

## **BAB IV**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN ANALISIS DATA**

#### **A. Gambaran Umum Perusahaan**

##### **1. Sejarah**

Samsung didirikan pada tahun 1938 oleh Lee Byung-chul sebagai perusahaan dagang kecil dengan hanya 4 karyawan. Pada akhir tahun 1960, Samsung Group memasuki industri elektronik dengan membentuk beberapa divisi seperti Samsung Electronics Device, Samsung Electronics-Mechanics, Samsung Corning, dan Samsung Semiconductor & Telecommunications.

Pada tahun 1977, Samsung Electronics mulai mengembangkan kehadirannya di industri jaringan telekomunikasi. Pada awal tahun 1980-an, Samsung mulai menginvestasikan dalam riset dan pengembangan teknologi elektronik, yang kemudian menghasilkan pengembangan telekomunikasi seluler.

Pada tahun 1986, Samsung memperkenalkan telepon pertamanya, SC-100. Namun, produk ini tidak berhasil diterima dengan baik oleh pasar karena kualitasnya yang kurang memenuhi harapan konsumen. Meskipun demikian, Samsung tetap fokus pada pengembangan riset dan bertahan di industri telepon seluler.

Pada tahun 1990-an, telepon seluler CDMA mulai populer di seluruh dunia, dan pada tahun 1999, Samsung berhasil menguasai 50% pasar penjualan CDMA. Namun, pangsa pasar yang lebih dominan adalah

pasar komunikasi seluler GSM, sehingga untuk terus tumbuh, Samsung harus memasuki pasar GSM.

Pada tahun 2010, Samsung merilis produk yang membuatnya mampu mengambil alih posisi iPhone sebagai smartphone terlaris di dunia, yaitu Samsung Galaxy. Kolaborasi Samsung dengan Android membantu mereka mendominasi pangsa pasar dan terus meluncurkan produk-produk terbaru. Hingga saat ini, Samsung tetap menjadi pemain utama di pasar smartphone, mampu bertahan meskipun persaingan dari merek-merek baru yang terus bermunculan.

## 2. Visi dan misi

### a. Visi

Memimpin pergerakan konvergensi digital

### b. Misi

Menjadi “digital-e company”

## 3. Produk

Berikut adalah seri produk Samsung Galaxy A :



**Gambar 4.1** produk *smartphone* Samsung Galaxy A

## B. Analisis data

### 1. Deskripsi Responden

#### a. Responden berdasarkan jenis kelamin

**Tabel 4.1 Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin**

<b>Jenis kelamin</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase %</b>
Laki-laki	44	43,6%
Perempuan	56	56,4%
Jumlah	100	100%

Berdasarkan informasi pada tabel 4.1, dapat diketahui bahwa dari jumlah responden yang mengikuti survei tentang Samsung Galaxy A Series, terdapat 44 orang responden laki-laki dengan presentase 43,6% dari total. Sementara itu, jumlah responden wanita sebanyak 56 orang, dengan presentase 56,4% dari total. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen Samsung Galaxy A Series yang berpartisipasi dalam survei adalah wanita.

#### b. Responden berdasarkan usia

**Tabel 4.2 karakteristik responden berdasarkan usia**

<b>Usia</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase</b>
18-20	23	22,8%
21-25	76	76,2%
26-30	1	1%
Jumlah	100	100%

Dari data pada tabel 4.2, terlihat bahwa jumlah konsumen berusia 18-23 tahun berjumlah 23 orang, dengan presentase 22,8%. Sementara itu, konsumen berusia 21-25 tahun berjumlah 76 orang, dengan presentase 76,2%. Hanya terdapat 1 responden, atau 1%, yang berusia 26-30 tahun.

c. Responden berdasarkan pendidikan

**Tabel 4.3 karakteristik responden berdasarkan pendidikan**

<b>Pekerjaan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase</b>
SMA	6	5,9%
Mahasiswa	75	75,3%
Karyawan	19	18,8%
Jumlah	100	100%

