

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum

Apple Inc merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang teknologi komunikasi dan computer yang berlokasi di Silicon Valley, Cupertino, California. *Apple* menciptakan produk alat komunikasi unggulan bernama *iPhone*. Dengan dilengkapi berbagai fitur dan sistem operasi yang berbeda dapat memuaskan kebutuhan konsumen. *Apple* menempatkan dirinya sebagai pemimpin dalam industri elektronik konsumen, ditambah dengan merilis *iPhone* dan *iPad*. *Apple* adalah perusahaan terbesar di dunia, dengan pendapatan tahunan lebih dari \$ 60 miliar.

Gambar 4.1 *iPhone*



4.2 Deskripsi Responden

Tujuan dalam penelitian ini adalah melihat seberapa besar pengaruh yang diberikan dari variabel gaya hidup dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian *iPhone* mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik angkatan 2017 Universitas Sumatera Utara. Dalam upaya mendapatkan data primer di lapangan

peneliti melakukan pengumpulan data kepada pengguna *iPhone* yang masuk dalam klasifikasi atau syarat yang telah ditentukan pada bagian sebelumnya. Peneliti menggunakan metode survei yaitu dengan menyebarkan kuesioner di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara dengan jentang waktu kurang lebih dua minggu.

Dari hasil penyebaran kuesioner kepada sebagian pengguna *iPhone* yang berjumlah 114 responden, maka dapat diperoleh gambaran karakteristik responden berdasarkan usia responden, jenis kelamin responden dan waktu penggunaan *iPhone*. Gambaran karakteristik responden secara rinci adalah sebagai berikut :

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik pertama adalah berdasarkan jenis kelamin responden yang terbagi dari laki-laki dan perempuan. Berdasarkan data yang telah diolah, jenis kelamin responden pada penelitian ini, dapat dilihat pada tabel 4.1 di bawah ini :

Tabel 4.1

Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis kelamin	Frekuensi	Persentase
1.	Laki-laki	23	20.02
2.	Perempuan	91	79.98
Total		114	100%

Sumber : data SPSS21

Dari data yang terlihat di tabel 4.1 tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden dari penelitian ini adalah berjenis kelamin perempuan dengan

persentase 79.98% dengan jumlah responden 91 orang. Jumlah ini dapat terbilang lebih mendominasi dari total responden 100%. Sedangkan jenis kelamin laki-laki memiliki persentase 20.02% dengan jumlah responden 23 orang.

Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa jumlah responden laki-laki atau perempuan tidak seimbang karena mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik angkatan 2017 Universitas Sumatra Utara lebih banyak mahasiswa berjenis kelamin perempuan.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik kedua berdasarkan usia responden. Gambaran mengenai usia responden dapat dilihat pada tabel 4.2 di bawah ini:

Tabel 4.2
Jumlah Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Frekuensi	Persentase
1.	20	38	33.3
2.	21	57	50.0
3.	22	14	12.3
4	23	5	4.4
Total		114	100%

Sumber : data SPSS21

Dari tabel 4.2 tersebut dapat dilihat bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini berada pada rentang usia 20 tahun dengan persentase 33.3% dengan jumlah responden sebanyak 38 orang. Rentang usia 21 tahun dengan persentase

50,5% dengan jumlah responden sebanyak 57 orang, rentang usia 22 dengan persentase 12,3% dengan jumlah responden 14 orang dan rentang usia 23 dengan persentase 4.4% sebanyak 5 orang.

Berdasarkan hal tersebut dapat dilihat bahwa usia 21 tahun lebih banyak dikarenakan angkatan 2017 adalah mahasiswa tahun kelahiran 1999 sedangkan usia 23 tahun lebih banyak mahasiswa di angkatan 2016.

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Penggunaan

Karakteristik selanjutnya adalah berdasarkan waktu penggunaan berdasarkan penelitian yang dilakukan, dapat dilihat pada table 4.3 :

Tabel 4.3
Jumlah Responden Berdasarkan Penggunaan

No.	Tahun	Frekuensi	Persentase
1.	<1	19	16.7
2.	1-2	38	33.3
3.	3-4	51	44.7
4.	>5	6	5.3
Total		114	100%

Sumber : data SPSS21

Dari tabel 4.3 dapat dilihat bahwa responden yang menggunakan *Iphone* kurang dari 1 tahun sebanyak sejumlah 19 orang (16,7%), menggunakan *Iphone* 1-2 tahun dengan persentase 38 orang (33,3%), menggunakan *Iphone* 3-4 tahun sebanyak 51 orang (44.7%) dan lama usaha >5 tahun sebanyak 6 orang (5,3%).

Dapat disimpulkan bahwa jumlah orang yang menggunakan *iPhone* dalam waktu 3 sampai 4 tahun lebih banyak. Karena *iPhone* memiliki daya tahan lama dan kualitas yang baik. Sehingga hal tersebut menjadi nilai lebih yang dapat memenuhi kebutuhan responden dalam jangka panjang.

