http://www.elzatta.com). Di situs ini, pelanggan bisa menemukan koleksi Elzatta dalam variasi model, warna, ukuran dan harga terbaik. Di tahun 2018, [elzatta.com](http://elzatta.com) hadir dengan sistem dan tampilan yang lebih baik, sehingga kian memudahkan pelanggan.

Elzatta menyediakan berbagai produk fashion muslim diantaranya scraf, bergo, gamis, tunik, ciput dll. Dengan koleksi yang berbagai corak sudah termodifikasi oleh kelompok rancangan Elzatta. Merek Elzatta sudah terkenal di Indonesia, dengan perkembangannya dulu [elzatta](http://elzatta.com) telah mensponsori sinetron “Tukang Bubur Naik Haji“ sehingga brand Elzatta mudah dikenal dan diminati oleh masyarakat. Setelah sinetron itu tidak tanyang maka brand ambassador Elzatta ialah Citra Kirana.

Adapun visi misi dan *tagline* Elzatta yaitu:

- a. Visi: menjual hijab terbaik dan memberikan layanan terbaik untuk pelanggan
- b. Misi: Menjual barang dengan mutu terpilih dengan harga yang terjangkau dan bekerja sama dengan perusahaan hijab lain untuk menaikkan mutu produk dan layanan kepada pembeli.
- c. Tagline: “Pesona Hijab Indonesia” merupakan selalu memberikan inovasi model hijab yang beragam desain dan modelnya.

## 2. Deskripsi Responden

- a. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Penyajian data dilakukan berdasarkan Jenis kelamin responden yang merupakan Konsumen & pelanggan Elzatta Hijab data responden berdasarkan Jenis Kelamin ini diperoleh dari hasil pendataan awal dan di buktikan dalam pengisian identitas responden yang terdapat pada kuesioner penelitian. Berdasarkan data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner, diperoleh profil responden menurut jenis kelamin seperti tabel 4.4 dibawah ini :

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
<b>Laki-laki</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>Perempuan</b>	<b>83</b>	<b>100%</b>

Total	83	100%
-------	----	------

(Sumber : Hasil Olah Data Penelitian, 2023)

Karakteristik berdasarkan jenis kelamin terdiri dari responden perempuan dengan presentase sebesar 100% atau sebanyak 83 orang. Hal ini menggambarkan bahwa perempuan merupakan kontribusi terbesar sebagai konsumen/pelanggan hijab Elzatta di Martapura.

b. Responden Berdasarkan Usia

Penyajian data dilakukan berdasarkan usia responden yang merupakan Konsumen dan Pelanggan di Elzatta Hijab. Data responden berdasarkan usia ini diperoleh dari hasil pengisian identitas responden yang terdapat pada kuesioner penelitian. Berdasarkan data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner, diperoleh profil responden menurut usia seperti table 4.5 di bawah ini:

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
16	2	2%
>16-20	15	18%
>20-30	38	46%
>30-40	8	10%
>40-50	11	13%
>50-58	9	11%
<b>Total</b>	<b>83</b>	<b>100%</b>

(Sumber : Hasil Olah Data Penelitian, 2023)

Berdasarkan keterangan tabel 4.2 di atas, dapat diketahui umur konsumen Hijab Elzatta yang diambil sebagai responden.

Konsumen yang menjadi responden penelitian ini berusia 16 tahun sebanyak 2 orang dengan persentase 2%, konsumen yang berusia >16-20 tahun sebanyak 15 orang dengan persentase 18%, konsumen yang berusia >20-30 tahun sebanyak 38 orang dengan persentase 46%, konsumen yang berusia >30-40 tahun sebanyak 8 orang dengan persentase 10%, konsumen yang berusia >40-50 tahun sebanyak 11 orang dengan persentase 13%, konsumen yang berusia >50-58 tahun sebanyak 9 orang dengan persentase 11%.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa konsumen yang menjadi responden terbanyak adalah konsumen yang berumur >20-30 tahun..

c. Berdasarkan Pekerjaan Responden

Data karakteristik responden berdasarkan pada pekerjaan konsumen Hijab Elzatta di kota Bengkulu dapat dilihat seperti pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

<b>Pekerjaan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
IRT	30	36%
MHS	17	20%
Siswa SMA	6	7%
Tidak Bekerja	8	10%
Wanita Karir	22	27%
<b>Total</b>	<b>83</b>	<b>100%</b>

(Sumber : Hasil Olah Data Penelitian, 2023)

Berdasarkan tabel 4.3 di atas diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan konsumen Hijab Elzatta yang dijadikan sebagai responden yaitu IRT sebanyak 30 orang dengan persentase 36 %, MHS sebanyak 17 orang dengan persentase 20 %, kemudian siswa SMA sebanyak 6 orang dengan persentase 7%, selanjutnya responden yang tidak bekerja ada 8 orang dengan persentase 10%, dan yang terakhir yaitu wanita karir sebanyak 22 orang dengan persentase 27 %.

Dengan demikian dapat diketahui bahwa yang menjadi responden terbanyak berdasarkan pekerjaan dalam penelitian ini adalah pekerjaan IRT.

d. Berdasarkan Pendapatan Responden

Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

<b>Pendapatan/bulan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
<1 Jt	40	48%
>1 Jt	18	22%
>3 Jt	1	1%
<5 Jt	1	1%
>5 Jt	15	18%
0	8	10%
<b>Total</b>	<b>83</b>	<b>100%</b>

(Sumber : Hasil Olah Data Penelitian, 2023)

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa yang menjadi responden terbanyak berdasarkan pendapatan dalam penelitian ini adalah responden yang memiliki pendapatan <1 Juta dengan jumlah Frekuensi sebanyak 40 orang, dengan persentase 48%.

### 3. Uji Instrumen Penelitian

#### a. Uji Validitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui kevalidan suatu kuesioner. Untuk tingkat validitas, dilakukan uji signifikan dengan membandingkan  $r$  hitung dengan  $r$  tabel untuk jumlah 83 orang ( $N=83$ ) dengan  $\alpha$  0,05 ( $\alpha= 5\%$ ), didapat  $r$  tabel sebesar 0,2159. ( $df= n-2$ ,  $df = 83-2= 81$ ). Apabila nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel dan bernilai positif maka butir pernyataan dikatakan valid.

Berikut hasil uji validitas untuk masing-masing item pernyataan:

#### 1) Uji Validitas Variabel $X_1$ (Status Sosial)

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Status Sosial

Nomor Soal	$r$ Hitung	$r$ Tabel	Keterangan
X1_1	0,859	0,2159	Valid
X1_2	0,706	0,2159	Valid
X1_3	0,846	0,2159	Valid
X1_4	0,780	0,2159	Valid

(Sumber: Hasil Data SPSS yang diolah, 2023)

Dari tabel 4.5 di atas dapat diketahui hasil dari perhitungan masing-masing pernyataan pada variabel Status Sosial ( $X_1$ ) memiliki nilai  $r$  hitung  $>0,2159$  sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan variabel Status Sosial dalam penelitian ini dinyatakan valid.

2) Uji Validitas Variabel  $X_2$  (Harga)

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Harga

Nomor Soal	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X2_1	0,673	0,2159	Valid
X2_2	0,775	0,2159	Valid
X2_3	0,674	0,2159	Valid
X2_4	0,698	0,2159	Valid

(Sumber: Hasil Data SPSS yang diolah, 2023)

Dari tabel 4.6 di atas dapat diketahui hasil dari perhitungan masing-masing pernyataan pada variabel Harga ( $X_2$ ) memiliki nilai r hitung  $>0,2159$  sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan variabel Harga dalam penelitian ini dinyatakan valid.

## 3) Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian

Nomor Soal	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Y1	0,694	0,2159	Valid
Y2	0,922	0,2159	Valid
Y3	0,694	0,2159	Valid
Y4	0,784	0,2159	Valid
Y5	0,926	0,2159	Valid
Y6	0,677	0,2159	Valid
Y7	0,926	0,2159	Valid
Y8	0,782	0,2159	Valid



Y9	0,694	0,2159	Valid

(Sumber: Hasil Data SPSS yang diolah, 2023)

Dari tabel 4.7 di atas dapat diketahui hasil dari perhitungan masing-masing pernyataan pada variabel Keputusan Pembelian(Y) memiliki nilai r hitung  $>0,2159$  sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan variabel Keputusan Pembelian dalam penelitian ini dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas data digunakan penyebaran kepada responden sudah dapat dipercaya. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila jawaban seseorang (responden) terhadap pernyataan yang diajukan konsisten atau stabil. Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus *Cronbach Alpha*, dimana dikatakan reliabel jika *Cronbach Alpha*  $>0,60$ . Adapun hasil dari uji reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas variabel X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, dan Y

No	Nama Variabel	Nilai <i>Croanbach's Alpha</i>	Nilai Standar	Keterangan
1.	Status Sosial (X1)	0,807	0,60	Reliabel
2.	Harga (X2)	0,624	0,60	Reliabel
3.	Keputusan	0,916	0,60	Reliabel

	Pembelian(Y)			
--	--------------	--	--	--

(Sumber: Hasil Data SPSS yang diolah, 2023)

Berdasarkan tabel 4.8 diketahui bahwa seluruh item indikator pernyataan untuk variabel Independen (Status Sosial ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ )), dan variabel Dependen (Keputusan Pembelian (Y)) dinyatakan reliabel, karena nilai seluruh item lebih besar dari nilai Croanbach's Alpha 0,60 dan hasil tabel diatas memenuhi kriteria pengambilan keputusan.

#### 4. Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel dependen dan variabel independen, keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Sunyoto, 2012, hlm.119).

Dalam penelitian ini uji normalitas yang digunakan adalah Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov dengan alat statistik SPSS 22 dan dengan melihat pola P-P plot. Kriteria pengambilan keputusan untuk uji normalitas kolmogorov smirnov ini adalah sebagai berikut :

- 1) Data yang berdistribusi normal Jika nilai Sig. lebih besar dari 0,05.

- 2) Sebaliknya, Data yang tidak berdistribusi normal Jika nilai Sig. lebih kecil dari 0,05 (Sunyoto, 2012, hlm.121).

Berikut adalah hasil pengujian normalitas data pada penelitian ini:

Tabel 4.12 One-Sample Kolmogrov-Sminov-Test

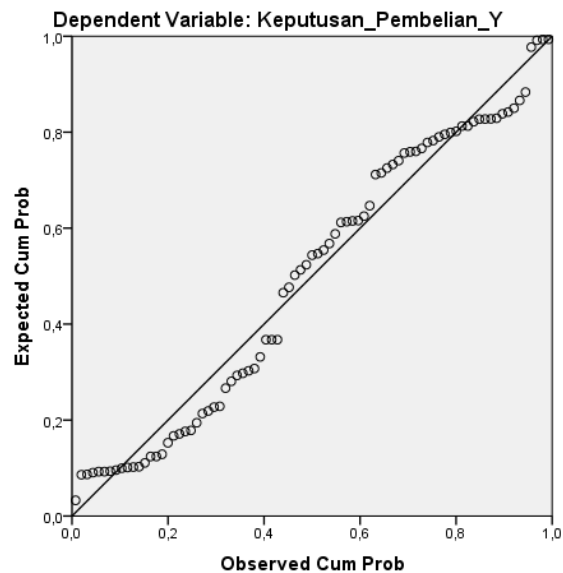
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		83
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	6,04847555
Most Extreme Differences	Absolute	,088
	Positive	,087
	Negative	-,088
Test Statistic		,088
Asymp. Sig. (2-tailed)		,172 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



(Sumber, SPSS 22)

Berdasarkan tabel 4.9 *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* diatas diketahui bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,172 lebih besar dari 0,05 ( $0,172 > 0,05$ ) dan juga terlihat bahwa pola P-P plot menunjukkan titik-titik berada disekitaran garis regresi atau mengikuti garis regresi. Hal ini menunjukkan bahwa residual data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas adalah pengujian yang digunakan untuk mengetahui apakah antara variabel independent yang terdapat dalam model memiliki keterikatan satu sama lain. Uji multikolinieritas akan mengukur tingkat keeratan hubungan/pengaruh antar variabel bebas dalam penelitian ini (Status Sosial  $X_1$ , Harga  $X_2$  melalui besaran koefisien korelasi ( $r$ ) (Sunyoto, 2012, hlm.131).

Penelitian antar variabel dikatakan baik jika tidak terjadi gejala multikolinearitas. Kriteria pengambilan keputusan dalam pengujian ini berdasarkan pada nilai Tolerance dan nilai VIF, sebagai berikut :

- 1) Dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinieritas Jika nilai tolerance lebih besar dari 0,10 dan jika nilai VIF lebih kecil dari 10,00.
- 2) Dinyatakan terjadi gejala multikolinieritas jika nilai tolerance lebih kecil dari 0,10 dan jika nilai VIF lebih besar dari 10,00

Berikut adalah hasil pengujian multikolinearitas pada penelitian ini:

Tabel 4. 13 *Coefficients* Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients <sup>a</sup>						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	26,896	3,961		6,791	,000		
Status_Sosial_X 1	,081	,193	,048	,421	,675	,951	1,052
Harga_X2	,139	,253	,062	,547	,586	,951	1,052

a. Dependent Variable: Keputusan\_Pembelian\_Y

(Sumber, SPSS 22)

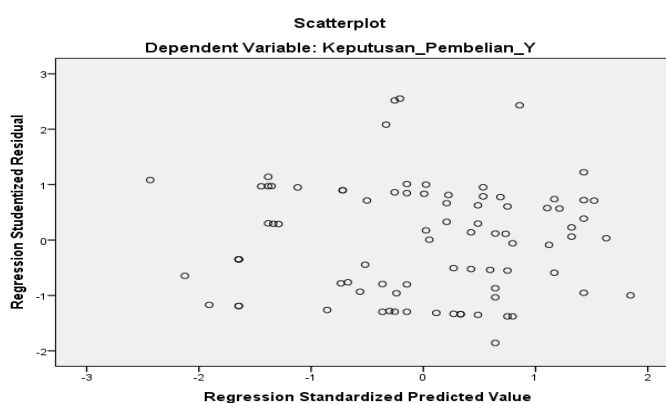
Berdasarkan tabel hasil uji multikolinieritas menggunakan SPSS 22 diatas diketahui bahwa variabel Status Sosial ( $X_1$ ) memiliki nilai tolerance  $0,951 > 0,10$  dan nilai VIF sebesar  $1,052 < 10,00$  , variabel Harga ( $X_2$ ) memiliki nilai tolerance  $0,951 > 0,10$  dan nilai VIF sebesar 1,052. Dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala Multikolinieritas karena hasil pengujian memenuhi kriteria pengambilan keputusan.

#### c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui sama atau tidak varians dari residual dari observasi yang satu dengan observasi lainnya. Jika residualnya mempunyai varians yang sama disebut terjadi Homoskedastisitas dan jika variansnya tidak sama/berbeda disebut terjadi heterokedastisitas (Sunyoto, 2012, hlm.135).

Pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini dengan cara melihat pola *scatterplot* dengan bantuan alat uji SPSS 22. Kriteria keputusan yang diambil jika melihat pola gambar *scatterplot* adalah jika titik menyebar di atas, dibawah dan disekitar angka 0 dan titik titik tidak mengumpul hanya di atas dan dibawah saja serta titik tidak membentuk pola tertentu maka tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

Berikut adalah hasil pengujian heterokedastisitas dengan melihat pola *scatterplot*.



(Sumber, SPSS 22)

Dari gambar pola *scatterplot* diatas diketahui bahwa titik titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 dan menyebar acak tidak membentuk pola tertentu, maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

## 5. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi adalah analisis yang mengukur pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Dalam

penelitian ini yang akan dianalisis dari variabel independen yaitu Status Sosial dan Harga terhadap Keputusan Pembelian.

Berikut adalah hasil persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini :

Tabel 4.14 Hasil Regresi Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	27,354	3,749		7,296	,001		
Status_Sosial_X1	,615	,087	,587	7,063	,001	,958	1,044
Harga_X2	,139	,253	,062	,547	,586	,951	1,052

a. Dependent Variable: Keputusan\_Pembelian\_Y

(Sumber: SPSS 22)

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 27,354 + 0,615 X_1 + 0,139 X_2 + e$$

Keterangan :

$\alpha$  = Konstanta

Y = Keputusan Pembelian

X1 = Status Sosial

X2 = Harga

e = Variabel error (diluar penelitian)

Persamaan regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta sebesar 27,354 menunjukkan jika variabel Status Sosial ( $X_1$ ) dan Harga( $X_2$ ) nilainya adalah 0 (nol) maka Keputusan Pembelian hijab Elzatta di Martapura nilainya adalah 27,354.
- b. Nilai koefisien regresi variabel Status Sosial ( $X_1$ ) sebesar 0,615 yang berarti jika status sosial mengalami peningkatan sebanyak satu satuan maka akan mempengaruhi keputusan pembelian hijab Elzatta di Martapura yang akan bertambah sebesar 0,615 dengan asumsi bahwa nilai variabel bebas/independent adalah tetap. Hal ini menunjukkan bahwa variabel status sosial berkontribusi secara positif terhadap keputusan pembelian hijab Elzatta di Martapura, sehingga apabila status sosial meningkat maka semakin meningkatkan pula keputusan pembelian.
- c. Nilai koefisien regresi variabel Harga ( $X_2$ ) sebesar 0,139 yang berarti jika harga mengalami peningkatan sebanyak satu satuan maka akan mempengaruhi keputusan pembelian hijab Elzatta di Martapura yang akan bertambah sebesar 0,139 dengan asumsi bahwa nilai variabel bebas/independent adalah tetap. Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga berkontribusi secara positif terhadap keputusan pembelian hijab Elzatta di Martapura, sehingga apabila harga sangat bagus/ baik maka semakin meningkatkan pula keputusan pembelian.



## 6. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) adalah untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen (X) dalam mempengaruhi variabel independen (Y). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu, semakin tinggi nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) berarti semakin tinggi kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi perubahan terhadap variabel dependen (Mulyono, 2018, hlm.111-113).

Berikut adalah hasil koefisien determinasi dari pengujian menggunakan SPSS 22:

Tabel 4. 15 Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.743 <sup>a</sup>	.553	.520	2.09082

a. Predictors: (Constant), Harga\_X2, Status\_Sosial\_X1

b. Dependent Variable: Keputusan\_Pembelian\_Y

(Sumber SPSS 22)

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai R Square adalah sebesar 0,553. Nilai R Square 0,553 ini berasal dari pengkuadratan nilai koefisien korelasi atau “R”, yaitu  $0,743 \times 0,743 = 0,553$ . Besarnya angka koefisien determinasi (R Square) adalah 0,553 atau sama dengan 55,3%. Sedangkan sisanya ( $100\% - 55,3\% = 44,7\%$ ) dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

## 7. Uji Hipotesis

a. Uji T

Uji T adalah untuk mengetahui pengaruh secara individu (parsial) variabel independen dalam penelitian ini yaitu Status Sosial( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ) terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian( $Y$ ).

Adapun dasar pengambilan keputusan untuk uji parsial (uji T) ini dengan melihat nilai signifikansi dan nilai t hitung sebagai berikut:

- 1) Dinyatakan berpengaruh signifikan jika nilai Sig < 0,05 dan jika nilai t hitung > t tabel
- 2) Dinyatakan tidak berpengaruh signifikan jika nilai Sig > 0,05 dan jika nilai t hitung < t tabel

Berikut ini adalah hasil pengujian uji T:

Tabel 4. 16 Coefficients

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	27,354	3,749		7,296	,001		
Status_Sosial_X1	,615	,087	,587	7,063	,001	,958	1,044
Harga_X2	,139	,253	,062	,547	,586	,951	1,052

a. Dependent Variable: Keputusan\_Pembelian\_Y

(Sumber, SPSS 22)

Berdasarkan output diatas diketahui nilai t tabel variabel Status Sosial dan harga adalah 1,989. Diperoleh dengan perhitungan menggunakan rumus sbb :

$$T \text{ Tabel} = ( \alpha/2 ; n- k-1)$$

$$T \text{ Tabel} = (0,05 / 2 ; 83-2-1)$$

$$T \text{ Tabel} = (0,025 ; 80) = 1,989 \text{ didapat dari t tabel}$$

Keterangan :

$n$  = Banyaknya observasi dalam kurun waktu data.

$k$  = Banyaknya variabel (bebas dan terikat).

$\alpha$  = Alpha dari 0,05

1) Pengujian Hipotesis Status Sosial

$H_0$  : Secara parsial Status Sosial tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian hijab Elzatta di Martapura.

$H_1$  : Secara parsial Status Sosial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian hijab Elzatta di Martapura.

Berdasarkan tabel output SPSS diatas diketahui bahwa nilai Sig variabel Status Sosial ( $X_1$ ) sebesar  $0,001 < 0,05$  dan  $t$  hitung sebesar  $7,063 >$  dari  $t$  tabel 1,989 dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima yang berarti secara parsial variabel Status Sosial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian hijab Elzatta di Martapura.

2) Pengujian Hipotesis Harga

$H_0$ : Secara parsial Harga tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian hijab Elzatta di Martapura.

$H_1$ : Secara parsial Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian hijab Elzatta di Martapura.

Berdasarkan tabel output SPSS diatas diketahui bahwa nilai Sig variabel harga ( $X_2$ ) sebesar  $0,586 > 0,05$  dan nilai t hitung sebesar  $0,547 < 1,989$  dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  ditolak  $H_0$  diterima yang berarti secara parsial Harga tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian hijab Elzatta di Martapura.

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji f adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Derajat kepercayaan yang digunakan adalah 0,05. Apabila nilai F hasil perhitungan lebih besar dari pada nilai F tabel maka hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Mulyono, 2018, hlm.113).

Adapun dasar pengambilan keputusan untuk uji simultan (uji F) ini dengan melihat nilai signifikansi dan nilai f hitung sebagai berikut:

- 1) Dinyatakan berpengaruh signifikan jika nilai Sig  $< 0,05$  dan jika nilai F hitung  $> F$  tabel
- 2) Dinyatakan tidak berpengaruh signifikan jika nilai Sig  $> 0,05$  dan jika nilai F hitung  $< F$  tabel

Dalam penelitian ini berikut adalah hipotesis yang ingin dibuktikan :

$H_0$ : Secara simultan Status Sosial dan Harga tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian hijab Elzatta di Martapura.

$H_1$ : Status Sosial dan Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian hijab Elzatta di Martapura.

Tabel 4.17 Hasil Regresi Linear Berganda Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2294,030	2	1147,015	27,127	,001 <sup>b</sup>
	Residual	4101,530	97	42,284		
	Total	6395,560	99			

(Sumber,

a. Dependent Variable: Keputusan\_Pembelian\_Y

b. Predictors: (Constant), Harga\_X2, Status\_Sosial\_X1

SPSS 22)

Berdasarkan output diatas diketahui nilai f hitung variabel Status Sosial dan 3,11. Diperoleh dengan perhitungan menggunakan rumus sbb:

$$F \text{ Tabel} = (k ; n-k)$$

$$F \text{ Tabel} = 2 ; 83 - 2 = 2 ; 81$$

Diperoleh nilai = 3,11

Keterangan :

k = jumlah variabel x

n = jumlah responden

Berdasarkan hasil output SPSS diatas diketahui bahwa nilai F hitung sebesar  $27,127 > F \text{ tabel } 3,11$  dan nilai Sig sebesar  $0,001 < 0,05$  dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima yang berarti secara

simultan Status Sosial dan Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian hijab Elzatta di Martapura.

## B. Analisis Data

1. Pengaruh secara parsial variabel Status Sosial( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian Hijab Elzatta di Martapura.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis variabel Status Sosial( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian hijab Elzatta di Martapura yang telah dilakukan menunjukkan nilai Sig variabel Status Sosial( $X_1$ ) sebesar  $0,001 < 0,05$  dan  $t$  hitung sebesar  $7,063 >$  dari  $t$  tabel 1,989 dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima yang berarti secara parsial variabel Status Sosial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian hijab Elzatta di Martapura.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mursekha yang berjudul *Pengaruh Gaya Hidup dan Status Sosial Mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Bisnis Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon terhadap Keputusan Pembelian Produk Rabbani* (2015) yang juga menunjukkan hasil variabel Status Sosial secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian yang dibuktikan dari nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $2.517 > t_{tabel}$  1.986.