Dari data yang terdapat pada tabel 4.3, terlihat bahwa jumlah konsumen yang berstatus sebagai siswa SMA sebanyak 6 orang dengan presentase 5,9%. Sedangkan jumlah mahasiswa sebanyak 75 orang dengan presentase 75,3%. Untuk karyawan, jumlahnya mencapai 19 orang dengan presentase 18,8%.

d. Responden berdasarkan penghasilan

**Tabel 4.4 karakteristik responden berdasarkan penghasilan**

<b>Penghasilan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase</b>
<500.000	50	49,5%
500.000-1.000.000	26	25,7%
1.000.000-2.000.000	24	24,8%
Jumlah	100	100%

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui konsumen yang berpenghasilan <500.000 berjumlah 50 dengan presentase 49,5%. Penghasilan dengan jumlah 500.000-1.000.000 berjumlah 26 dengan presentase 25,7%. Sedangkan penghasilan 1.000.000-2.000.000 berjumlah 24 dengan presentase 24,8%.

### **C. Uji instrumen**

#### **1. Uji Kelayakan Instrumen**

##### **a. Uji validitas**

$$Df = n-2$$

$$= 100 - 2 = 98$$

r-table dengan uji dua sisi sign. 0,05 diperoleh r-table 0,197

**Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas**

<b>Butir Pertanyaan</b>	<b>r-hitung</b>		<b>r=tabel</b>	<b>Keterangan</b>
Citra merek	P1	0,876	0.197	Valid
	P2	0,937	0.197	Valid
	P3	0,870	0.197	Valid
Kualitas produk	P1	0,631	0.197	Valid
	P2	0,687	0.197	Valid
	P3	0,706	0.197	Valid
	P4	0,681	0.197	Valid
	P5	0,625	0.197	Valid
	P6	0,554	0.197	Valid
	P7	0,583	0.197	Valid
	P8	0,611	0.197	Valid
	P9	0,568	0.197	Valid
Harga	P1	0,872	0.197	Valid
	P2	0,874	0.197	Valid
	P3	0,844	0.197	Valid
	P4	0,857	0.197	Valid
Minat beli	P1	0,758	0.197	Valid

	P2	0,828	0.197	Valid
	P3	0,854	0.197	Valid
	P4	0,655	0.197	Valid

Berdasarkan data pada tabel 4.5, jika nilai r yang dihitung dari item pernyataan kuesioner lebih besar daripada nilai r pada tabel, maka dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner mengenai variabel citra merek (X1), kualitas produk (X2), citra merek (X3), dan minat beli (Y) dianggap valid.

b. Uji Reliabilitas

(Widarjono, 2018) Menjelaskan bahwa reliabilitas data digunakan untuk menguji kepercayaan instrumen dalam kuesioner. Reabilitas ini diukur melalui konsistensi antar instrumen yang digunakan.

**Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas**

<b>Variabel</b>	<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>Keterangan</b>
Citra merek X1	0,875	Reliabel
Kualitas produk X2	0,808	Reliabel
Harga X3	0,884	Reliabel
Minat beli Y	0,779	Reliabel

Dari hasil pada tabel 4.6, terlihat bahwa nilai Cronbach Alpha dari seluruh variabel yang diuji melebihi nilai standar Cronbach's

Alpha, yaitu  $> 0,5$ . Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini dapat dipercaya dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

2. Uji asumsi dasar

a. Uji normalitas

(Widarjono, 2018) Menjelaskan bahwa uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah data yang diamati berasal dari populasi yang memiliki distribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini digunakan analisis statistik *Kolmogorov-Smirnov* khususnya *One Sample Kolmogorov-Smirnov* sebagai berikut :

**Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean		,0000000
	Std. Deviation		2,78986420
Most Extreme Differences	Absolute		,107
	Positive		,057
	Negative		-,107
Test Statistic			,107
Asymp. Sig. (2-tailed)			,006 <sup>c</sup>
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		,186 <sup>d</sup>
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,175
		Upper Bound	,196
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 112562564.			



berdasarkan tabel 4.7 diatas diketahui nilai signifikasinya sebesar 0,186 yang berarti lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

### 3. Uji asumsi klasik

#### a. Uji multikolinierritas

(Ghozali, 2018) Ghozali (2018) menjelaskan bahwa uji multikolinieritas digunakan untuk menilai apakah ada korelasi antara variabel independen dalam model regresi.

**Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinierritas**

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Citra merek	,680	1,470
	Kualitas produk	,678	1,474
	Harga	,990	1,010

Menurut tabel 4.8 uji multikolinierritas, nilai VIF dari ketiga variabel yaitu citra merek (X1) = 1,470 kualitas produk (X2) = 1,474 dan harga (X3) = 1,010. Ketiga variabel ini memiliki nilai VIF yang kurang dari 10. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinierritas.

#### b. Uji heterokedastisitas

Menurut (Ghozali, 2018) uji heteroskedastisitas digunakan untuk menentukan apakah ada ketidaksesuaian varians pada model

regresi antara residual dari satu observasi ke observasi berikutnya. Dalam analisis ini, uji Glejser diterapkan dengan meregresikan nilai Residual Absolut (AbsUi) pada variabel dependen lainnya dan variabel independen dengan persamaan regresi.

**Tabel 4.9 Hasil Uji Heterokedastisitas**

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,608	1,392		,437	,663
	Citra Merek	-,097	,084	-,140	-1,152	,252
	Kualitas Produk	,062	,038	,197	1,619	,109
	Harga	,036	,050	,074	,736	,464

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada tabel 4.9, nilai signifikansi untuk variabel citra merek adalah 0,252, kualitas produk adalah 0,109 dan harga adalah 0,464. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi untuk ketiga variabel tersebut lebih besar dari 0,05. Hal ini mengindikasikan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas pada ketiga variabel tersebut.

#### 4. Uji regresi linier berganda

Menurut (Wiyono, 2020) analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengevaluasi hubungan antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen.

**Tabel 4.10 Hasil Analisis Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14,170	2,419		5,857	,000
	Citra Merek	,453	,146	,308	3,107	,002
	Kualitas Produk	-,328	,067	-,488	-4,924	,000
	Harga	,424	,086	,404	4,927	,000
a. Dependent Variable: MINAT BELI						

Berdasarkan tabel 4.10 di atas, dapat diketahui persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 14,170 + 0,453 X1 - 0,328 X2 + 0,424 X3 + e$$

A). Konstanta ( $\alpha$ ) = 14,170

Artinya jika tidak ada variabel citra merek, kualitas produk dan harga maka tingkat minat beli produk *Samsung Galaxy A Series* di Kota Yogyakarta sebesar 14,170.

B). Koefisien  $X1 = 0,453$

Ini mengindikasikan bahwa setiap kenaikan dalam variabel citra merek akan mengakibatkan peningkatan minat beli produk *Samsung Galaxy A Series* di Kota Yogyakarta. Sebaliknya, jika citra merek mengalami penurunan, minat beli produk *Samsung Galaxy A Series* di Kota Yogyakarta juga akan menurun. Asumsinya adalah kualitas produk dan harga tetap.

C). Koefisien  $X_2 = -0,328$

Artinya setiap ada penurunan variabel kualitas produk, maka akan meningkatkan minat beli produk *Samsung Galaxy A Series* di Kota Yogyakarta. Sebaliknya, jika kualitas produk mengalami peningkatan, maka minat beli produk *Samsung Galaxy A Series* di Kota Yogyakarta juga akan menurun.

Dengan asumsi variabel citra merek dan harga tetap.

D). Koefisien  $X_3 = 0,424$

Artinya setiap kenaikan harga akan meningkatkan minat beli produk *Samsung Galaxy A Series* di Kota Yogyakarta. Sebaliknya, jika harga mengalami penurunan, minat beli produk *Samsung Galaxy A Series* di Kota Yogyakarta juga akan menurun. Asumsinya adalah citra merek dan kualitas produk tetap.