4.3 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif ini dilakukan pada keseluruhan data yang telah masuk pada penelitian dengan tujuan untuk diolah lebih lanjut. Fungsi dan tujuan dari pengukuran ini adalah untuk mendapatkan kesimpulan, karena melalui pengukuran ini peneliti mendapatkan sebuah gambaran tentang sampel diharapkan mendapatkan hasil yang signifikan.

4.3.1 Variabel Gaya Hidup

Variabel gaya hidup terdapat delapan item pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Jawaban responden dapat dilihat pada tabel 4.4 :

Tabel 4.4
Distribusi Frekuensi Variabel Gaya Hidup (X_1)

Item	5		4		3		2		1		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	Jumlah	%
X _{1.1}	54	47.4	46	40.4	11	9.6	1	.9	2	1.8	114	100.0
X _{1.2}	45	39.5	37	32.5	21	18.4	9	7.9	2	1.8	114	100.0
X _{1.3}	58	50.9	40	35.1	9	7.9	6	5.3	1	.9	114	100.0
X _{1.4}	68	59.6	35	30.7	10	8.8	0	0	1	.9	114	100.0
X _{1.5}	51	44.7	36	31.6	20	17.5	6	5.3	1	.9	114	100.0
X _{1.6}	56	49.1	41	36.0	12	10.5	3	2.6	2	1.8	114	100.0
X _{1.7}	63	55.3	37	31.5	12	10.5	1	.9	1	.9	114	100.0
X _{1.8}	54	47.4	44	38.6	13	11.4	2	1.8	1	.9	114	100.0

1. Pernyataan $X_{1,1}$ mayoritas responden menyatakan sangat setuju sebanyak 54 (47.4%) menyatakan setuju dan 46 (40.4%) maka sebanyak 87,8% responden mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik angkatan 2017 Universitas Sumatera Utara memberikan jawaban setuju bahwa *iPhone* mendukung aktivitasnya.
2. Pernyataan $X_{1,2}$ mayoritas responden menyatakan sangat setuju sebanyak 54 (47.4%) menyatakan setuju dan 37 (32.5%) maka sebanyak 79,9% mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik angkatan 2017 Universitas Sumatera Utara menyatakan setuju bahwa *iPhone* dapat mendukung minat dengan kualitas nya yang sangat baik.
3. Pernyataan $X_{1,3}$ mayoritas responden menyatakan sangat setuju sebanyak 58 (50.9%) menyatakan setuju dan 40 (35.1%) maka sebanyak 86% mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik angkatan 2017 Universitas Sumatera Utara menyatakan setuju bahwa *iPhone* dapat mendukung minat dengan kualitas nya yang sangat baik.
4. Pernyataan $X_{1,4}$ mayoritas responden menyatakan sangat setuju sebanyak 68 (59.6%) menyatakan setuju dan 35 (30.7%) maka sebanyak 90.3% mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik angkatan 2017 Universitas Sumatera Utara menyatakan bahwa setuju *iPhone* memiliki akses dan fitur yang sangat cepat.
5. Pernyataan $X_{1,5}$ mayoritas responden menyatakan sangat setuju sebanyak 51 (44.7%) menyatakan setuju dan 36 (31.6%) maka sebanyak 90.3% mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik angkatan 2017 Universitas Sumatera

Utara menyatakan setuju bahwa *iPhone* menjadi *smartphone* andalan yang dapat membantu memenuhi kebutuhan.

6. Pernyataan $X_{1.6}$ mayoritas responden menyatakan sangat setuju sebanyak 56 (49.1%) menyatakan setuju dan 41 (36.0%) maka sebanyak 85.4% mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik angkatan 2017 Universitas Sumatera Utara menyatakan setuju dengan harga yang telah ditentukan *iPhone* karena sesuai dengan kualitas produknya.
7. Pernyataan $X_{1.7}$ mayoritas responden menyatakan sangat setuju sebanyak 63 (55.3%) menyatakan setuju dan 37 (31.5%) maka sebanyak 86.8% mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik angkatan 2017 Universitas Sumatera Utara menyatakan setuju bahwa *iPhone* memiliki spesifikasi yang bagus sehingga tahan lama.
8. Pernyataan $X_{1.8}$ mayoritas responden menyatakan sangat setuju sebanyak 54 (47.4%) menyatakan setuju dan 44 (38.6%) maka sebanyak 86% mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik angkatan 2017 Universitas Sumatera Utara menyatakan setuju bahwa *iPhone* merupakan *smartphone* canggih yang sesuai dengan keinginan konsumen.

4.3.2 Variabel Kelompok Referensi

Variabel kelompok referensi terdapat sepuluh pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Jawaban responden dapat di lihat pada tabel 4.5:

Tabel 4.5
Distribusi Frekuensi Variabel Kelompok Referensi (X₂)

Item	5		4		3		2		1		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	Jumlah	%
X _{2.1}	23	20.2	47	41.2	31	27.2	9	7.9	4	3.5	114	100.0
X _{2.2}	59	51.8	45	39.5	7	6.1	0	0	3	2.6	114	100.0
X _{2.3}	37	32.5	38	33.3	23	20.2	7	6.1	9	7.9	114	100.0
X _{2.4}	58	50.9	39	34.2	12	10.5	3	2.6	2	1.8	114	100.0
X _{2.5}	47	41.2	37	32.5	24	21.1	4	3.5	2	1.8	114	100.0
X _{2.6}	61	53.3	32	28.1	14	12.3	4	3.5	3	2.6	114	100.0
X _{2.7}	58	50.9	44	38.6	9	7.9	1	.9	2	1.8	114	100.0
X _{2.8}	46	40.4	46	40.4	19	16.7	2	1.8	1	1.9	114	100.0
X _{2.9}	54	47.4	42	36.8	15	13.2	2	1.8	1	.9	114	100.0
X _{2.10}	57	50.0	28	24.6	20	17.5	7	6.1	2	1.8	114	100.0

Sumber : data SPSS21

1. Pernyataan X_{2.1} mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 47 (41.2%) maka sebanyak 41.2% mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik angkatan 2017 Universitas Sumatera Utara menyatakan setuju bahwa *iPhone* mengikuti perkembangan *smartphone*.
2. Pernyataan X_{2.2} mayoritas responden menyatakan sangat setuju sebanyak 59 (51.8%) dan menyatakan setuju 45 (39.5%) maka sebanyak 91,3% mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik angkatan 2017 Universitas Sumatera Utara menyatakan setuju bahwa *iPhone* adalah *smartphone* canggih dengan bentuk dan model terbaru.
3. Pernyataan X_{2.3} mayoritas responden menyatakan sangat setuju sebanyak 37 (32.5%) dan menyatakan setuju 38 (33.3%) maka sebanyak 65,8% mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik angkatan 2017 Universitas Sumatera Utara menyatakan setuju bahwa *iPhone* dapat meningkatkan kepercayaan diri dalam menggunakannya.

4. Pernyataan $X_{2.4}$ mayoritas responden menyatakan sangat setuju sebanyak 58 (50.9%) dan menyatakan setuju 39 (34.2%) maka sebanyak 85,1% mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik angkatan 2017 Universitas Sumatera Utara menyatakan setuju bahwa *iPhone* memiliki kamera yang sangat bagus.
5. Pernyataan $X_{2.5}$ mayoritas responden menyatakan sangat setuju 47 (41.2%) dan menyatakan setuju 37 (32.5%) maka sebanyak 73.7% mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik angkatan 2017 Universitas Sumatera Utara menyatakan setuju bahwa *iPhone* dapat menambah kepercayaan diri.
6. Pernyataan $X_{2.6}$ mayoritas responden menyatakan sangat setuju sebanyak 61 (53.3%) dan menyatakan setuju 32 (28.1) maka sebanyak 81.4% mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik angkatan 2017 Universitas Sumatera Utara menyatakan setuju bahwa *iPhone* memberikan kenyamanan dalam menggunakannya.
7. Pernyataan $X_{2.7}$ mayoritas responden menyatakan sangat setuju sebanyak 58 (50.9%) dan menyatakan setuju 44 (38.6) maka sebanyak 89.5% mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik angkatan 2017 Universitas Sumatera Utara menyatakan setuju bahwa *iPhone* melakukan yang terbaik sehingga konsumen menjadi loyal.
8. Pernyataan $X_{2.8}$ mayoritas responden menyatakan sangat setuju sebanyak 46 (40.4%) dan menyatakan setuju 46 (40.4%) maka sebanyak 80,8% mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik angkatan 2017 Universitas Sumatera Utara menyatakan setuju bahwa *iPhone* adalah merek ternama.

9. Pernyataan $X_{2,9}$ mayoritas responden menyatakan sangat setuju sebanyak 54 (47.4%) dan menyatakan setuju 42 (36.8) maka sebanyak 84,2% mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik angkatan 2017 Universitas Sumatera Utara menyatakan setuju bahwa *iPhone* sesuai dengan ekspektasi saat sebelum menggunakannya.
10. Pernyataan $X_{2,10}$ mayoritas responden menyatakan sangat setuju sebanyak 57 (50.0%) dan menyatakan setuju 28 (24.6) maka sebanyak 74,6% mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik angkatan 2017 Universitas Sumatera Utara menyatakan setuju bahwa *iPhone* selalu mengeluarkan produk terbaru dari berbagai barang kebutuhan seperti *apple watch*.

4.3.3 Variabel Keputusan Pembelian

Variabel Keputusan pembelian terdapat sepuluh item pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Jawaban responden dapat di lihat pada table 4.6 :

Tabel 4.6
Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y_1)

Item	5		4		3		2		1		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	Jumlah	%
$Y_{1,1}$	39	34.2	48	42.1	23	20.2	2	1.8	2	1.8	114	100.0
$Y_{1,2}$	44	38.6	52	45.6	14	12.3	0	0	4	3.5	114	100.0
$Y_{1,3}$	35	30.7	34	29.8	19	16.7	15	13.2	11	9.6	114	100.0
$Y_{1,4}$	47	41.2	45	39.5	15	13.2	4	3.5	3	2.6	114	100.0
$Y_{1,5}$	61	53.5	32	18.1	16	14.0	2	1.8	3	2.651	114	100.0
$Y_{1,6}$	51	44.7	48	42.1	13	11.4	1	.9	1	.9	114	100.0
$Y_{1,7}$	33	28.9	44	38.6	29	25.4	4	3.5	4	3.5	114	100.0
$Y_{1,8}$	71	62.3	37	32.5	3	2.6	2	1.8	1	.9	114	100.0
$Y_{1,9}$	66	57.9	37	32.5	10	8.8	0	0	1	.9	114	100.0
$Y_{1,10}$	18	15.8	13	11.4	41	36.0	19	16.7	23	20.2	114	100.0

1. Pernyataan $Y_{1.1}$ mayoritas responden menyatakan sangat setuju sebanyak 39 (34.2%) dan menyatakan setuju 48 (42.1%) maka sebanyak 76.3 mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik angkatan 2017 Universitas Sumatera Utara menyatakan setuju bahwa *iPhone* mempermudah aktivitas digital.
2. Pernyataan $Y_{1.2}$ mayoritas responden menyatakan sangat setuju sebanyak 44 (38.6%) dan menyatakan setuju 52 (45.6%) maka sebanyak 84,2 mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik angkatan 2017 Universitas Sumatera Utara menyatakan setuju bahwa membeli *iPhone* adalah bagian dari kebutuhan.
3. Pernyataan $Y_{1.3}$ mayoritas responden menyatakan sangat setuju sebanyak 35 (30.7%) dan menyatakan setuju 34 (29.8) maka sebanyak 60.5% mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik angkatan 2017 Universitas Sumatera Utara menyatakan setuju bahwa sebelum membeli *iPhone* bertanya dahulu kepada teman yang sudah menggunakan.
4. Pernyataan $Y_{1.4}$ mayoritas responden menyatakan sangat setuju sebanyak 47 (41.2%) dan menyatakan setuju 45 (39.5) maka sebanyak 80.7% mahasiswa Fakultas ilmu sosial dan ilmu politik angkatan 2017 Universitas Sumatera Utara menyatakan setuju bahwa fitur yang *iPhone* berikan dalam bentuk *IOS*.
5. Pernyataan $Y_{1.5}$ mayoritas responden menyatakan sangat setuju sebanyak 61 (53.5%) dan menyatakan setuju 32 (18.1%) maka sebanyak 71.6% mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik angkatan 2017 Universitas Sumatera Utara menyatakan setuju bahwa memilih *iPhone* sudah melakukan perbandingan dengan *smartphone* lainnya.

6. Pernyataan $Y_{1.6}$ mayoritas responden menyatakan sangat setuju sebanyak 51 (44.7%) dan menyatakan setuju 48 (42.1) maka sebanyak 86.8% mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik angkatan 2017 Universitas Sumatera Utara menyatakan setuju bahwa *iPhone* memiliki kualitas sangat canggih.
7. Pernyataan $Y_{1.7}$ mayoritas responden menyatakan sangat setuju sebanyak 33 (28.9%) dan menyatakan setuju 45 (38.6) maka sebanyak 67.5% mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik angkatan 2017 Universitas Sumatera Utara menyatakan setuju bahwa harga yang ditawarkan *iPhone* sesuai dengan kualitasnya.
8. Pernyataan $Y_{1.8}$ mayoritas responden menyatakan sangat setuju sebanyak 71 (62.3%) dan menyatakan setuju 37 (32.5) maka sebanyak 94.8% mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik angkatan 2017 Universitas Sumatera Utara menyatakan setuju bahwa *iPhone* merek ternama.
9. Pernyataan $Y_{1.9}$ mayoritas responden menyatakan sangat setuju sebanyak 66 (57.9%) dan menyatakan setuju 37 (32.5) maka sebanyak 90.4% mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik angkatan 2017 Universitas Sumatera Utara menyatakan setuju bahwa *iPhone* sesuai ekspektasi responden.
10. Pernyataan $Y_{1.10}$ mayoritas responden menyatakan sangat setuju sebanyak 18 (15.8%) dan menyatakan setuju 13 (11.4%) maka sebanyak 27.2% mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik angkatan 2017 Universitas Sumatera Utara menyatakan setuju bahwa *iPhone* selalu memberikan bentuk-bentuk terbaru.

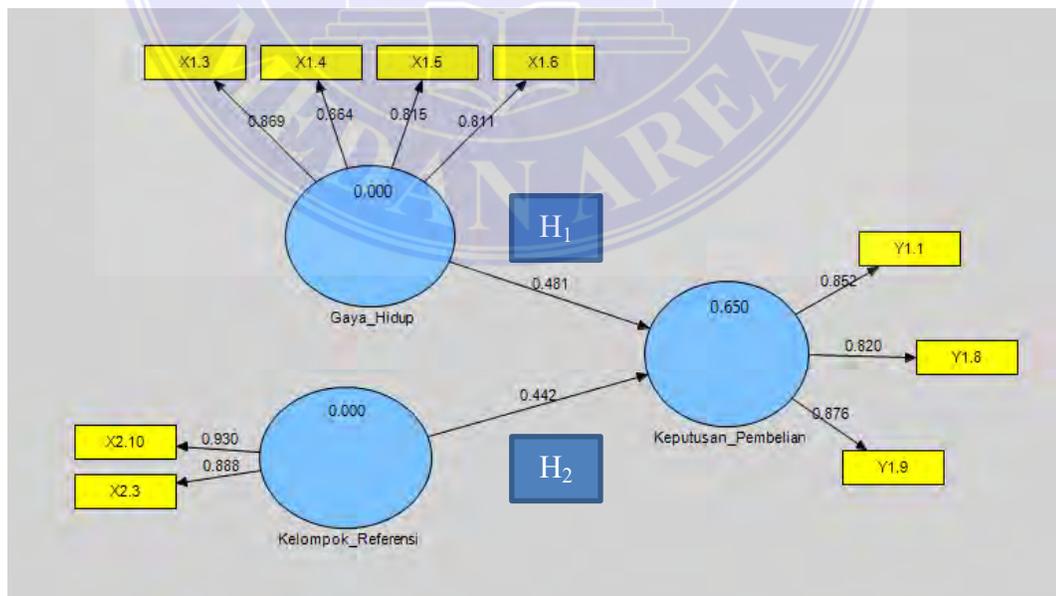
4.4 Analisis Data

Dalam penelitian ini teknik pengolahan data menggunakan metode SEM berbasis *Partial Least Square-2* (PLS). Software PLS pada penelitian ini menggunakan software yang dikembangkan di *University of Hamburg* Jerman yang diberi nama PLS. Pada metode PLS terdapat dua tahapan, tahap pertama yaitu evaluasi *outer model* atau model pengukuran item pertanyaan terhadap variabelnya. Tahap kedua adalah evaluasi terhadap *inner model* atau model *structural* untuk mengetahui hasil pengujian hipotesis yang digunakan. Pada pengujian ini juga dilakukan estimasi koefisien-koefisien jalur yang mengidentifikasi kekuatan dari hubungan antara variabel eksogen dan variabel endogen.

4.4.1 Analisis Outer Model

Gambar 4.2

Model Stuktural (*Outer Model*)



Sumber : data PLS 2.0

Gaya Hidup (X_1) :

- Nilai akses ($X_{1,3}$)
- Kualitas telekomunikasi ($X_{1,4}$)
- Perasaan ($X_{1,5}$)
- Prioritas produk ($X_{1,6}$)

Kelompok Referensi (X_2) :

- Kepercayaan diri ($X_{2,3}$)
- Sikap Konsumen ($X_{2,10}$)

Keputusan Pembelian (Y) :

- Memudahkan ($Y_{1,1}$)
- Merek ternama ($Y_{1,8}$)
- Ekspektasi ($Y_{1,9}$)

Terdapat tiga kriteria di dalam penggunaan teknik analisa data dengan *Smart PLS* untuk menilai outer model yaitu *Convergent Validity*, *Discriminant Validity* dan *Composite Reliability*. *Convergent validity* dari model pengukuran dengan refleksif indikator dinilai berdasarkan korelasi antara item *score/component score* yang diestimasi dengan Software PLS. Ukuran refleksif individual dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang diukur. Dalam penelitian ini akan digunakan batas *loading factor* sebesar 0,70.

4.5 Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Validitas konvergen bertujuan untuk mengetahui validitas setiap hubungan antara item pertanyaan yang digunakan dengan variabel latennya. Validitas konvergen dari model pengukuran dengan refleksif indikator dinilai berdasarkan korelasi antara skor item atau *component score* dengan skor variabel laten atau *construct score* yang dihitung dengan PLS.

Hasil pengujian jika nilai faktor *loading* di atas 0,7 dikatakan ideal dan valid. Tetapi, nilai faktor *loading* di atas 0,5 juga masih dapat diterima namun jika nilai faktor *loading* di bawah 0,5 maka item yang digunakan harus dikeluarkan dari model. Pada penelitian ini yang digunakan nilai kritis 0,6. Berikut disajikan hasil dari *outer loading* untuk setiap indikator – indikator yang dimiliki oleh setiap variabel laten eksogen dan endogen yang didapat dari olah data menggunakan Smart PLS :

Tabel 4.7

Outer Loadings (Mean, STDEV, t-Value)

