

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Mengenai Objek Penelitian

Sebelumnya by.U memiliki nama Hup Beta yaitu sebuah proyek awal sebagai percobaan dengan merilis versi beta terlebih dahulu. Versi beta ini terbatas untuk beberapa orang pertama yang dapat mencoba hup, dan orang tersebut disebut dengan beta tester. Hup beta meminta kesan dan pesan berupa *feedback* masukan, saran, dan tanggapan kepada 500 pengguna nya untuk mengetahui apa saja masalah pada masa percobaan Hup Beta. Setelah selesai proyek Hup Beta mulailah Telkomsel menciptakan dan meluncurkan layanan seluler prabayar digital *End-to-end* pertama di Indonesia yaitu aplikasi by.U (*instagram byu.id*).

Dalam rangka pengembangan sebuah produk serta layanan digital yang bermutu bagi konsumen, Telkomsel merancang kegiatan korporasi secara tepat untuk mendorong percepatan pembangunan masyarakat digital dan bertransformasi menjadi *digital tecno company* dalam mengembangkan ekosistem digital di Indonesia. Seluruh kegiatan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan dilakukan secara *digital* mulai dari pemilihan nomor, penentuan jumlah kuota, pengiriman *simcard*, pemilihan cara pembayaran, hingga layanan customer service melalui aplikasi atau website resmi by.U. Pada tahap awal by.U menyediakan layanan pesan antar SIM *card* yang tersedia hanya di beberapa daerah yaitu Bogor, Sukabumi, Cianjur, Depok, serta

beberapa kampus yaitu Universitas Indonesia, Institut Pertanian Bogor, Universitas Padjadjaran (Jatinangor), Universitas Gadjah Mada, Institut Teknologi Sepuluh November, dan Universitas Brawijaya. Tetapi, saat ini layanan pesan antar by.U sudah dapat dijangkau ke seluruh Indonesia.

Layanan seluler prabayar digital ini dikembangkan khusus untuk segmen Gen Z yang didesain secara khusus untuk menyesuaikan karakter yang mandiri, kreatif, selalu online, dan sangat mengutamakan kebebasan. Sehingga by.U menghadirkan *tagline* “Semuanya Semaunya” untuk menggambarkan kebebasan dalam mengontrol secara penuh layanan sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen. Tak hanya itu, semua dapat dilakukan dengan mudah melalui aplikasi digital by.U yang ter-*install* pada *smartphone*. Serta, by.U ditunjang dengan *customer service* yang dapat diakses melalui fitur *live chat* pada aplikasi dan situs resmi by.U (www.byu.id). Serta, layanan pengguna juga terdapat pada laman Instagram dan Facebook by.U (<https://www.telkomsel.com/about-us/news/telkomsel-luncurkan-byu-layanan-selular-prabayar-digital-end-end-pertama-di-indonesia>, 2019, Oktober 10).

B. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

a. Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)

Dalam melakukan uji validitas untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner penulis melakukan analisis dengan

menggunakan program excel yang sebelumnya sudah diperhitungkan melalui SPSS. Pernyataan kuesioner dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, sedangkan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pernyataan dikatakan tidak valid. Adapun setelah dilakukan uji coba dapat diperoleh hasil dibawah ini:

Tabel 1
Ringkasan Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X₁)

No Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Kesimpulan
1	0,533	0,361	Valid
2	0,389	0,361	Valid
3	0,365	0,361	Valid
4	0,317	0,361	Tidak Valid
5	0,857	0,361	Valid
6	0,658	0,361	Valid
7	0,605	0,361	Valid
8	0,659	0,361	Valid
9	0,715	0,361	Valid
10	0,754	0,361	Valid
11	0,789	0,361	Valid
12	0,694	0,361	Valid
13	0,218	0,361	Tidak Valid
14	0,611	0,361	Valid
15	0,586	0,361	Valid
16	0,429	0,361	Valid
17	0,425	0,361	Valid

Sumber: Data Primer Penelitian, diolah (2021)

Hasil nilai r_{hitung} ini kemudian dibandingkan dengan nilai r_{tabel} . r_{tabel} dicari pada signifikan 5% dengan $n = 30$, maka didapat r_{tabel} sebesar 0,361. Ternyata pada nilai korelasi untuk hampir semua butir pernyataan lebih dari 0,361 dan hanya pernyataan nomor 4 dan 13 yang dinyatakan tidak valid, sehingga penulis memutuskan untuk menghapus pernyataan tersebut.

b. Variabel Harga (X_2)

Dalam melakukan uji validitas untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner penulis melakukan analisis dengan menggunakan program excel yang sebelumnya sudah diperhitungkan melalui SPSS. Pernyataan kuesioner dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, sedangkan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pernyataan dikatakan tidak valid. Adapun setelah dilakukan uji coba dapat diperoleh hasil dibawah ini:

Tabel 2
Ringkasan Uji Validitas Variabel Harga (X_2)

No Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Kesimpulan
18	0,484	0,361	Valid
19	0,647	0,361	Valid
20	0,477	0,361	Valid
21	0,793	0,361	Valid
22	0,857	0,361	Valid
23	0,614	0,361	Valid
24	0,628	0,361	Valid
25	0,592	0,361	Valid
26	0,512	0,361	Valid
27	0,649	0,361	Valid
28	0,602	0,361	Valid
29	0,556	0,361	Valid
30	0,727	0,361	Valid
31	0,566	0,361	Valid
32	0,551	0,361	Valid

Sumber: Data Primer Penelitian, diolah (2021)

Hasil nilai r_{hitung} ini kemudian dibandingkan dengan nilai r_{tabel} . r_{tabel} dicari pada signifikan 5% dengan $n = 30$, maka didapat r_{tabel} sebesar 0,361. Ternyata pada nilai korelasi untuk semua butir

pernyataan lebih dari 0,361 dengan demikian semua pernyataan dinyatakan valid.

c. Variabel Inovasi Produk (X_3)

Dalam melakukan uji validitas untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner penulis melakukan analisis dengan menggunakan program excel yang sebelumnya sudah diperhitungkan melalui SPSS. Pernyataan kuesioner dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, sedangkan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pernyataan dikatakan tidak valid. Adapun setelah dilakukan uji coba dapat diperoleh hasil dibawah ini:

Tabel 3
Ringkasan Uji Validitas Variabel Inovasi Produk (X_3)

No Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Kesimpulan
33	0,590	0,361	Valid
34	0,599	0,361	Valid
35	0,688	0,361	Valid
36	0,696	0,361	Valid
37	0,614	0,361	Valid
38	0,598	0,361	Valid
39	0,590	0,361	Valid
40	0,430	0,361	Valid
41	0,664	0,361	Valid
42	0,750	0,361	Valid
43	0,892	0,361	Valid
44	0,655	0,361	Valid
45	0,637	0,361	Valid
46	0,762	0,361	Valid
47	0,760	0,361	Valid

Sumber: Data Primer Penelitian, diolah (2021)

Hasil nilai r_{hitung} ini kemudian dibandingkan dengan nilai r_{tabel} . r_{tabel} dicari pada signifikan 5% dengan $n = 30$, maka didapat r_{tabel}

sebesar 0,361. Ternyata pada nilai korelasi untuk semua butir pernyataan lebih dari 0,361 dengan demikian semua pernyataan dinyatakan valid.

d. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Dalam melakukan uji validitas untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner penulis melakukan analisis dengan menggunakan program excel yang sebelumnya sudah diperhitungkan melalui SPSS. Pernyataan kuesioner dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, sedangkan jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pernyataan dikatakan tidak valid. Adapun setelah dilakukan uji coba dapat diperoleh hasil dibawah ini:

Tabel 4
Ringkasan Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

No Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Kesimpulan
48	0,630	0,361	Valid
49	0,463	0,361	Valid
50	0,663	0,361	Valid
51	0,501	0,361	Valid
52	0,735	0,361	Valid
53	0,743	0,361	Valid
54	0,742	0,361	Valid
55	0,586	0,361	Valid
56	0,371	0,361	Valid
57	0,471	0,361	Valid
58	0,421	0,361	Valid
59	0,525	0,361	Valid
60	0,665	0,361	Valid
61	0,498	0,361	Valid
62	0,452	0,361	Valid
63	0,706	0,361	Valid
64	0,676	0,361	Valid
65	0,539	0,361	Valid

Sumber: Data Primer Penelitian, diolah (2021)

Hasil nilai r_{hitung} ini kemudian dibandingkan dengan nilai r_{tabel} . r_{tabel} dicari pada signifikan 5% dengan $n = 30$, maka didapat r_{tabel} sebesar 0,361. Ternyata pada nilai korelasi untuk semua butir pernyataan lebih dari 0,361 dengan demikian semua pernyataan dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

a. Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)

Tabel 5
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,885	15

Dari hasil analisis terdapat nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,885, sedangkan r kritis sebesar 0,60, karena $0,885 > 0,60$ maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir soal penelitian tersebut reliabel. *No of items* 15 ini menjelaskan bahwa butir soal yang valid saja yang diuji ke dalam uji reliabilitas.

b. Variabel Harga (X_2)

Tabel 6
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (X_2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,874	15

Dari hasil analisis terdapat nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,874, sedangkan r kritis sebesar 0,60, karena $0,874 > 0,60$ maka

dapat disimpulkan bahwa butir-butir soal penelitian tersebut reliabel. *No of items* 15 ini menjelaskan bahwa butir soal yang valid saja yang diuji ke dalam uji reliabilitas.

c. Variabel Inovasi Produk (X_3)

Tabel 7
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Inovasi Produk (X_3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,907	15

Dari hasil analisis terdapat nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,907, sedangkan *r* kritis sebesar 0,60, karena $0,907 > 0,60$ maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir soal penelitian tersebut reliabel. *No of items* 15 ini menjelaskan bahwa butir soal yang valid saja yang diuji ke dalam uji reliabilitas.

d. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 8
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,877	18

Dari hasil analisis terdapat nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,877, sedangkan *r* kritis sebesar 0,60, karena $0,877 > 0,60$ maka dapat disimpulkan bahwa butir-butir soal penelitian tersebut reliabel. *No of items* 18 ini menjelaskan bahwa butir soal yang valid saja yang diuji ke dalam uji reliabilitas.

C. Profil Responden

Dalam penelitian ini peneliti menyebarkan 100 rangkap kuesioner kepada responden, untuk mendapatkan gambaran mengenai responden dalam penelitian ini berikut akan diuraikan pengelompokkan responden berdasarkan : jenis kelamin, usia, lama menggunakan provider by.U, pekerjaan, alamat/domisili.

Adapun data yang peneliti peroleh mengenai profil responden, sebagai berikut:

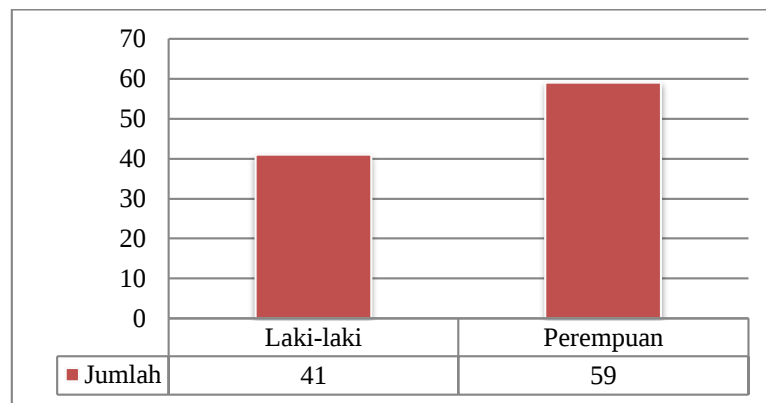
1. Jenis Kelamin

Tabel 9
Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	41	41%
2	Perempuan	59	59%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Primer Penelitian, diolah (2021)

Berdasarkan tabel diatas dari 100 responden yang menjadi objek penelitian terlihat bahwa 41 responden (41%) berjenis kelamin laki-laki dan 59 responden (59%) berjenis kelamin perempuan, maka dapat diketahui bahwa pengguna provider digital by.U didominasi oleh jenis kelamin perempuan. Hal tersebut disebabkan karena perempuan dinilai lebih selektif dalam mempertimbangkan beberapa aspek untuk menggunakan suatu produk dibandingkan laki-laki. Dari data tersebut dapat digambarkan dengan grafik sebagai berikut.



Gambar 1
Grafik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

2. Usia

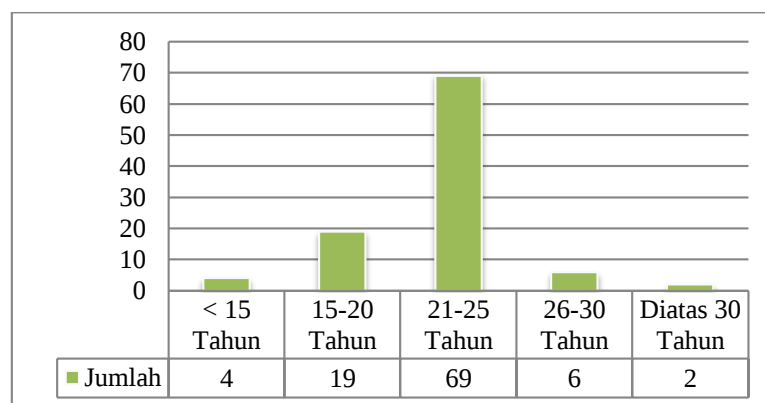
Tabel 10
Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	< 15 Tahun	4	4%
2	15-20 Tahun	19	19%
3	21-25 Tahun	69	69%
4	26-30 Tahun	6	6%
5	Diatas 30 Tahun	2	2%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Primer Penelitian, diolah (2021)

Berdasarkan tabel diatas dari 100 responden yang menjadi objek penelitian terlihat bahwa 4 responden (4%) berusia < 15 tahun, sebanyak 19 responden (19%) berusia 15-20 tahun, sebanyak 69 responden (69%) berusia 21-25 tahun, sebanyak 6 responden (6%) berusia 26-30 tahun, dan sebanyak 2 responden (2%) berusia diatas 30 tahun. Berdasarkan data tersebut, maka diketahui bahwa pengguna provider digital by.U di dominasi pada rentang usia 21-25 tahun. Hal tersebut disebabkan karena pada usia tersebut responden sudah memahami penggunaan teknologi

dengan baik dan hampir semua kegiatan bergantung melalui media digital termasuk pembelian paket internet. Dari data tersebut dapat digambarkan dengan grafik sebagai berikut.



Gambar 2
Grafik Responden Berdasarkan Usia

3. Lama Menggunakan Provider by.U

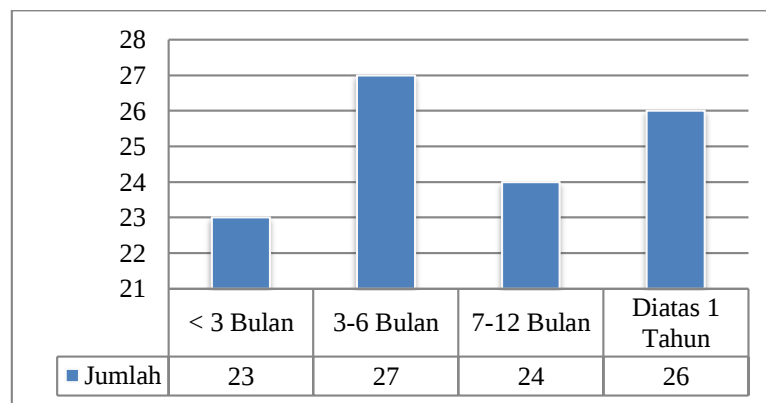
Tabel 11
Klasifikasi Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Provider by.U

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	< 3 bulan	23	23%
2	3-6 bulan	27	27%
3	7-12 bulan	24	24%
4	Diatas 1 Tahun	26	26%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Primer Penelitian, diolah (2021)

Berdasarkan tabel diatas dari 100 responden yang menjadi objek penelitian terlihat bahwa 23 responden (23%) telah menggunakan provider by.U selama < 3 bulan, sebanyak 27 responden (27%) telah menggunakan provider by.U selama 3-6 bulan, sebanyak 24 responden (24%) telah menggunakan provider by.U selama 7-12 bulan, dan

sebanyak 26 responden (26%) telah menggunakan provider by.U selama diatas 1 tahun. Dari data tersebut dapat digambarkan dengan grafik sebagai berikut.



Gambar 3
Grafik Responden Berdasarkan Lama
Menggunakan Provider by.U

4. Pekerjaan

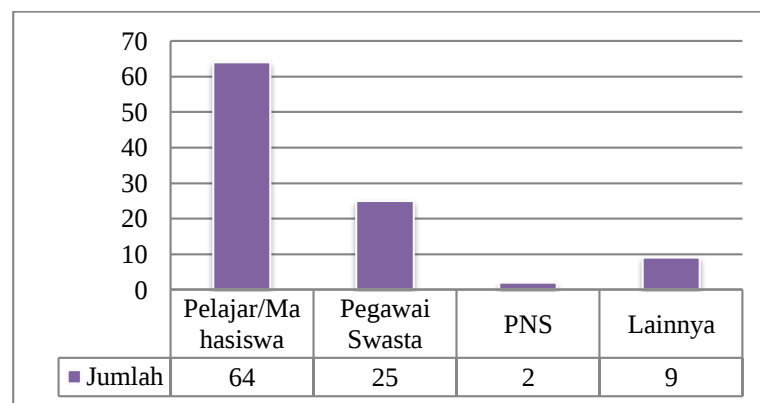
Tabel 12
Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Pelajar / Mahasiswa	64	64%
2	Pegawai Swasta	25	25%
3	PNS	2	2%
4	Lainnya	9	9%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Primer Penelitian, diolah (2021)

Berdasarkan tabel diatas dari 100 responden yang menjadi objek penelitian terlihat bahwa 64 responden (64%) masih berstatus sebagai pelajar/ mahasiswa, sebanyak 25 responden (25%) bekerja sebagai pegawai swasta, sebanyak 2 responden (2%) bekerja sebagai PNS, dan 9 responden (9%) bekerja selain, pegawai swasta, PNS ataupun berstatus sebagai pelajar/mahasiswa. Hal tersebut disebabkan karena kegiatan

pembelajaran saat ini banyak bergantung terhadap media digital sehingga seluruh aktivitas membutuhkan kuota internet dan by.U mampu memberikan penawaran harga yang terjangkau dengan jumlah kuota yang beragam. Dari data tersebut dapat digambarkan dengan grafik sebagai berikut.