#### **D. Uji hipotesis**

##### a. Uji t

(Ghozali, 2018) Menjelaskan bahwa uji t digunakan untuk menilai apakah masing-masing variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

**Tabel 4.11 Hasil Uji t**

Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Nilai t	Sig.	Artinya
1	(Constant)	5,857	,000	
	Citra Merek	3,107	,002	Positif, Signifikan
	Kualitas Produk	-4,924	,000	Negatif, Signifikan
	Harga	4,927	,000	Positif, Signifikan

Menurut tabel 4.11 uji t diatas, dapat diketahui hasil dari uji t sebagai berikut :

1. Nilai signifikansi citra merek (X1) sebesar  $0,002 < 0,05$  yang artinya variabel citra merek berpengaruh positif terhadap minat beli, maka **H1 diterima**.
2. Nilai signifikansi kualitas produk (X2) sebesar  $0,000 < 0,05$  yang artinya variabel kualitas produk berpengaruh negatif tetapi signifikan terhadap minat beli, maka **H2 ditolak**.
3. Nilai signifikansi harga (X3) sebesar  $0,000 < 0,05$  yang artinya variabel harga berpengaruh positif terhadap minat beli, maka **H3 diterima**.

b. Uji F

(Ghozali, 2018) Menjelaskan bahwa uji F digunakan untuk menilai apakah semua variabel independen secara bersama-sama mampu secara signifikan memprediksi variabel dependen.

**Tabel 4.12 Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	433,409	3	144,470	17,999	,000 <sup>b</sup>
	Residual	770,551	96	8,027		
	Total	1203,960	99			
a. Dependent Variable: Minat Beli						
b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk, Citra Merek						

Menurut tabel 4.12 di atas, menyatakan bahwa nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi layak atau semua variabel independen mampu memprediksi variabel dependen dengan baik.

c. Uji koefisien determinasi (*Adjusted R Square*)

(Ghozali, 2018) Menjelaskan bahwa uji determinasi digunakan untuk mengukur seberapa baik model mampu menjelaskan variasi dalam variabel dependen. Nilai determinasi berkisar antara nol hingga satu.

**Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,600 <sup>a</sup>	,360	,340	2,83312
a. Predictors: (Constant), Harga, Citra Merek, Kualitas Produk				

Berdasarkan data pada tabel 4.13, nilai adjusted R-squared adalah 0,340, yang setara dengan 34%. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel citra

merek, kualitas produk, dan harga dapat menjelaskan sekitar 34% dari pengaruh terhadap variabel minat beli. Sementara itu, 66% sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

## **E. Pembahasan**

**Variabel citra merek berpengaruh positif terhadap minat beli produk Samsung *Galaxy A Series* di Kota Yogyakarta.** Hasil pengujian hipotesis 1 menunjukkan bahwa koefisien regresi untuk variabel harga adalah +0,453, dengan nilai signifikansi sebesar 0,002, yang kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli produk Samsung *Galaxy A Series* di Kota Yogyakarta sehingga hipotesis 3 diterima. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Fera & Pramuditha, 2021), yang juga menyimpulkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa citra merek berpengaruh terhadap minat beli produk Samsung *Galaxy A Series* di Kota Yogyakarta.

**Variabel kualitas produk berpengaruh negatif terhadap minat beli produk Samsung *Galaxy A Series* di Kota Yogyakarta.** Hasil pengujian hipotesis 2 menunjukkan bahwa koefisien regresi untuk variabel kualitas produk adalah -0,328, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh negatif tetapi signifikan terhadap minat beli

produk Samsung Galaxy A Series di Kota Yogyakarta, sehingga hipotesis 2 ditolak. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Mardian, 2021), yang juga menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat beli. Hal ini mungkin disebabkan oleh kenaikan kualitas produk yang dapat menyebabkan kenaikan harga, sehingga minat beli konsumen dapat menurun.

**Variabel harga berpengaruh positif terhadap minat beli produk Samsung *Galaxy A Series* di Kota Yogyakarta.** Hasil pengujian hipotesis 3 menunjukkan bahwa koefisien regresi untuk variabel harga adalah +0,242, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, yang kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli produk Samsung *Galaxy A Series* di Kota Yogyakarta sehingga hipotesis 3 diterima. Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Aprilia & Basar Maringan Hutaeruk, 2023), yang menyimpulkan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen.