

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Umum Objek Penelitian

1. Gambaran Umum Perusahaan

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan objek penelitian pada produk minuman isotonik Pocari Sweat, milik PT Amerta Indah Otsuka. Perusahaan ini merupakan afiliasi dari Otsuka Pharmaceutical, Co., Ltd. yang berada di Jepang. Filosofi didirikannya perusahaan Otsuka adalah “People Creating New Products For Better Health Worldwide,” dimana setiap manusia membuat suatu produk baru untuk kesehatan yang lebih baik di seluruh dunia.⁶⁴ Adapun visi yang diberikan oleh perusahaan yaitu, “Menjadi perusahaan yang brilian, dengan memberikan kontribusi yang signifikan dan terpercaya bagi konsumen serta masyarakat.” Sedangkan misi yang diberikan adalah:⁶⁵

- a. Mengembangkan dan mempertahankan karyawan yang berkualitas tinggi untuk menghasilkan produk berkualitas tinggi.
- b. Menjadikan kebutuhan dan kesejahteraan konsumen dan masyarakat sebagai prioritas utama.

⁶⁴ Amerta Indah Otsuka, “Filosofi“, <http://www.aio.co.id/index.php/id/aboutus>, diakses pada 2011

⁶⁵ Amerta Indah Otsuka, “Vision & mission”“, <http://www.aio.co.id/index.php/id/vm>, diakses pada 2011

- c. Menangkap peluang di semua aspek secara tepat dan inovatif untuk kesejahteraan dan kepuasan konsumen serta perkembangan perusahaan.
- d. Mengembangkan dan mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan dengan rekan bisnis.
- e. Menjadi perusahaan yang terpercaya.

Untuk memenuhi visi dan misi pada perusahaan, PT Amerta Indah Otsuka memiliki target pemasaran. Target pada perusahaan ini dimulai dengan memperkenalkan logo perusahaan dalam rangka untuk melakukan komunikasi yang efektif dengan masyarakat di seluruh dunia. Sehubungan dengan pesatnya globalisasi dalam kegiatan operasional, logo tersebut diciptakan sebagai representasi simbolis yang mewakili falsafah perusahaan Otsuka Pharmaceutical, logo tersebut mencerminkan dedikasi menyeluruh Otsuka dalam meraih sebuah hubungan dengan komunitas lokal dan alam serta berkontribusi dalam mencapai kehidupan yang sehat bagi masyarakat seluruh dunia.



Gambar 4.1 Logo Otsuka Pharmaceutical, Co., Ltd.

Diciptakannya logo perusahaan merupakan sebuah gambaran simbolis dari falsafah perusahaan Otsuka Pharmaceutical mengadopsi huruf huruf 'O' dari inisial nama perusahaan sebagai motifnya. Mewakili langit, motif

'O' besar di atas berwarna gradasi biru khas Otsuka menandakan "keterbukaan", "kebebasan", "kecerdasan", dan "masa depan". Motif 'O' kecil berwarna merah khas Otsuka mewakili pusat energi Otsuka Pharmaceutical, yang merupakan sumber dari prinsip-prinsip di atas. Disusun secara berimbang dengan 2 motif tersebut, nama Otsuka ditulis menggunakan huruf yang jelas dan mudah dibaca. Logo ini menyampaikan komitmen penuh semangat dari Otsuka Pharmaceutical pada kebahagiaan umat manusia melalui kesehatan yang baik.

2. Sejarah Singkat Perusahaan

Komitmen perusahaan diwujudkan dengan kegiatan operasional yang menjunjung tinggi kualitas dan standarisasi baik lokal maupun internasional yang telah diakui dunia. Komitmen dan kerja keras PT. Amerta Indah Otsuka tersebut terangkum dalam perjalanan berikut.⁶⁶

Tabel 4.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Tahun 1989	Pocari Sweat mengeluarkan produk minuman kemasan kaleng yang di luncurkan melalui PT. Otsuka Indonesia	Tahun 1990	Dilakukannya penetapan kontrak pengemasan produk pada peralatan pabrik yang dilakukan dengan PT . Otsuka Indonesia
Tahun 1997		Didirikannya PT. Amerta Indah Otsuka	
Tahun 2001	Pocari Sweat mengeluarkan produk minuman kemasan sachet 15 gram.	Tahun 2004	Didirikannya pabrik untuk melakukan proses produksi sendiri di Sukabumi, Jawa Barat
Tahun 2006	Pocari Sweat mengeluarkan produk minuman kemasan PET 500 ml.	Tahun 2007	PT Amerta Indah Otsuka mengeluarkan produk makanan ringan merek "SoyJoy"
Tahun 2007	Pocari Sweat mengeluarkan produk minuman kemasan PET	Tahun 2008	Didirikannya kantor baru PT. Amerta Indah Otsuka di Sukabumi dan

⁶⁶ Amerta Indah Otsuka, "Our Journey", <http://www.aio.co.id/index.php/id/journey>, diakses pada 2011.

	350 ml.		line produksi Pocari Sweat kemasan PET.
Tahun 2009	Pocari Sweat mengeluarkan produk minuman kemasan PET 2 L.	Tahun 2007	PT Amerta Indah Otsuka mengeluarkan produk makanan ringan merek “SoyJoy” varian Strawberry.
Tahun 2010	Didirikannya Pabrik Kejayan, Pasuruan Jawa Timur	Tahun 2009	Pocari Sweat mengeluarkan produk minuman kemasan PET 900 ml.

3. Lokasi Perusahaan

PT Amerta Indah Otsuka memiliki 1 Kantor pusat, 8 kantor cabang dan 2 pabrik yang berlokasi di:

a. Lokasi Kantor⁶⁷

- 1) Kantor Pusat yang terletak di Wisma Pondok Indah 1, Lantai 7. Jl. Sultan Iskandar Muda kav. V-TA Jakarta 12310
- 2) Kantor Cabang - Utara yang terletak di Jl. Rawa Gelam I No. 2 Kawasan Industri Pulogadung Kel Jatinegara, Kac Cakung Jakarta 13930
- 3) Kantor Cabang - Selatan yang terletak di JL. TB Simatupang No. 45A RT/RW 011/02 Kelurahan Susukan, Kecamatan Ciracas Jakarta Timur
- 4) Kantor Cabang - Timur yang terletak di Jl. Cut Meutia KM102 No 25 Sepanjang Jaya, Rawa Lumbu Bekasi Timur 17114
- 5) Kantor Cabang - Bandung yang terletak di Jl. Terusan Kiara Condong No.98B Bandung - Jawa Barat

⁶⁷ Amerta Indah Otsuka, “Our Address”, <http://www.aio.co.id/index.php/id/address/office>, diakses pada 2011

- 6) Kantor Cabang - Barat yang terletak di Jl. Aster Jawa No. 119,
Daan Mogot Raya KM 19 Tangerang 15122
 - 7) Kantor Cabang - Surabaya yang terletak di Komplek Pergudangan
Safe n Lock Blok S 3055 Jl. Lingkar Timur KM 5,5 Desa Rangkah
Kidul, Sidoarjo
 - 8) Kantor Cabang - Medan yang terletak di Jl. Gunung Krakatau
Ujung, Komplek Krakatau Multi Center Blok F, Medan - Sumatra
Utara 20239
 - 9) Singapore Representative Office yang terletak di 24 Penjuru Road
Cwt Commodity, Level 1Hub01-06 Singapore 609128
- b. Lokasi Pabrik⁶⁸
- 1) Pabrik Sukabumi yang terletak di Jl. Raya Siliwangi KM 28 Desa
Kutajaya, Kecamatan Cicurug Kabupaten Sukabumi 43359
 - 2) Pabrik Kejayan yang terletak di Jl. Raya Pasuruan - Malang KM 11
Desa Pacar Keling, Kecamatan Kejayan Kabupaten Pasuruan 67172

4. Sertifikat dan Penghargaan

PT. Amerta Indah Otsuka berkomitmen untuk memberikan yang terbaik pada konsumen dan masyarakat sesuai dengan misinya dengan memberikan kontribusi yang signifikan dan terpercaya bagi konsumen serta masyarakat. Komitmen tersebut diwujudkan dengan kegiatan operasional yang menjunjung tinggi kualitas dan standarisasi baik lokal maupun internasional yang telah diakui dunia. Komitmen dan kerja keras

⁶⁸ Amerta Indah Otsuka, "Our Address", <http://www.aio.co.id/index.php/id/address/factory>, diakses pada 2011

PT. Amerta Indah Otsuka telah diakui berbagai pihak melalui berbagai sertifikat sebagai berikut:

Tabel 4.2 Rincian Sertifikat & Penghargaan

PENGHARGAAN ⁶⁹			
No.	Jenis	Pelaksana	Keterangan
1.	Penghargaan K3 (Keselamatan dan Kesehatan Kerja pada April 2011	Gubernur Jawa Timur	Diberikan atas pelaksanaan program keselamatan dan kesehatan kerja selama 2.568.375 jam kerja orang tanpa kecelakaan kerja terhitung sejak 1 September 2008 s.d. 31 Maret 2010
2.	Penghargaan Kecelakaan Nihil pada 5 Mei 2011	Kementrian Tenaga Kerja dan Transmigrasi Republik Indonesia	Diberikan atas pelaksanaan program keselamatan dan kesehatan kerja selama 2.705.805.5 jam kerja orang tanpa kecelakaan kerja terhitung sejak 1 September 2008 s.d. 31 Maret 2011
3.	ICSA 2011	Indonesian Customer Satisfaction Award (ICSA) 2011	The Best in Achieving Total Customer Satisfaction 2011, Category: Isotonic Drink
4.	Indonesia Best Brand Award 2011 & 2012	Majalah SWA & MARS	Most Valuable Brand in Indonesia, Category: Isotonic Drink
5.	Word of Mouth Marketing, Most 1 Recommended Brand 2011	Majalah SWA	1st Winner in isotonic drink category
6.	Top Brand Award 2012	Frontier; Consulitng Group & Majalah Marketing	Reccognition of Outstanding Achievement in Building the Top Brand
SERTIFIKAT ⁷⁰			
1.	ISO 22000:2005, valid pada 16 Juli 2012 dan berlaku hingga 15 juli 2015	PT Lloyd's Register Quality Assurance Indonesia	Diberikan atas standar manajemen sistem keamanan terhadap produk makanan
2.	ISO 9001:2008 & SNI ISO 9001:2008, valid	PT Lloyd's Register Quality Assurance	Diberikan atas standar kualitas sistem manajemen dengan mencantumkan <i>certificate</i>

⁶⁹ Amerta Indah Otsuka, "Awards", <http://www.aio.co.id/index.php/id/awards>, diakses pada 2011

⁷⁰ Amerta Indah Otsuka, "Certificate", <http://www.aio.co.id/index.php/id/certificates>, diakses pada 2011

	pada 16 Juli 2012 dan berlaku hingga 15 Juli 2015	Indonesia	<i>schedule</i> dalam kegiatan produksi perusahaan.
3.	ISO 14001:2004, valid audit pada 28 Januari 2010 dan berlaku audit kembali pada 11 Desember 2012	SGS United Kingdom, Ltd.	Diberikan atas kegiatan produksi minuman isotonik.
4.	Sertifikat Halal pada Pabrik Kejayan & Sukabumi dikeluarkan pada 28 September 2011 dan berlaku hingga 27 September 2013	Majelis Ulama Indonesia	Diberikan atas kegiatan produksi minuman dan bahan minuman jenis produk minuman isotonik.
5.	BPOM RI 2.221206.3202.002 pada 22 Desember 2006	Badan POM RI	Diberikan atas penerapan cara produksi pangan yang baik: mengembangkan prosedur dan lembar kerja.
6.	SNI 01-4852-1998 / HACCP, valid audit pada 8 Juni 2009 dan berlaku audit kembali pada 29 April 2012	PT SGS Indonesia	Diberikan atas kegiatan produksi minuman isotonik di pabrik Kejayan.

5. Deskripsi Usaha Perusahaan

a. Pocari Sweat

Pocari Sweat adalah minuman isotonik sebagai pengganti cairan tubuh yang hilang setiap harinya. Komposisi Pocari Sweat mirip dengan cairan tubuh dengan kandungan elektrolit yang seimbang, sehingga dapat diserap lebih cepat dan lebih baik dibandingkan air minum biasa, sehingga dapat mencegah terjadinya dehidrasi berat.

Jenis produk pada minuman isotonik ini memiliki beberapa keragaman pada bentuk kemasan yang disesuaikan oleh kebutuhan

konsumen diantaranya; kemasan Sachet 15 gr, kaleng 330 ml, Botol PET 350 ml, Botol PET 500 ml, Botol 900 ml, Botol 2 liter.⁷¹

b. Soy Joy

Soyjoy adalah makanan berbentuk bar yang terbuat sepenuhnya dari tepung kedelai dan buah-buahan asli. Soyjoy adalah sebuah konsep baru dan pertama di Indonesia yang menawarkan suatu produk dengan manfaat kedelai dan buah sekaligus menjadi makanan yang sehat dan praktis. Perpaduan rasa yang unik dari kedelai dan buah dalam SOYJOY tersedia dalam 5 varian rasa yaitu Hawthorn Berry, Raisin Peanut, Apple, Mango Coconut dan Strawberry.⁷²



Gambar 4.2 Aneka Produk PT. Amerta Indah Otsuka

B. Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa Prodi Ekonomi Syari'ah UIN Sunan Ampel Surabaya. Peneliti menggunakan teknik *proporsional sampling* dalam mengumpulkan data primer sehingga

⁷¹ Amerta Indah Otsuka, "Products", <http://www.pocarisweat.co.id/product>, diakses pada 2013

⁷² Amerta Indah Otsuka, "Products", <http://www.soyjoy.co.id/soyjoy-fact/flavours-and-nutritions>, diakses pada 2013

ditemukan sampel sebanyak 87 responden dari total keseluruhan 686 mahasiswa aktif sebagai berikut,

Tabel 4.3 Tabel Proporsi Sampling Penelitian

<i>Proporsional Sampling</i>			
Unit	N	686	n
2010	26%	178	23
2011	27%	183	23
2012	19%	132	17
2013	28%	193	24
n	100%	686	87

Sumber: Data Primer yang dikelola peneliti dengan *Microsoft Excel 2010*, 2014

Pengumpulan data primer dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara langsung kepada responden. Penyebaran kuesioner dimulai pada 25 April hingga 25 Mei 2014. Karakteristik responden yang diteliti adalah jenis kelamin, usia, uang saku perbulan dan jenis produk.

a. Jenis Kelamin

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Keterangan	Jenis Kelamin	
	Pria	Wanita
2010	14	9
2011	5	18
2012	1	16
2013	9	15
Jumlah	29	58
n	87	
Prosentase (%)	33%	67%

Sumber: Data primer yang dikelola peneliti dengan *Microsoft Excel 2010*, 2014

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden adalah wanita yaitu 67% atau 58 responden dan sisanya 33% atau 29 responden adalah pria.

b. Usia

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Keterangan	Usia							
	18	19	20	21	22	23	24	25
2010	0	0	0	8	8	2	3	2
2011	0	0	4	17	2	0	0	0
2012	1	5	8	2	1	0	0	0
2013	11	9	4	0	0	0	0	0
Jumlah	12	14	16	27	11	2	3	2
n	87							
Prosentase (n/87.100%)	14%	16%	18%	31%	13%	2%	3%	2%

Sumber: Data Primer yang dikelola peneliti dengan *Microsoft Excel 2010*, 2014

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa usia mahasiswa pada umumnya berkisar antara 18 hingga 25 tahun. Responden pada usia 21 tahun mendominasi dengan 31% atau 27 responden, hal ini disebabkan usia tersebut berada diantara angkatan tahun 2010 dan 2011. Di posisi kedua yang mendominasi yaitu pada usia 20 tahun dengan 18% atau 16 responden. Di posisi ketiga yaitu usia 19 tahun dengan 16% atau 14 responden, sisanya yakni 14% atau 12 responden pada usia 18 tahun, 13% atau 11 responden pada usia 22 tahun, 3% atau 3 responden pada usia 24 tahun, dan 2% atau 2 responden pada usia 23 dan 25 tahun.

c. Uang Saku Harian

Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku Harian

	Keterangan	Frequency	Percent
Valid	Rp. 2.000,- hingga Rp. 5.000,-	15	17,2
	Rp. 6.000,- hingga Rp. 9.000,-	7	8,0
	Rp. 10.000,- hingga Rp. 14.000,-	26	29,9
	> Rp. 15.000,-	39	44,8
	Total	87	100,0

Sumber: Data primer yang dikelola peneliti dengan *Microsoft Excel 2010*, 2014

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa uang saku harian mahasiswa Ekonomi Syari'ah UIN Sunan Ampel Surabaya berkisar lebih dari Rp. 15.000,-perhari dengan jumlah dominasi sebesar 39 responden atau prosentase sebesar 44,8%. Dominasi kedua uang saku harian mahasiswa Ekonomi Syari'ah UIN Sunan Ampel Surabaya yaitu diantara Rp. 10.000,- hingga Rp. 14.000,- dengan jumlah dominasi sebanyak 26 responden atau 29,9%. Dominasi ketiga uang saku harian mahasiswa Ekonomi Syari'ah UIN Sunan Ampel Surabaya yaitu Rp. 2.000,- hingga Rp. 5.000,- dengan jumlah dominasi sebanyak 15 responden atau prosentase sebesar 17,2%. Dan dominasi keempat uang saku harian mahasiswa Ekonomi Syari'ah UIN Sunan Ampel Surabaya yaitu Rp. 6.000,- hingga Rp. 9.000,- dengan dominasi sebanyak 7 responden atau prosentase sebesar 8%.

d. Jenis Produk

Tabel 4.7 Jenis Produk

Keterangan	Jenis Produk				
	Sachet 150 gr	Kaleng 330 ml	Botol PET & Aseptic 350 ml	Botol PET & Aseptic 500 ml	Botol PET 2 liter
2010	0	6	12	5	0
2011	0	7	15	1	0
2012	0	12	1	4	0
2013	1	5	16	0	2
Jumlah	1	30	44	10	2
n	87				
Prosentase (N/87.100%)	1%	34%	51%	11%	2%

Sumber: Data Primer yang dikelola peneliti dengan *Microsoft Excel 2010*, 2014

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden memilih produk botol PET & Aseptic 350 ml dengan 51% atau 44 responden. Produk dominasi kedua yaitu produk kaleng 150 ml dengan 34% atau 30 responden. Sisanya 11% responden memilih Botol PET & Aseptic 500 ml, 2% atau 2 responden memilih Botol PET 2 liter dan 1% atau 1 responden memilih sachet 150 gram.

2. Uji Asumsi Klasik

Untuk mengetahui koefisien regresi yang didapat telah sah (benar, dapat diterima), maka perlu melakukan pengujian terhadap kemungkinan adanya pelanggaran asumsi klasik. Adapun asumsi klasik regresi linier adalah sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah suatu data mengikuti sebaran normal atau tidak. Cara pertama yang digunakan dalam penelitian ini untuk menguji normalitas data yaitu dengan uji *One Sample Kolmogrov-Smirnov*. Cara untuk mendeteksinya adalah dengan melihat nilai signifikansi *residual*. Jika signifikansi lebih dari 0,005 maka *residual* berdistribusi normal.

Tabel 4.8

Uji *One Sample Kolmogrov-Smirnov*

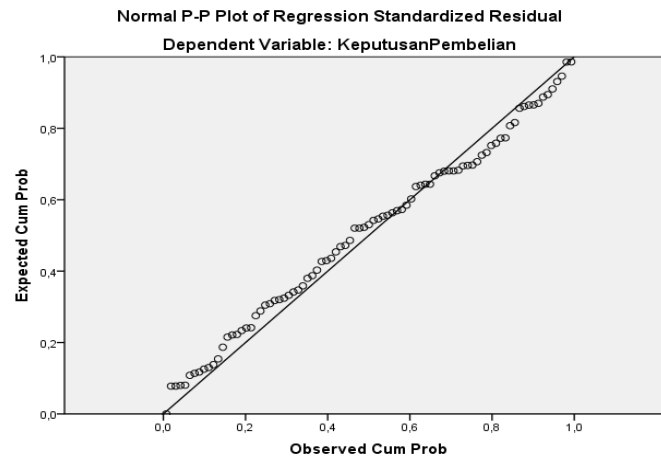
		Unstandardized Residual
N		87
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,54606152
Most Extreme Differences	Absolute	,061
	Positive	,058
	Negative	-,061
Kolmogorov-Smirnov Z		,570
Asymp. Sig. (2-tailed)		,901

Sumber: Data primer yang dikelola peneliti dengan *SPSS 19*, 2014

Dari hasil di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed) sebesar 0,901. Karena signifikansi lebih dari 0,05 maka *residual* berdistribusi dengan normal.