Sebagaimana dikutip dalam Watson (2003: 395) mengusulkan teori konsumsi yang menyarankan bahwa orang mengkonsumsi barang menurut persepsi mereka tentang apa yang normal untuk

referensi mereka dan juga memasukkan perbandingan sosial sebagai proses sentral dalam keputusan konsumsi.

Cara berpakaian, berbicara, dan bergaul seseorang menunjukkan status yang dimilikinya. (Heriyanto, hlm. 10, diakses pada tanggal 10 Maret 2023).

Hasil penelitian ini relevan dengan teorinya Hardianti. 2019. yang berjudul *Pengaruh Status Sosial dan Literasi Ekonomi Terhadap Keputusan Konsumsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi* yang menyatakan bahwa status sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Pengaruh status sosial terhadap keputusan pembelian dengan arah hubungan yang positif, artinya jika tingkat pendidikan, pekerjaan dan pendapatan meningkat memberikan dampak terhadap keputusan pembelian yang dilakukan (Hardianti, 2019, hlm.6-7).

2. Pengaruh secara parsial variabel Harga ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian Hijab Elzatta di Martapura.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis variabel Harga ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian hijab Elzatta di Martapura yang telah dilakukan menunjukkan nilai Sig variabel Harga ( $X_2$ ) sebesar  $0,586 > 0,05$  dan  $t$  hitung sebesar  $0,547 < 1,989$  dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  ditolak  $H_0$  diterima yang berarti Secara parsial Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian hijab Elzatta di Martapura.

Hubungan antara harga dengan keputusan pembelian yaitu harga mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian, semakin tinggi harga maka keputusan pembelian semakin rendah, sebaliknya jika harga rendah keputusan pembelian berubah semakin tinggi (Kotler dan Armstrong, 2001).

Stanton, 1996 menyatakan “konsumen sendiri memiliki persepsi mengenai harga, bahwa semakin tinggi harga suatu produk semakin tinggi pula kualitas produk nya”.

Hasil penelitian ini menunjukkan variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Hijab Elzatta di Martapura. Hal tersebut terjadi karena konsumen yang melakukan pembelian hijab Elzatta di Martapura adalah konsumen yang tidak dipengaruhi oleh harga. Tinggi ataupun rendahnya harga Hijab Elzatta tersebut tidak mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian karena konsumen sadar akan manfaat dan kualitas hijab tersebut. karena itulah faktor harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian hijab Elzatta di Martapura

Bentuk penentuan harga yang dilarang dalam Islam antara lain menentukan harga yang berlebihan, diskriminasi penentuan harga yang berakibat pada ketidakadilan dan penipuan dalam penentuan harga (Nur Asnawi & M. Asnan Fanani, 2017, hlm.165).

Jika dikaitkan dengan Harga hijab Elzatta yang ditawarkan, menurut peneliti untuk penetapan harga telah sesuai dengan



perspektif ekonomi islam karena tidak adanya diskriminasi harga dan harga yang ditetapkan oleh penjual.

3. Pengaruh secara simultan variabel status sosial ( $X_1$ ) dan variabel Harga ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian hijab Elzatta di Martapura.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis variabel status sosial ( $X_1$ ) dan variabel Harga ( $X_2$ ) didapatkan nilai F hitung sebesar 27,127 > F tabel 3,11 dan nilai Sig sebesar 0,001 < 0,05 dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima yang berarti secara simultan Status Sosial dan Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian hijab Elzatta di Martapura.

Didalam penelitian ini juga diperoleh hasil pengujian Koefisien Determinasi yang menunjukkan variabel Status Sosial ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) dalam mempengaruhi variabel Keputusan Pembelian ( $Y$ ) dalam penelitian ini sebesar 55,3%. dapat disimpulkan sisanya sebesar 44,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Jadi peneliti berharap kepada peneliti selanjutnya agar dapat menambahkan variabel-variabel lain diluar penelitian ini