	Sampel asli (O)	Rata-Rata Sampel (M)	Original Deviation (STDEV)	T-Statistics	P-Value
$X_{1.3} \leftarrow X_1$	0.8694	0.8665	0.0331	26.2337	0.000
$X_{1.4} \leftarrow X_1$	0.8641	0.8560	0.0401	21.5490	0.000
$X_{1.5} \leftarrow X_1$	0.8152	0.8148	0.0491	16.6014	0.000
$X_{1.6} \leftarrow X_1$	0.9300	0.9299	0.0202	15.4435	0.000
$X_{2.3} \leftarrow X_2$	0.8109	0.8112	0.0525	22.2138	0.000
$X_{2.10} \leftarrow X_2$	0.8883	0.8860	0.0399	45.9875	0.000

$Y_{1.1} \leftarrow Y_1$	0.8516	0.8512	0.0347	24.5287	0.000
$Y_{1.8} \leftarrow Y_1$	0.8195	0.8059	0.0705	11.6214	0.000
$Y_{1.9} \leftarrow Y_1$	0.8755	0.8701	0.0369	23.6984	0.000

Sumber: data PLS 2.0

Tabel 4.1 menggambarkan nilai *factor loading* (*convergent validity*) dari setiap indikator. Nilai *factor loading* >0,6 dapat dikatakan valid. Dari tabel ini diketahui bahwa semua nilai *factor loading* dari indikator gaya hidup (X_1), kelompok referensi (X_2), keputusan pembelian (Y) lebih besar dari 0,7. Hal ini menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut valid.

4.5.1 Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Discriminant Validity adalah untuk membuktikan bahwa konstruk laten memprediksi ukuran pada variabel penyusun lebih baik daripada ukuran pada variabel lainnya. *Discriminant Validity* dari model pengukuran dengan refleksif indikator dinilai berdasarkan *cross loading* pengukuran dengan konstruk. Setelah *convergen validity*, evaluasi selanjutnya adalah melihat *discriminant validity* dengan *cross loading*. *Discriminant validity* dari model pengukuran dinilai berdasarkan pengukuran *cross loading* dengan konstruk.

Jika korelasi konstruk lanjutan Tabel 4.1 *Outer Loadings* (Mean, STDEV, *t-values*) dengan pokok pengukuran (setiap indikatornya) lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya, maka konstruk laten memprediksi indikatornya lebih baik dari pada konstruk lainnya. Model mempunyai *discriminant validity* yang baik jika setiap nilai

loading dari setiap indikator dari sebuah variabel laten memiliki nilai *loading* yang paling besar dengan nilai loading lain terhadap variabel laten lainnya. Hasil pengujian *discriminant validity* diperoleh sebagai berikut :

Tabel 4.8
Nilai *Cross Loading*

	X ₁	X ₂	Y
X _{1.3}	0.8694	0.4404	0.6256
X _{1.4}	0.8641	0.4207	0.6013
X _{1.5}	0.8152	0.5286	0.5859
X _{1.6}	0.8109	0.3876	0.5858
X _{2.3}	0.4371	0.8883	0.5568
X _{2.10}	0.5172	0.9300	0.6959
Y _{1.1}	0.6360	0.6053	0.8516
Y _{1.8}	0.4919	0.5133	0.8195
Y _{1.9}	0.6699	0.6403	0.8755

Sumber : data PLS 2.0

Berdasarkan nilai *cross loading*, dapat diketahui bahwa semua indikator yang menyusun masing-masing variabel dalam penelitian ini (nilai yang dicetak tebal) telah memenuhi *discriminant validity* karena memiliki nilai *outer loading* terbesar untuk variabel yang dibentuknya dan tidak pada variabel yang lain. Dengan demikian semua indikator disetiap variabel dalam penelitian ini telah memenuhi *discriminant validity*.

4.5.2 Evaluasi Model

Evaluasi model pengukuran dengan *square root of average variance extracted* adalah membandingkan nilai akar AVE dengan korelasi antar konstruk. Jika nilai akar AVE lebih tinggi daripada nilai korelasi diantara konstruk, maka *discriminant validity* yang baik tercapai. Selain itu, nilai $AVE \geq 0,6$ sangat direkomendasikan. Pengujian selanjutnya untuk menganalisis *outer* model adalah dengan melihat reliabilitas konstruk variabel laten yang diukur dengan dua kriteria yaitu reliabilitas komposit dan *cronbach alpha* dari blok indikator yang mengukur konstruk. Konstruk dinyatakan reliabel jika nilai *composite reliability* maupun nilai *cronbach alpha* diatas 0,70. Berikut hasil evaluasi model PLS :

Tabel 4.9

Validitas dan Reliabilitas Konstruk

	Cronbach's Alpha	Reliabilitas Komposit	AVE
Gaya Hidup (X_1)	0.8608	0.9057	0.7062
Kelompok Referensi(X_2)	0.7933	0.9053	0.827
Keputusan Pembelian (Y)	0.8078	0.8857	0.721