Gambar 4
Grafik Responden Berdasarkan Pekerjaan

5. Alamat/Domisili

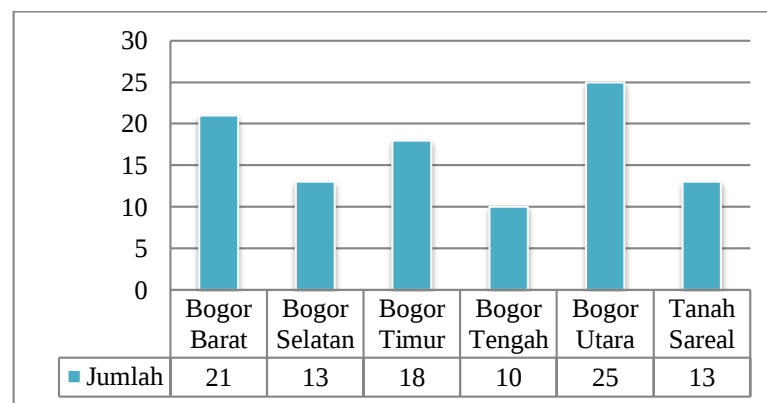
Tabel 13
Klasifikasi Responden Berdasarkan Alamat/Domisili

No	Keterangan (Kecamatan)	Jumlah	Persentase
1	Bogor Barat	21	21%
2	Bogor Selatan	13	13%
3	Bogor Tengah	18	18%
4	Bogor Timur	10	10%
5	Bogor Utara	25	25%
6	Tanah Sareal	13	13%
Jumlah		100	100%

Sumber : Data Primer Penelitian, diolah (2021)

Berdasarkan tabel diatas dari 100 responden yang menjadi objek penelitian terlihat bahwa 21 responden (21%) beralamat/berdomisili di

Kecamatan Bogor Barat, sebanyak 13 responden (13%) beralamat/berdomisili di Kecamatan Bogor Selatan, sebanyak 18 responden (18%) beralamat/berdomisili di Kecamatan Bogor Tengah, sebanyak 10 responden (10%) beralamat/berdomisili di Kecamatan Bogor Timur, sebanyak 25 responden (25%) beralamat/berdomisili di Kecamatan Bogor Utara dan 13 responden (13%) beralamat/berdomisili di Kecamatan Tanah Sareal. Dari data tersebut dapat digambarkan dengan grafik sebagai berikut.



Gambar 5
Grafik Responden Berdasarkan Alamat/Domisili

D. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti terdistribusi atau tidak karena model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Cara yang digunakan peneliti dalam melakukan uji normalitas yaitu dengan metode *kolmogorov-smirnof* dan *unstandarzed residual*.

Data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi $> 0,05$ dan sebaliknya data dikatakan tidak berdistribusi normal apabila nilai signifikansi $< 0,05$. Setelah dilakukan penelitian analisa output yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

Tabel 14
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	4,82343876
Most Extreme Differences	Absolute	,120
	Positive	,063
	Negative	-,120
Kolmogorov-Smirnov Z		1,196
Asymp. Sig. (2-tailed)		,115

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data Primer Penelitian, diolah (2021)

Berdasarkan tabel diatas hasil perhitungan data ditemukan bahwa standar deviasi data residual adalah 4,82343876. Perbedaan nilai ekstrim positif yang terjadi dari residu adalah 0,63, sedangkan perbedaan negatif adalah -0,120. Dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov Test* uji Z= 1,196 dengan nilai signifikansi 0,115. Maka dapat disimpulkan berdasarkan analisis diatas, bahwa uji kenormalan data terpenuhi karena diketahui nilai signifikan untuk variabel X_1 , X_2 , X_3 dan Y sebesar 0,115. Dengan dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal karena nilai signifikan $> 0,05$.

2. Uji Multikolienaritas

Uji multikolienaritas digunakan untuk menguji ada atau tidaknya korelasi antara variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Untuk dapat mendeteksi multikolienaritas adalah dengan melihat nilai *tolerance* dan nilai *variance inflation factor*, berikut nilai *tolerance* dan nilai *variance inflation factor* dapat dilihat dari pada tabel dibawah ini.

Tabel 15
Hasil Uji Multikolienaritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	10,366	5,617		1,845	,068		
Kualitas Pelayanan	-,078	,125	-,063	-,623	,535	,396	2,527
Harga	,603	,143	,460	4,211	,000	,337	2,964
Inovasi Produk	,500	,148	,413	3,377	,001	,269	3,712

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

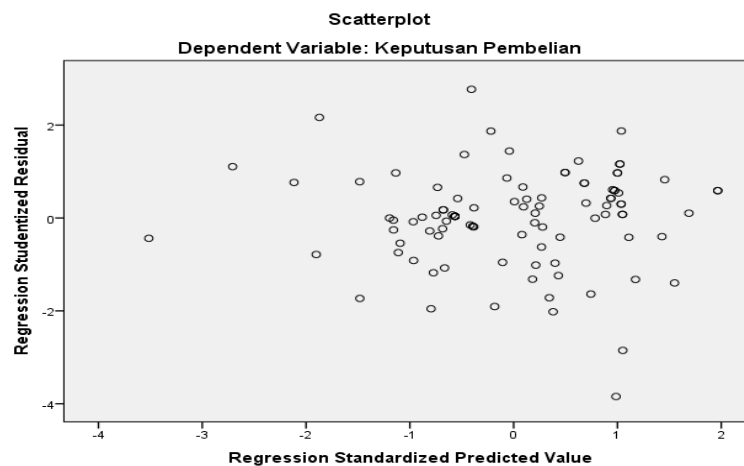
Sumber : Data Primer Penelitian, diolah (2021)

Berdasarkan tabel diatas, terlihat bahwa nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai *VIF* < 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolienaritas yang berarti bahwa semua variabel tersebut dapat digunakan sebagai variabel yang saling independen.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pengujian uji heterokedastisitas

dilakukan dengan menggunakan *scatterplot*, dan hasil grafik pola penyebaran titik seperti tampak pada gambar dibawah ini.



Sumber : Data Primer Penelitian, diolah (2021)

Gambar 6
Hasil Uji Heterokedastisitas

Dari grafik scatterplot diatas dapat dilihat bahwa tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heterokedastisitas.

4. Uji Linearitas

Uji linearitas dipergunakan untuk melihat apakah variabel independen memiliki hubungan yang linear atau tidak terhadap variabel dependen secara signifikan. Dalam pengambilan keputusan pada uji linearitas adalah dengan melihat nilai signifikansi *Deviation from linearity*, jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka terdapat hubungan yang linear secara signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen. Sedangkan, jika nilai signifikansi $\leq 0,05$ maka tidak terdapat hubungan yang linear secara signifikan antara variabel independen

dengan variabel dependen.

Berikut hasil uji linearitas setiap variabel independen terhadap variabel dependen.

- a. Uji Linearitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 16
Uji Linearitas X_1 terhadap Y

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * Kualitas Pelayanan	Between Groups	(Combined)	2965,745	24	123,573	3,106	,000
		Linearity	1957,081	1	1957,081	49,198	,000
		Deviation from Linearity	1008,665	23	43,855	1,102	,363
	Within Groups		2983,495	75	39,780		
	Total		5949,240	99			

Sumber : Data Primer Penelitian, diolah (2021)

Berdasarkan hasil uji linearitas variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dapat dilihat bahwa nilai signifikansi *Deviation from linearity* sebesar $0,363 > 0,05$, maka dapat disimpulkan terdapat hubungan yang linear antara variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

- b. Uji Linearitas Variabel Harga (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 17
Uji Linearitas X_2 terhadap Y

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * Harga	Between Groups	(Combined)	4137,019	23	179,870	7,543	,000
		Linearity	3340,035	1	3340,035	140,073	,000
		Deviation from Linearity	796,984	22	36,227	1,519	,093
	Within Groups		1812,221	76	23,845		
	Total		5949,240	99			

Sumber : Data Primer Penelitian, diolah (2021)

Berdasarkan hasil uji linearitas variabel harga terhadap keputusan pembelian dapat dilihat bahwa nilai signifikansi *Deviation from linearity* sebesar $0,093 > 0,05$, maka dapat disimpulkan terdapat hubungan yang linear antara variabel harga terhadap keputusan pembelian.

- c. Uji Linearitas Variabel Inovasi Produk (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 18
Uji Linearitas X_3 terhadap Y

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * Inovasi Produk	Between Groups	(Combined)	4079,082	25	163,163	6,456	,000
		Linearity	3219,122	1	3219,122	127,377	,000
		Deviation from Linearity	859,960	24	35,832	1,418	,129
	Within Groups		1870,158	74	25,272		
	Total		5949,240	99			

Sumber : Data Primer Penelitian, diolah (2021)

Berdasarkan hasil uji linearitas variabel inovasi produk terhadap keputusan pembelian dapat dilihat bahwa nilai signifikansi *Deviation from linearity* sebesar $0,129 > 0,05$, maka dapat disimpulkan terdapat hubungan yang linear antara variabel inovasi produk terhadap keputusan pembelian.

E. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif dilakukan dengan tujuan agar dapat mengetahui jawaban dari responden mengenai masing-masing variabel yang diberikan melalui kuesioner penelitian. Variabel yang diberikan dalam

penelitian ini yaitu kualitas pelayanan (X_1), harga (X_2), inovasi produk (X_3), dan keputusan pembelian (Y).

Berikut rumus-rumus yang digunakan dalam analisis deskriptif, antara lain:

$$\text{nilai minimum} = \text{frekuensi terkecil} \times \text{bobot frekuensi terkecil}$$

$$\text{nilai maksimum} = \text{frekuensi terbesar} \times \text{bobot frekuensi terbesar}$$

$$W = \frac{\sum WiXi}{\sum Wi}$$

Keterangan :

W = rata-rata tertimbang

w_i = bobot

Xi = frekuensi

1. Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)

Berdasarkan data yang terkumpul dari kuesioner mengenai kualitas pelayanan maka hasil distribusi frekuensinya dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 19
Distribusi Frekuensi Kualitas Pelayanan (X_1)

No. Butir Pernyataan	Total										Mean	Min	Max
	SS		S		RR		TS		STS				
	F	%	F	%	f	%	f	%	f	%			
KP1	39	39%	59	59%	2	2%	0	0%	0	0%	4,37	0	236
KP2	42	42%	54	54%	3	3%	1	1%	0	0%	4,37	0	216
KP3	47	47%	52	52%	0	0%	1	1%	0	0%	4,45	0	235
KP4	38	38%	55	55%	5	5%	1	1%	1	1%	4,28	1	220
KP5	51	51%	45	45%	3	3%	1	1%	0	0%	4,46	0	255
KP6	43	43%	54	54%	1	1%	2	2%	0	0%	4,38	0	216
KP7	28	28%	55	55%	16	16%	1	1%	0	0%	4,10	0	220
KP8	27	27%	57	57%	15	15%	1	1%	0	0%	4,10	0	228

No. Butir Pernyataan	Total										Mean	Min	Max
	SS		S		RR		TS		STS				
	F	%	F	%	f	%	f	%	f	%			
KP9	27	27%	55	55%	16	16%	2	2%	0	0%	4,07	0	220
KP10	30	30%	61	61%	5	5%	4	4%	0	0%	4,17	0	244
KP11	44	44%	51	51%	1	1%	3	3%	1	1%	4,34	1	220
KP12	49	49%	46	46%	5	5%	0	0%	0	0%	4,44	0	245
KP13	33	33%	58	58%	9	9%	0	0%	0	0%	4,24	0	232
KP14	29	29%	58	58%	12	12%	1	1%	0	0%	4,15	0	232
KP15	27	27%	64	64%	8	8%	1	1%	0	0%	4,17	0	256

Tabel diatas menjelaskan distribusi frekuensi dari responden mengenai variabel kualitas pelayanan. Hasil distribusi frekuensi yang diperoleh sebagai berikut.

- a. Dari tabel diatas KP1 dengan pernyataan “by.U menyediakan aplikasi yang mudah untuk digunakan” disimpulkan bahwa sebanyak 39 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 59 responden menjawab setuju, sebanyak 2 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 0 responden menjawab tidak setuju dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,37, nilai minimum 0 dan nilai maksimum 236.
- b. Dari tabel diatas KP2 dengan pernyataan “Aplikasi dan website by.U memiliki desain yang menarik” disimpulkan bahwa sebanyak 42 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 54 responden menjawab setuju, sebanyak 3 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 1 responden menjawab tidak setuju dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,37, nilai minimum 0 dan nilai maksimum 216.

- c. Dari tabel diatas KP3 dengan pernyataan “Dapat mencari atau melihat berbagai macam paket internet by.U dengan mudah” disimpulkan bahwa sebanyak 47 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 52 responden menjawab setuju, sebanyak 0 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 1 responden menjawab tidak setuju dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,45, nilai minimum 0 dan nilai maksimum 235.
- d. Dari tabel diatas KP4 dengan pernyataan “by.U selalu *update* dalam memberikan informasi” disimpulkan bahwa sebanyak 38 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 55 responden menjawab setuju, sebanyak 5 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 1 responden menjawab tidak setuju dan 1 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,28, nilai minimum 1 dan nilai maksimum 220.
- e. Dari tabel diatas KP5 dengan pernyataan “Fasilitas gratis ongkir dalam pengiriman kartu by.U dapat meringankan pelanggan” disimpulkan bahwa sebanyak 51 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 45 responden menjawab setuju, sebanyak 3 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 1 responden menjawab tidak setuju dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,46, nilai minimum 0 dan nilai maksimum 255.
- f. Dari tabel diatas KP6 dengan pernyataan “Bahasa pada layanan aplikasi dan website by.U dapat dimengerti dengan mudah oleh

- pelanggan” disimpulkan bahwa sebanyak 43 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 54 responden menjawab setuju, sebanyak 1 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 2 responden menjawab tidak setuju dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,38, nilai minimum 0 dan nilai maksimum 216.
- g. Dari tabel diatas KP7 dengan pernyataan “*Customer service* cepat dalam merespon apa yang ditanyakan oleh pelanggan” disimpulkan bahwa sebanyak 28 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 55 responden menjawab setuju, sebanyak 16 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 1 responden menjawab tidak setuju dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,10, nilai minimum 0 dan nilai maksimum 220.
 - h. Dari tabel diatas KP8 dengan pernyataan “*Customer service* by.U memberikan pelayanan yang cepat dalam mengatasi permasalahan pelanggan” disimpulkan bahwa sebanyak 27 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 57 responden menjawab setuju, sebanyak 15 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 1 responden menjawab tidak setuju dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,10, nilai minimum 0 dan nilai maksimum 228.
 - i. Dari tabel diatas KP9 dengan pernyataan “Pengetahuan dan kemampuan *customer service* dalam melayani pelanggan memadai”

- disimpulkan bahwa sebanyak 27 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 55 responden menjawab setuju, sebanyak 16 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 2 responden menjawab tidak setuju dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,07, nilai minimum 0 dan nilai maksimum 220.
- j. Dari tabel diatas KP10 dengan pernyataan “Kualitas layanan dan kecepatan internet 4G by.U cukup baik” disimpulkan bahwa sebanyak 30 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 61 responden menjawab setuju, sebanyak 5 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 4 responden menjawab tidak setuju dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,17, nilai minimum 0 dan nilai maksimum 244.
 - k. Dari tabel diatas KP11 dengan pernyataan “Jumlah kuota internet yang didapatkan sesuai dengan yang dibeli oleh pelanggan” disimpulkan bahwa sebanyak 44 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 51 responden menjawab setuju, sebanyak 1 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 3 responden menjawab tidak setuju dan 1 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,34, nilai minimum 1 dan nilai maksimum 220.
 - l. Dari tabel diatas KP12 dengan pernyataan “Pelanggan merasa aman dalam melakukan pembelian paket internet melalui aplikasi dan website by.U” disimpulkan bahwa sebanyak 49 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 46 responden menjawab setuju, sebanyak 5

- responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 0 responden menjawab tidak setuju dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,44, nilai minimum 0 dan nilai maksimum 245.
- m. Dari tabel diatas KP13 dengan pernyataan “*Customer service by.U* memberikan pelayanan yang sama kepada seluruh pelanggan” disimpulkan bahwa sebanyak 33 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 58 responden menjawab setuju, sebanyak 9 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 0 responden menjawab tidak setuju dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,24, nilai minimum 0 dan nilai maksimum 232.
- n. Dari tabel diatas KP14 dengan pernyataan “*Customer service by.U* memiliki kesungguhan dalam merespon pelanggan” disimpulkan bahwa sebanyak 29 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 58 responden menjawab setuju, sebanyak 12 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 1 responden menjawab tidak setuju dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,15, nilai minimum 0 dan nilai maksimum 232.
- o. Dari tabel diatas KP15 dengan pernyataan “*by.U* memberikan perhatian khusus kepada seluruh pelanggan” disimpulkan bahwa sebanyak 27 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 64 responden menjawab setuju, sebanyak 8 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 1 responden menjawab tidak setuju dan 0 responden

menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,17, nilai minimum 0 dan nilai maksimum 256.

2. Variabel Harga (X_2)

Berdasarkan data yang terkumpul dari kuesioner mengenai harga maka hasil distribusi frekuensinya dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 20
Distribusi Frekuensi Harga (X_2)

No. Butir Pernyataan	Total										Mean	Min	Max
	SS		S		RR		TS		STS				
	f	%	F	%	f	%	F	%	F	%			
H1	21	21%	68	68%	11	11%	0	0%	0	0%	4,1	0	272
H2	35	35%	58	58%	7	7%	0	0%	0	0%	4,28	0	232
H3	25	25%	62	62%	13	13%	0	0%	0	0%	4,12	0	248
H4	50	50%	39	39%	11	11%	0	0%	0	0%	4,39	0	250
H5	41	41%	47	47%	12	12%	0	0%	0	0%	4,29	0	205
H6	34	34%	60	60%	6	6%	0	0%	0	0%	4,28	0	240
H7	38	38%	56	56%	6	6%	0	0%	0	0%	4,32	0	224
H8	36	36%	49	49%	15	15%	0	0%	0	0%	4,21	0	196
H9	29	29%	34	34%	37	37%	0	0%	0	0%	3,92	0	145
H10	30	30%	65	65%	5	5%	0	0%	0	0%	4,25	0	260
H11	29	29%	67	67%	4	4%	0	0%	0	0%	4,25	0	268
H12	26	26%	68	68%	6	6%	0	0%	0	0%	4,2	0	272
H13	30	30%	61	61%	9	9%	0	0%	0	0%	4,21	0	244
H14	37	37%	57	57%	6	6%	0	0%	0	0%	4,31	0	228
H15	27	27%	52	52%	21	21%	0	0%	0	0%	4,06	0	208

Tabel diatas menjelaskan distribusi frekuensi dari responden mengenai variabel harga. Hasil distribusi frekuensi yang diperoleh sebagai berikut.

- a. Dari tabel diatas H1 dengan pernyataan “Harga paket internet by.U yang ditawarkan terjangkau” disimpulkan bahwa sebanyak 21 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 68 responden menjawab setuju, sebanyak 11 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 0 responden menjawab tidak setuju dan 0 responden menjawab sangat

- tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,1, nilai minimum 0 dan nilai maksimum 272.
- b. Dari tabel diatas H2 dengan pernyataan “Harga yang ditawarkan sangat bervariasi sesuai dengan kebutuhan pelanggan” disimpulkan bahwa sebanyak 35 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 58 responden menjawab setuju, sebanyak 7 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 0 responden menjawab tidak setuju dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,28, nilai minimum 0 dan nilai maksimum 232.
- c. Dari tabel diatas H3 dengan pernyataan “Harga yang ditawarkan sesuai daya beli konsumen” disimpulkan bahwa sebanyak 25 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 62 responden menjawab setuju, sebanyak 13 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 0 responden menjawab tidak setuju dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,12, nilai minimum 0 dan nilai maksimum 248.
- d. Dari tabel diatas H4 dengan pernyataan “Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas sinyal 4G by.U” disimpulkan bahwa sebanyak 50 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 39 responden menjawab setuju, sebanyak 11 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 0 responden menjawab tidak setuju dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,39, nilai minimum 0 dan nilai maksimum 250.

- e. Dari tabel diatas H5 dengan pernyataan “Kecepatan sinyal 4G by.U dapat digunakan diberbagai wilayah Kota Bogor” disimpulkan bahwa sebanyak 41 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 47 responden menjawab setuju, sebanyak 12 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 0 responden menjawab tidak setuju dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,29, nilai minimum 0 dan nilai maksimum 205.
- f. Dari tabel diatas H6 dengan pernyataan “Kualitas kecepatan dalam berinternet sesuai dengan harga yang ditawarkan” disimpulkan bahwa sebanyak 34 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 60 responden menjawab setuju, sebanyak 6 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 0 responden menjawab tidak setuju dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,28, nilai minimum 0 dan nilai maksimum 240.
- g. Dari tabel diatas H7 dengan pernyataan “Harga paket internet by.U mampu bersaing dengan kompetitor produk sejenis” disimpulkan bahwa sebanyak 38 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 56 responden menjawab setuju, sebanyak 6 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 0 responden menjawab tidak setuju dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,32, nilai minimum 0 dan nilai maksimum 224.
- h. Dari tabel diatas H8 dengan pernyataan “Harga paket internet by.U lebih murah dibandingkan dengan kompetitor produk sejenis”

- disimpulkan bahwa sebanyak 36 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 49 responden menjawab setuju, sebanyak 15 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 0 responden menjawab tidak setuju dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,21, nilai minimum 0 dan nilai maksimum 196.
- i. Dari tabel diatas H9 dengan pernyataan “Harga topping internet by.U lebih murah dibandingkan dengan kompetitor produk sejenis” disimpulkan bahwa sebanyak 29 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 34 responden menjawab setuju, sebanyak 37 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 0 responden menjawab tidak setuju dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 3,92, nilai minimum 0 dan nilai maksimum 145.
 - j. Dari tabel diatas H10 dengan pernyataan “Harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang didapatkan” disimpulkan bahwa sebanyak 30 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 65 responden menjawab setuju, sebanyak 5 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 0 responden menjawab tidak setuju dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,25, nilai minimum 0 dan nilai maksimum 260.
 - k. Dari tabel diatas H11 dengan pernyataan “Harga sesuai dengan produk yang ditawarkan” disimpulkan bahwa sebanyak 29 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 67 responden menjawab setuju, sebanyak 4 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 0 responden

menjawab tidak setuju dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,25, nilai minimum 0 dan nilai maksimum 268.

- l. Dari tabel diatas H12 dengan pernyataan “Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas yang didapatkan” disimpulkan bahwa sebanyak 26 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 68 responden menjawab setuju, sebanyak 6 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 0 responden menjawab tidak setuju dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,2, nilai minimum 0 dan nilai maksimum 272.
- m. Dari tabel diatas H13 dengan pernyataan “Harga yang ditawarkan menjadi pertimbangan sebelum melakukan pembelian” disimpulkan bahwa sebanyak 30 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 61 responden menjawab setuju, sebanyak 9 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 0 responden menjawab tidak setuju dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,21, nilai minimum 0 dan nilai maksimum 244.
- n. Dari tabel diatas H14 dengan pernyataan “Semakin murah harga maka semakin besar keputusan untuk membeli” disimpulkan bahwa sebanyak 37 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 57 responden menjawab setuju, sebanyak 6 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 0 responden menjawab tidak setuju dan 0 responden

menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,31, nilai minimum 0 dan nilai maksimum 228.

- o. Dari tabel diatas H15 dengan pernyataan “Jika terjadi kenaikan harga maka enggan untuk membeli” disimpulkan bahwa sebanyak 27 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 52 responden menjawab setuju, sebanyak 21 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 0 responden menjawab tidak setuju dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,06, nilai minimum 0 dan nilai maksimum 208.

3. Variabel Inovasi Produk (X_3)

Berdasarkan data yang terkumpul dari kuesioner mengenai inovasi produk maka hasil distribusi frekuensinya dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 21
Distribusi Frekuensi Inovasi Produk (X_3)

No. Butir Pernyataan	Total										Mean	Min	Max
	SS		S		RR		TS		STS				
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%			
IP1	41	41%	53	53%	5	5%	1	1%	0	0%	4,34	0	212
IP2	42	42%	53	53%	4	4%	1	1%	0	0%	4,36	0	212
IP3	45	45%	51	51%	4	4%	0	0%	0	0%	4,41	0	225
IP4	44	44%	52	52%	4	4%	0	0%	0	0%	4,40	0	220
IP5	42	42%	52	52%	6	6%	0	0%	0	0%	4,36	0	210
IP6	35	35%	59	59%	5	5%	1	1%	0	0%	4,28	0	236
IP7	35	35%	59	59%	5	5%	1	1%	0	0%	4,28	0	236
IP8	30	30%	64	64%	5	5%	1	1%	0	0%	4,23	0	256
IP9	34	34%	61	61%	4	4%	1	1%	0	0%	4,28	0	244
IP10	38	38%	57	57%	4	4%	1	1%	0	0%	4,32	0	228
IP11	37	37%	50	50%	10	10%	3	3%	0	0%	4,21	0	200
IP12	21	21%	61	61%	13	13%	5	5%	0	0%	3,98	0	244
IP13	24	24%	64	64%	12	12%	0	0%	0	0%	4,12	0	256
IP14	23	23%	54	54%	19	19%	4	4%	0	0%	3,96	0	216
IP15	25	25%	66	66%	6	6%	3	3%	0	0%	4.13	0	264

Tabel diatas menjelaskan distribusi frekuensi dari responden mengenai variabel inovasi produk. Hasil distribusi frekuensi yang diperoleh sebagai berikut.

- a. Dari tabel diatas IP1 dengan pernyataan “Penggunaan aplikasi dan website by.U mempermudah dalam pembelian paket internet” disimpulkan bahwa sebanyak 41 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 53 responden menjawab setuju, sebanyak 5 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 1 responden menjawab tidak setuju dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,34, nilai minimum 0 dan nilai maksimum 212.
- b. Dari tabel diatas IP2 dengan pernyataan “Pilihan metode pembayaran mempermudah dalam pembelian paket internet by.U” disimpulkan bahwa sebanyak 42 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 53 responden menjawab setuju, sebanyak 4 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 1 responden menjawab tidak setuju dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,36, nilai minimum 0 dan nilai maksimum 212.
- c. Dari tabel diatas IP3 dengan pernyataan “Fitur yang digunakan oleh by.U mengikuti perkembangan teknologi” disimpulkan bahwa sebanyak 45 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 51 responden menjawab setuju, sebanyak 4 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 0 responden menjawab tidak setuju dan 0 responden

- menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,41, nilai minimum 0 dan nilai maksimum 225.
- d. Dari tabel diatas IP4 dengan pernyataan “Penerapan sistem yang serba digital mampu menyesuaikan gaya hidup generasi Z masa kini” disimpulkan bahwa sebanyak 44 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 52 responden menjawab setuju, sebanyak 4 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 0 responden menjawab tidak setuju dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,40, nilai minimum 0 dan nilai maksimum 220.
- e. Dari tabel diatas IP5 dengan pernyataan “Proses pembelian kartu secara digital sangat efektif dan efisien” disimpulkan bahwa sebanyak 42 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 52 responden menjawab setuju, sebanyak 6 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 0 responden menjawab tidak setuju dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,36, nilai minimum 0 dan nilai maksimum 210.
- f. Dari tabel diatas IP6 dengan pernyataan “Kesesuaian fitur by.U sama dengan keinginan konsumen” disimpulkan bahwa sebanyak 35 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 59 responden menjawab setuju, sebanyak 5 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 1 responden menjawab tidak setuju dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,28, nilai minimum 0 dan nilai maksimum 236.

- g. Dari tabel diatas IP7 dengan pernyataan “Penggunaan aplikasi mudah dipahami oleh pelanggan” disimpulkan bahwa sebanyak 35 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 59 responden menjawab setuju, sebanyak 5 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 1 responden menjawab tidak setuju dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,28, nilai minimum 0 dan nilai maksimum 236.
- h. Dari tabel diatas IP8 dengan pernyataan “Penggunaan website mudah dipahami oleh pelanggan” disimpulkan bahwa sebanyak 30 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 64 responden menjawab setuju, sebanyak 5 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 0 responden menjawab tidak setuju dan 1 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,23, nilai minimum 0 dan nilai maksimum 256.
- i. Dari tabel diatas IP9 dengan pernyataan “Inovasi yang dibuat oleh by.U sangat sesuai dengan generasi Z yang serba digital” disimpulkan bahwa sebanyak 34 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 61 responden menjawab setuju, sebanyak 4 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 1 responden menjawab tidak setuju dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,28, nilai minimum 0 dan nilai maksimum 244.
- j. Dari tabel diatas IP10 dengan pernyataan “Inovasi produk by.U sangat mudah digunakan dalam waktu yang singkat dan terbatas”

- disimpulkan bahwa sebanyak 38 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 57 responden menjawab setuju, sebanyak 4 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 1 responden menjawab tidak setuju dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,32, nilai minimum 0 dan nilai maksimum 228.
- k. Dari tabel diatas IP11 dengan pernyataan “Inovasi produk by.U dapat digunakan oleh semua generasi” disimpulkan bahwa sebanyak 37 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 50 responden menjawab setuju, sebanyak 10 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 3 responden menjawab tidak setuju dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,21, nilai minimum 0 dan nilai maksimum 200.
 - l. Dari tabel diatas IP12 dengan pernyataan “Dengan layanan yang serba digital menyebabkan terjadinya keterbatasan” disimpulkan bahwa sebanyak 21 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 61 responden menjawab setuju, sebanyak 13 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 5 responden menjawab tidak setuju dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 3,98, nilai minimum 0 dan nilai maksimum 244.
 - m. Dari tabel diatas IP13 dengan pernyataan “Anda mengetahui keunggulan yang dimiliki oleh by.U” disimpulkan bahwa sebanyak 24 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 64 responden menjawab setuju, sebanyak 12 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 0

responden menjawab tidak setuju dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,12, nilai minimum 0 dan nilai maksimum 256.

- n. Dari tabel diatas IP14 dengan pernyataan “Banyak teman-teman anda yang beralih ke provider by.U dari provider digital lainnya” disimpulkan bahwa sebanyak 23 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 54 responden menjawab setuju, sebanyak 19 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 4 responden menjawab tidak setuju dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 3,96, nilai minimum 0 dan nilai maksimum 216.
 - o. Dari tabel diatas IP15 dengan pernyataan “Terdapat berbagai keunggulan yang diberikan oleh by.U untuk anda dan pengguna lainnya” disimpulkan bahwa sebanyak 25 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 66 responden menjawab setuju, sebanyak 6 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 3 responden menjawab tidak setuju dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,13, nilai minimum 0 dan nilai maksimum 264.
4. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan data yang terkumpul dari kuesioner mengenai keputusan pembelian maka hasil distribusi frekuensinya dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 22
Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian (Y)

No. Butir Pernyataan	Total										Mean	Min	Max
	SS		S		RR		TS		STS				
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%			
KP.Y1	31	31%	62	62%	6	6%	1	1%	0	0%	4,23	0	248
KP.Y2	36	36%	61	61%	2	2%	1	1%	0	0%	4,32	0	244
KP.Y3	39	39%	56	56%	5	5%	0	0%	0	0%	4,34	0	224
KP.Y4	33	33%	60	60%	7	7%	0	0%	0	0%	4,26	0	240
KP.Y5	32	32%	59	59%	8	8%	1	1%	0	0%	4,22	0	236
KP.Y6	31	31%	56	56%	11	11%	2	2%	0	0%	4,16	0	224
KP.Y7	30	30%	49	49%	19	19%	2	2%	0	0%	4,07	0	196
KP.Y8	42	42%	54	54%	3	3%	1	1%	0	0%	4,37	0	216
KP.Y9	37	37%	57	57%	5	5%	1	1%	0	0%	4,30	0	228
KP.Y10	35	35%	56	56%	7	7%	1	1%	1	1%	4,23	1	224
KP.Y11	31	31%	56	56%	9	9%	3	3%	1	1%	4,13	1	224
KP.Y12	37	37%	55	55%	8	8%	0	0%	0	0%	4,29	0	220
KP.Y13	25	25%	55	55%	16	16%	3	3%	1	1%	4,00	1	220
KP.Y14	30	30%	60	60%	9	9%	1	1%	0	0%	4,19	0	240
KP.Y15	39	39%	53	53%	4	4%	4	4%	0	0%	4,27	0	212
KP.Y16	28	28%	49	49%	12	12%	9	9%	2	2%	3,92	2	196
KP.Y17	29	29%	51	51%	15	15%	5	5%	0	0%	4,04	0	204
KP.Y18	27	27%	55	55%	4	4%	11	11%	3	3%	3,92	3	220

Tabel diatas menjelaskan distribusi frekuensi dari responden mengenai variabel keputusan pembelian. Hasil distribusi frekuensi yang diperoleh sebagai berikut.

- a. Dari tabel diatas KP.Y1 dengan pernyataan “Banyaknya variasi produk sebagai dasar dalam pembelian” disimpulkan bahwa sebanyak 31 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 62 responden menjawab setuju, sebanyak 6 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 1 responden menjawab tidak setuju dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,23, nilai minimum 0 dan nilai maksimum 248.
- b. Dari tabel diatas KP.Y2 dengan pernyataan “Keunggulan produk menjadi dasar dalam pembelian” disimpulkan bahwa sebanyak 36 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 61 responden

- menjawab setuju, sebanyak 2 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 1 responden menjawab tidak setuju dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,32, nilai minimum 0 dan nilai maksimum 244.
- c. Dari tabel diatas KP.Y3 dengan pernyataan “Desain produk by.U lebih inovatif dibandingkan kompetitor sejenis” disimpulkan bahwa sebanyak 39 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 56 responden menjawab setuju, sebanyak 5 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 0 responden menjawab tidak setuju dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,34, nilai minimum 0 dan nilai maksimum 224.
- d. Dari tabel diatas KP.Y4 dengan pernyataan “Pembelian dikarenakan baiknya citra by.U menurut konsumen” disimpulkan bahwa sebanyak 33 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 60 responden menjawab setuju, sebanyak 7 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 0 responden menjawab tidak setuju dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,26, nilai minimum 0 dan nilai maksimum 240.
- e. Dari tabel diatas KP.Y5 dengan pernyataan “Pembelian dikarenakan merek by.U yang semakin populer di masyarakat” disimpulkan bahwa sebanyak 32 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 59 responden menjawab setuju, sebanyak 8 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 1 responden menjawab tidak setuju dan 0 responden

- menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,22, nilai minimum 0 dan nilai maksimum 236.
- f. Dari tabel diatas KP.Y6 dengan pernyataan “Merek by.U lebih menarik perhatian konsumen” disimpulkan bahwa sebanyak 31 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 56 responden menjawab setuju, sebanyak 11 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 2 responden menjawab tidak setuju dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,16, nilai minimum 0 dan nilai maksimum 224.
- g. Dari tabel diatas KP.Y7 dengan pernyataan “Kualitas sinyal 4G by.U lebih cepat dibandingkan merek lain yang sejenis” disimpulkan bahwa sebanyak 30 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 49 responden menjawab setuju, sebanyak 19 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 2 responden menjawab tidak setuju dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,07, nilai minimum 0 dan nilai maksimum 196.
- h. Dari tabel diatas KP.Y8 dengan pernyataan “Kemudahan membeli paket internet melalui aplikasi by.U” disimpulkan bahwa sebanyak 42 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 54 responden menjawab setuju, sebanyak 3 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 1 responden menjawab tidak setuju dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,37, nilai minimum 0 dan nilai maksimum 216.

- i. Dari tabel diatas KP.Y9 dengan pernyataan “Distribusi kartu by.U melalui berbagai jasa pengiriman paket sangat membantu konsumen” disimpulkan bahwa sebanyak 37 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 57 responden menjawab setuju, sebanyak 5 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 1 responden menjawab tidak setuju dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,30, nilai minimum 0 dan nilai maksimum 228.
- j. Dari tabel diatas KP.Y10 dengan pernyataan “Pengambilan kartu by.U melalui indomaret terdekat sangat membantu konsumen” disimpulkan bahwa sebanyak 35 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 56 responden menjawab setuju, sebanyak 7 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 1 responden menjawab tidak setuju dan 1 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,23, nilai minimum 1 dan nilai maksimum 224.
- k. Dari tabel diatas KP.Y11 dengan pernyataan “Pembelian dilakukan pada saat by.U melakukan promosi” disimpulkan bahwa sebanyak 31 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 56 responden menjawab setuju, sebanyak 9 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 3 responden menjawab tidak setuju dan 1 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,13, nilai minimum 1 dan nilai maksimum 224.

- l. Dari tabel diatas KP.Y12 dengan pernyataan “Pembelian dilakukan pada saat paket internet by.U habis” disimpulkan bahwa sebanyak 37 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 55 responden menjawab setuju, sebanyak 8 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 0 responden menjawab tidak setuju dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,29, nilai minimum 0 dan nilai maksimum 220.
- m. Dari tabel diatas KP.Y13 dengan pernyataan “Pembelian dilakukan karena adanya pengaruh lingkungan sosial” disimpulkan bahwa sebanyak 25 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 55 responden menjawab setuju, sebanyak 16 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 3 responden menjawab tidak setuju dan 1 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,00, nilai minimum 1 dan nilai maksimum 220.
- n. Dari tabel diatas KP.Y14 dengan pernyataan “Pembelian dilakukan 1 bulan sekali” disimpulkan bahwa sebanyak 30 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 60 responden menjawab setuju, sebanyak 9 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 1 responden menjawab tidak setuju dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,19, nilai minimum 0 dan nilai maksimum 240.
- o. Dari tabel diatas KP.Y15 dengan pernyataan “Anda hanya membeli kuota data saja pada saat kuota internet habis” disimpulkan bahwa

- sebanyak 39 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 53 responden menjawab setuju, sebanyak 4 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 4 responden menjawab tidak setuju dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,27, nilai minimum 0 dan nilai maksimum 212.
- p. Dari tabel diatas KP.Y16 dengan pernyataan “Anda hanya membeli kuota topping pada saat kuota internet habis” disimpulkan bahwa sebanyak 28 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 49 responden menjawab setuju, sebanyak 12 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 9 responden menjawab tidak setuju dan 2 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 3,92, nilai minimum 2 dan nilai maksimum 196.
- q. Dari tabel diatas KP.Y17 dengan pernyataan “Anda membeli kuota data dan topping ketika kuota internet habis” disimpulkan bahwa sebanyak 29 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 51 responden menjawab setuju, sebanyak 15 responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 5 responden menjawab tidak setuju dan 0 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 4,04, nilai minimum 0 dan nilai maksimum 204.
- r. Dari tabel diatas KP.Y18 dengan pernyataan “Anda membeli kuota data sesuai dengan kebutuhan (dengan fitur Yang Semuanya Semaunya)” disimpulkan bahwa sebanyak 27 responden menjawab sangat setuju, sebanyak 55 responden menjawab setuju, sebanyak 4

responden menjawab ragu-ragu, sebanyak 11 responden menjawab tidak setuju dan 3 responden menjawab sangat tidak setuju. Dengan nilai rata-rata sebesar 3,92, nilai minimum 3 dan nilai maksimum 220.

F. Hasil Analisis Korelasi

Perhitungan koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui adanya tingkat hubungan kualitas pelayanan (X_1), harga (X_2) dan inovasi produk (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y).

Nilai korelasi berkisar antara 1 sampai -1, jika nilai semakin mendekati 1 atau -1 berarti hubungan antara dua variabel semakin kuat, tetapi jika nilai mendekati 0 berarti hubungan antara dua variabel semakin lemah. Setelah dilakukan penelitian maka diperoleh hasil seperti tabel dibawah ini.

Tabel 23
Hasil Uji Analisis Korelasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,783 ^a	,613	,601	4,898

a. Predictors: (Constant), Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data Primer Penelitian, diolah (2021)

Dari hasil penelitian diketahui bahwa nilai korelasi diperoleh sebesar 0,783 masuk dalam kategori hubungan yang kuat, artinya derajat hubungan

antara kualitas pelayanan, harga, inovasi produk dan keputusan pembelian menunjukkan hubungan searah.

G. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan, harga dan inovasi produk secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian provider digital by.U di Kota Bogor, dengan hasil penelitian sebagai berikut.

Tabel 24
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10,366	5,617		1,845	,068		
	Kualitas Pelayanan	-,078	,125	-,063	-,623	,535	,396	2,527
	Harga	,603	,143	,460	4,211	,000	,337	2,964
	Inovasi Produk	,500	,148	,413	3,377	,001	,269	3,712

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data Primer Penelitian, diolah (2021)

Dari hasil perhitungan program SPSS 20, diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 10,366 - 0,078X_1 + 0,603X_2 + 0,500X_3 + e$$

Nilai -0,078 merupakan nilai koefisien regresi untuk variabel kualitas pelayanan, jadi $b_1 = -0,078$ artinya setiap penurunan 1 point dari variabel kualitas pelayanan maka keputusan pembelian akan mengalami penurunan sebesar 0,078 dan variabel bebas lainnya konstan keputusan pembelian.

Nilai 0,603 merupakan nilai koefisien regresi untuk variabel kualitas pelayanan, jadi $b_2 = 0,603$ artinya setiap peningkatan 1 point dari variabel harga maka keputusan pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 0,603 dan variabel bebas lainnya konstan pada keputusan pembelian.

Nilai 0,500 merupakan nilai koefisien regresi untuk variabel kualitas inovasi produk, jadi $b_3 = 0,500$ artinya setiap peningkatan 1 point dari variabel inovasi produk maka keputusan pembelian akan mengalami kenaikan sebesar 0,459 dan variabel bebas lainnya konstan pada keputusan pembelian.

Nilai konstanta (α) bernilai positif sebesar 10,366 artinya dapat dinyatakan kontribusi variabel diluar model regresi yang diteliti memberikan dampak positif.

H. Hasil Uji Hipotesis

1. Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh secara simultan atau bersamaan variabel independen (kualitas pelayanan, harga dan inovasi produk) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Berikut dijelaskan pengujian variabel secara simultan:

Tabel 25
Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	3645,949	3	1215,316	50,654
	Residual	2303,291	96	23,993	
	Total	5949,240	99		
					Sig. .000 ^b

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan, Harga

Sumber : Data Primer Penelitian, diolah (2021)

a. Hipotesis Statistik Secara Simultan

1) $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$: Tidak ada pengaruh kualitas pelayanan, harga dan inovasi produk secara simultan terhadap keputusan pembelian provider digital by.U di Kota Bogor.

2) $H_a : \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$: Ada pengaruh kualitas pelayanan, harga dan inovasi produk secara simultan terhadap keputusan pembelian provider digital by.U di Kota Bogor.

b. Dasar Pengambilan Keputusan

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai sig $< 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau sig $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

c. Keputusan

Berdasarkan hasil dari tabel diperoleh F_{hitung} sebesar 50,654 serta $df=n-k$ atau $df=100-3=97$ didapat F_{tabel} sebesar 2,70. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $50,654 > 2,70$ dan nilai sig $< 0,05$ atau $0,000 < 0,05$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak atau kualitas pelayanan, harga dan inovasi produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian provider digital by.U di Kota Bogor dinyatakan signifikan.

2. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial atau masing-masing variabel independen (kualitas pelayanan, harga dan inovasi produk) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Berikut dijelaskan pengujian setiap variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial:

a. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Tabel 26
Hasil Uji t Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	10,366	5,617		1,845	,068		
Kualitas Pelayanan	-,078	,125	-,063	-,623	,535	,396	2,527
Harga	,603	,143	,460	4,211	,000	,337	2,964
Inovasi Produk	,500	,148	,413	3,377	,001	,269	3,712

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data Primer Penelitian, diolah (2021)

1) Hipotesis Statistik Secara Parsial

$H_0 : \beta_1 = 0$: Tidak memiliki pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian

$H_a : \beta_1 \neq 0$: Memiliki pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian

2) Dasar Pengambilan Keputusan

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai sig $< 0,05$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai $sig > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

3) Keputusan

Berdasarkan pada tabel diatas hasil t_{hitung} variabel kualitas pelayanan sebesar -0,623 dan nilai signifikan sebesar 0,535, maka dapat disimpulkan bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai $sig > 0,05$ atau $-0,623 < 1,988$ ($df=n-k=100-3=97$) dan $0,535 > 0,05$. Dengan demikian H_0 diterima dan H_a ditolak atau variabel kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian provider digital by.U di Kota Bogor.

b. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Tabel 27
Hasil Uji t Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	10,366	5,617		1,845	,068		
Kualitas Pelayanan	-,078	,125	-,063	-,623	,535	,396	2,527
Harga	,603	,143	,460	4,211	,000	,337	2,964
Inovasi Produk	,500	,148	,413	3,377	,001	,269	3,712

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data Primer Penelitian, diolah (2021)

1) Hipotesis Statistik Secara Parsial

$H_0 : \beta_2 = 0$: Tidak memiliki pengaruh harga terhadap keputusan pembelian

$H_a : \beta_2 \neq 0$: Memiliki pengaruh harga terhadap keputusan pembelian

2) Dasar Pengambilan Keputusan

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai $sig < 0,05$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai $sig > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

3) Keputusan

Berdasarkan pada tabel diatas hasil t_{hitung} variabel harga sebesar 4,211 dan nilai signifikan sebesar 0,000, maka dapat disimpulkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai $sig < 0,05$ atau $4,211 > 1,988$ ($df=n-k=100-3=97$) dan $0,000 < 0,005$. Dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak atau variabel harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian provider digital by.U di Kota Bogor.

c. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian

Tabel 28
Hasil Uji t Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	10,366	5,617		1,845	,068		
Kualitas Pelayanan	-,078	,125	-,063	-,623	,535	,396	2,527
Harga	,603	,143	,460	4,211	,000	,337	2,964
Inovasi Produk	,500	,148	,413	3,377	,001	,269	3,712

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data Primer Penelitian, diolah (2021)

1) Hipotesis Statistik Secara Parsial

$H_0 : \beta_3 = 0$: Tidak memiliki pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian

$H_a : \beta_3 \neq 0$: Memiliki pengaruh inovasi produk terhadap keputusan pembelian

2) Dasar Pengambilan Keputusan

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai sig $< 0,05$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai sig $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

3) Keputusan

Berdasarkan pada tabel diatas hasil t_{hitung} variabel harga sebesar 3,377 dan nilai signifikan sebesar 0,001, maka dapat disimpulkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai sig $< 0,05$ atau $3,377 > 1,988$ ($df=n-k=100-3=97$) dan $0,001 < 0,005$. Dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak atau variabel inovasi produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian provider digital by.U di Kota Bogor.

I. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar hubungan variabel kualitas pelayanan, harga dan inovasi produk terhadap

keputusan pembelian. Setelah dilakukan pengujian maka diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 29
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,783 ^a	,613	,601	4,898

a. Predictors: (Constant), Inovasi Produk, Kualitas Pelayanan, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data Primer Penelitian, diolah (2021)

Dari hasil penelitian diatas dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,601 yang berarti $0,601 \times 100\% = 60,1\%$. Hal tersebut menyatakan bahwa 60,1% variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan, harga dan inovasi produk. Sedangkan sisanya sebesar 39,9% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kemudian untuk *Standard Error of the Estimate* sebesar 4,898 menunjukkan tingkat kesalahan dalam memprediksi kualitas pelayanan, harga dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian provider digital by.U di Kota Bogor.

J. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, menyatakan bahwa hasil-hasil instrumen pernyataan yang telah dijawab oleh responden dengan tujuan untuk mengukur dari variabel kualitas pelayanan, harga dan inovasi produk

terhadap keputusan pembelian adalah valid dan reliabel dengan demikian butir pernyataan akan digunakan kembali dikemudian hari. Dalam hal ini peneliti mengelola data sebanyak 100 responden dengan menggunakan aplikasi pengolahan data SPSS 20. Berikut hasil dari penelitian ini antara lain:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan bahwa kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian provider digital by.U di Kota Bogor. Hal ini dibuktikan dengan uji t yang diperoleh hasil t_{hitung} sebesar -0,623 dan nilai signifikan sebesar 0,535, karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai signifikan $> 0,05$ atau $-0,623 < 1,988$ dan $0,535 > 0,05$. Dengan demikian H_0 diterima dan H_a ditolak atau variabel kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian provider digital by.U di Kota Bogor.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh William Lianardi (2019) dalam jurnal yang berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk dan Harga terhadap Keputusan pembelian pada Swalayan Juni Pekanbaru” yang menyatakan bahwa hasil uji parsial atau uji t variabel kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dalam tabel frekuensi jawaban responden mengenai variabel kualitas pelayanan sudah dapat dikatakan baik, namun pada butir pernyataan KP.9 “Pengetahuan dan kemampuan *customer service* dalam melayani pelanggan memadai” jumlah responden yang menyatakan

sangat setuju sebanyak 27 responden, setuju sebanyak 55 responden, ragu-ragu sebanyak 16 responden dan tidak setuju sebanyak 2 responden. Dalam penelitian ini pengguna menilai bahwa pengetahuan dan kemampuan *customer service* dalam melayani pelanggan sudah baik tetapi karena pelayanan yang dilakukan secara online maka beberapa pelanggan merasa pelayanan masih kurang maksimal seperti yang diharapkan.

2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian provider digital by.U di Kota Bogor. Hal ini dibuktikan dengan uji t yang diperoleh hasil t_{hitung} sebesar 4,211 dan nilai signifikan sebesar 0,000, karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikan $< 0,05$ atau $4,211 > 1,988$ dan $0,000 < 0,05$. Dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak atau variabel harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian provider digital by.U di Kota Bogor.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dani Chandra Utama, Roynaldi Arista, Fitriyanto dan Agung Raharjo (2019) dalam jurnal yang berjudul “Pengaruh Inovasi Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di Kota Bekasi” yang menyatakan bahwa hasil uji parsial atau uji t variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dalam tabel frekuensi jawaban responden mengenai variabel harga sudah dapat dikatakan baik, karena didukung pada butir pernyataan H8 “Harga paket internet by.U lebih murah dibandingkan dengan kompetitor produk sejenis” jumlah responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 36 responden, setuju sebanyak 49 responden, ragu-ragu sebanyak 15 responden dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju serta sangat tidak setuju. Dengan hal tersebut harga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan sebelum melakukan keputusan pembelian. Serta, harga yang ditawarkan oleh by.U dinilai sangat kompetitif dan sesuai dengan target pasar yang dituju oleh by.U.

3. Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian provider digital by.U di Kota Bogor. Hal ini dibuktikan dengan uji t yang diperoleh hasil t_{hitung} sebesar 3,877 dan nilai signifikan sebesar 0,001, karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikan $< 0,05$ atau $3,877 > 1,988$ dan $0,001 < 0,05$. Dengan demikian H_a diterima dan H_0 ditolak atau variabel inovasi produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian provider digital by.U di Kota Bogor.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Purwanti, Sarwani dan Denok Sunarsi (2020) dalam jurnal yang berjudul “Pengaruh Inovasi Produk dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada PT. Unilever Indonesia” yang menyatakan

bahwa hasil uji parsial atau uji t variabel inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dalam tabel frekuensi jawaban responden mengenai variabel inovasi produk sudah dapat dikatakan baik, namun pada butir pernyataan IP14 “Banyak teman-teman anda yang beralih ke provider by.U dari provider digital lainnya” jumlah responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 23 responden, setuju sebanyak 56 responden, ragu-ragu sebanyak 19 responden dan tidak setuju sebanyak 4 responden. Hal tersebut banyak responden yang menilai inovasi produk by.U sesuai dengan teknologi masa kini yang semuanya serba online, sehingga banyak pelanggan yang beralih ke provider digital.

4. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pengujian pengaruh kualitas pelayanan, harga dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian menggunakan uji F. Maka dihasilkan bahwa kualitas pelayanan, harga dan inovasi produk berpengaruh secara bersama-sama atau simultan. Hal ini dibuktikan dengan uji F yang diperoleh hasil F_{hitung} sebesar $50,654 > 2,70$ dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat dinyatakan kualitas pelayanan, harga dan inovasi produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian provider digital by.U di Kota Bogor.

Dari hasil penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian dapat meningkat jika perusahaan memperhatikan aspek-aspek

kualitas pelayanan, harga dan inovasi produk maka tujuan perusahaan akan lebih mudah dicapai.