Sumber : data PLS 2.0

Nilai AVE untuk ketiga konstruk tersebut lebih besar dari 0,5 sehingga dapat disimpulkan bahwa evaluasi pengukuran model memiliki diskriminan validity yang baik. Di samping uji validitas konstruk, dilakukan juga uji reliabilitas konstruk yang diukur dengan uji kriteria yaitu reliabilitas komposit dan *cronbach alpha* dari blok indikator yang mengukur konstruk. Konstruk yang dinyatakan reliable jika nilai

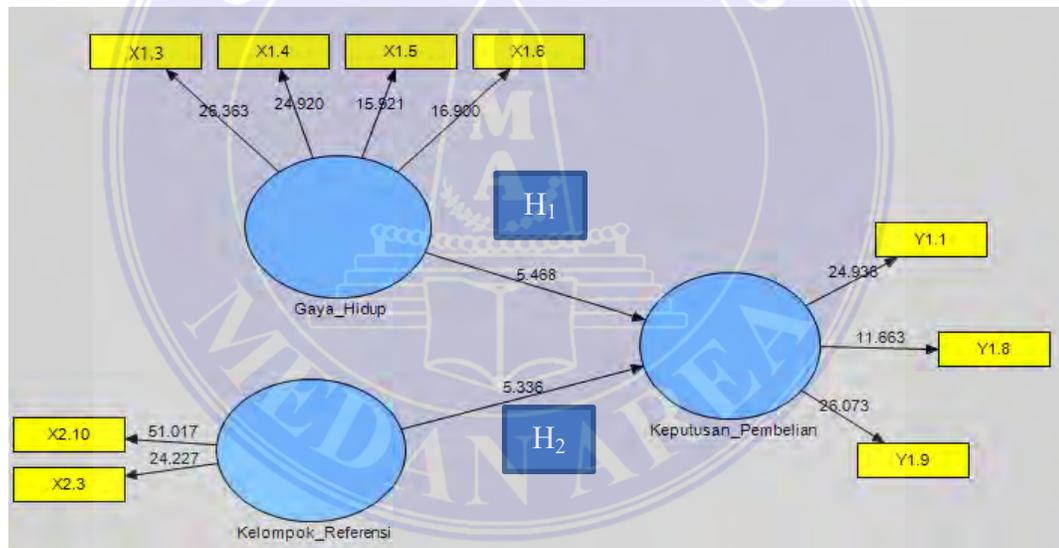
reliabilitas komposit maupun *cronbach alpha* di atas 0.70. Jadi dapat disimpulkan bahwa konstruk memiliki reliabilitas yang baik.

4.5.3 Evaluasi Inner Model

Pengujian *inner model* atau model struktural dilakukan untuk melihat hubungan antara konstruk nilai signifikansi dan *R-square* dari model penelitian. Model struktural dievaluasi dengan menggunakan *R-square* untuk konstruk dependen uji-t serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural.

Gambar 4.3

Model Struktural (Inner Model)



Sumber : Data PLS 2.0

4.6 Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian terhadap model struktural dengan melihat nilai *R-square* yang merupakan uji *construct reliability and validity*.

Tabel 4.10
Nilai R-Square

Variabel	R-Square
Y	0.6504

Sumber : data PLS 2.0

Pada prinsipnya penelitian ini menggunakan dua variabel eksogen yaitu gaya hidup (X_1) dan kelompok referensi (X_2) yang dipengaruhi oleh variabel lainnya yaitu keputusan pembelian (Y) sebagai variabel endogen. Tabel 4.10 menunjukkan nilai *R-square* untuk keputusan pembelian atau (Y) diperoleh sebesar 0,6504

Nilai *R-square* menunjukkan bahwa 65,04% variabel (Y) mempengaruhi gaya hidup dan kelompok referensi. Sedangkan sisanya 34,96% dipengaruhi oleh variabel lain diluar yang diteliti.

4.7 Pengujian Hipotesis Penelitian

Pengujian hipotesis penelitian menggunakan nilai signifikansi parameter yang diestimasi untuk memberikan informasi yang sangat berguna mengenai hubungan antara variabel-variabel penelitian. Dalam PLS pengujian secara statistik setiap hubungan yang dihipotesiskan dilakukan dengan menggunakan simulasi. Dalam hal ini dilakukan metode *bootstrap* terhadap sampel. Pengujian dengan *bootstrap* juga dimaksudkan untuk meminimalkan masalah ketidaknormalan data penelitian. Hasil pengujian dengan *bootstrapping* dari analisis PLS adalah sebagai berikut :

Tabel 4.11
Hasil Pengujian Hipotesis

Hubungan Variabel	Sampel Asli (O)	Rata-rata (M)	Standar Deviasi	T-Statistik
$X_1 \rightarrow Y$	0.4805	0.402	0.0900	5.3382
$X_2 \rightarrow Y$	0.4417	0.4514	0.0861	5.1295

Sumber : data PLS 2.0

Persamaan *structural* yang didapat adalah:

$$Y = 5.3382 X_1$$

$$Y = 5.1295 X_2$$

Hasil pengujian hipotesis yang digunakan dalam menguji hipotesis adalah nilai t_{hitung} . Pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} . Dengan menggunakan nilai *p-value* maka nilai pembanding yang digunakan adalah nilai tingkat kesalahan (α) sebesar 5%. Hasil pengujian hipotesis penelitian adalah sebagai berikut :

1. Hipotesis pertama

H_1 : Gaya hidup mempunyai pengaruh secara langsung dan signifikan terhadap keputusan pembelian *iPhone*. Hasil pengujian hipotesis variabel gaya hidup terhadap keputusan pembelian *iPhone* didapatkan koefisien jalur sebesar 0.4805 dan t_{hitung} sebesar 5.3382 dan t_{tabel} 1.981. Karena nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau $p_{value} (0.000) \leq 0.05$. Maka didapatkan hasil H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga gaya hidup mempunyai pengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian *iPhone*. hal ini berarti H_1 diterima.

2. Hipotesis kedua

H_2 : Kelompok referensi mempunyai pengaruh secara langsung dan signifikan terhadap keputusan pembelian *iPhone*. Hasil pengujian hipotesis variabel kelompok referensi terhadap keputusan pembelian didapatkan koefisien jalur sebesar 0.4417 dan t_{hitung} sebesar 5.1295 dan nilai t_{tabel} 1.981. Karena nilai $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau $p_{value} (0.000) \leq 0.05$. Maka didapatkan hasil H_0 ditolak dan H_2 diterima, sehingga kelompok referensi mempunyai pengaruh secara langsung dan signifikan terhadap keputusan pembelian. hal ini berarti H_2 diterima.

4.8 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis

Setelah mengetahui hasil perhitungan setiap hipotesis maka langkah selanjutnya merupakan penjelasan bagaimana hubungan setiap hasil variabel pada penelitian ini dengan tambahan dari jurnal-jurnal atau penelitian sebelumnya. Tujuannya adalah untuk memperkuat hasil hipotesis, penjelasan tersebut akan dibahas pada bagian dibawah ini :

4.8.1 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian *iPhone*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *iPhone* di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik angkatan 2017 Universitas Sumatera Utara, hal ini terlihat dari hasil t_{hitung} 5.3382. Disimpulkan bahwa penelitian ini berhasil membuktikan H_1 yaitu variabel gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *iPhone*.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2008), bahwa gaya hidup adalah pola hidup individu di dunia yang terungkap pada *AIO (Activity, Interest, Opinion)*. Gaya hidup dapat menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang melakukan interaksi dengan lingkungannya.

Sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang diteliti oleh Mutia (2018) dengan judul Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Merek Samsung menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} 4,464 hal tersebut menandakan bahwa gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *iPhone*.

Hanya saja hal tersebut dapat di lihat bahwa gaya hidup memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun hasil penelitian tersebut memiliki perbedaan di antaranya mahasiswa dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik menunjukkan hasil yang lebih tinggi yaitu 5.3382 karena tingkat gaya hidup mahasiswa di Sumatera Utara lebih tinggi dari pada di pulau Jawa sedangkan mahasiswa di Manajemen Pemasaran Administrasi Niaga memiliki hasil 4,464 karena mahasiswa yang tidak terlalu mengikuti perkembangan zaman namun lebih memprioritaskan kebutuhan dari pada keinginan.

4.8.2 Pengaruh Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian *iPhone*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelompok referensi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *iPhone* di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik angkatan 2017 Universitas Sumatera Utara, hal ini terlihat dari hasil t_{hitung} 5.1295. Disimpulkan bahwa penelitian ini berhasil membuktikan H_2 yaitu

variabel kelompok referensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *iPhone*.

Sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh (Suryani, 2008) yaitu kelompok referensi adalah seseorang atau kelompok yang dijadikan rujukan yang memiliki pengaruh nyata bagi individu. Didukung dengan penelitian terdahulu oleh Febri (2014) dengan judul Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian *iPhone* (Studi pada Konsumen *iPhone* di Universitas Brawijaya) nilai t_{hitung} menunjukkan 2,067 yaitu berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *iPhone*.

Adapun penelitian terdahulu menurut Hendri (2017) pengaruh gaya hidup dan kelompok referensi terhadap keputusan pembelian *iphone* (Survei Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2014 dan 2015 Universitas Brawijaya Malang yang membeli dan menggunakan Smartphone *iPhone*) nilai t_{hitung} menunjukkan 4,699 yaitu berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *iPhone*.

Dapat disimpulkan bahwa kelompok referensi memiliki berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *iPhone* di Fakultas ilmu sosial dan ilmu politik angkatan 2017 Universitas Sumatera Utara. Namun terdapat hasil yang berbeda-beda karena dipengaruhi beberapa faktor salah satunya adalah faktor lingkungan, mahasiswa yang berada di wilayah Malang dan wilayah Sumatera Utara terdiri dari mahasiswa yang memiliki latar belakang asal daerah berbeda-beda sehingga hal tersebut menjadi tolak ukur dalam pengambilan keputusan.