Uji normalitas yang kedua menggunakan uji Grafik P-Plot untuk mengetahui data berdistribusikan normal atau tidak. Data berdistribusikan normal apabila titik-titik mengikuti garis linier.

Gambar 4.3
Grafik P-Plot



Sumber: Data primer yang dikelola peneliti dengan *SPSS 19*, 2014

Grafik P-Plot Gambar tersebut menunjukkan bahwa residual mengikuti garis linier yang berarti asumsi normalitas terpenuhi.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual data yang ada. Cara yang digunakan dalam pengujian ini adalah dengan uji *Spearman's Rho*. Jika ini signifikan antara variabel independen dengan absolut residual lebih dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji yang pertama dapat dilakukan menggunakan uji *Spearman's Rho*.

Tabel 4.9
Uji Spearman's Rho

			Correlations						
			Jaminan	Identifikasi Pribadi	Identifikasi Sosial	Status	Menerima Perluasan Merek	Merekomendasikan Merek	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Jaminan	Correlation Coefficient	1,000	,478	,527	,264	,330	,260	,082
		Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	,013	,002	,015	,450
		N	87	87	87	87	87	87	87
	Identifikasi Pribadi	Correlation Coefficient	,478	1,000	,550	,354	,412	,534	,022
		Sig. (2-tailed)	,000	.	,000	,001	,000	,000	,841
		N	87	87	87	87	87	87	87
	Identifikasi Sosial	Correlation Coefficient	,527	,550	1,000	,313	,358	,374	,082
		Sig. (2-tailed)	,000	,000	.	,003	,001	,000	,451
		N	87	87	87	87	87	87	87
	Status	Correlation Coefficient	,264	,354	,313	1,000	,306	,354	,028
		Sig. (2-tailed)	,013	,001	,003	.	,004	,001	,799
		N	87	87	87	87	87	87	87
	Menerima Perluasan Merek	Correlation Coefficient	,330	,412	,358	,306	1,000	,321	,007
		Sig. (2-tailed)	,002	,000	,001	,004	.	,002	,947
		N	87	87	87	87	87	87	87
	Merekomendasikan Merek	Correlation Coefficient	,260	,534	,374	,354	,321	1,000	,073
		Sig. (2-tailed)	,015	,000	,000	,001	,002	.	,502
		N	87	87	87	87	87	87	87
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	,082	,022	,082	,028	,007	,073	1,000
		Sig. (2-tailed)	,450	,841	,451	,799	,947	,502	.
		N	87	87	87	87	87	87	87

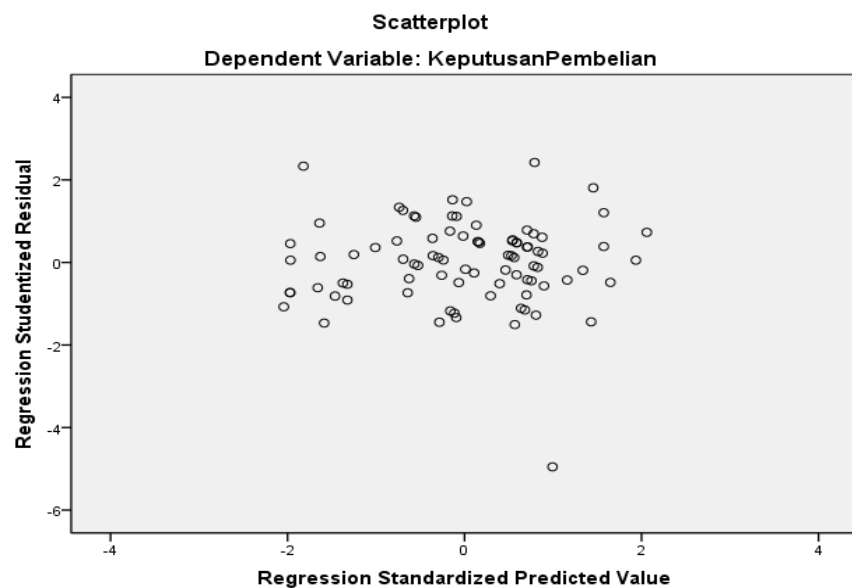
Sumber: Data primer yang dikelola peneliti dengan *SPSS 19*, 2014

Dari hasil di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi untuk jaminan (X1) sebesar 0,450, identifikasi pribadi sebesar 0,841 (X2), identifikasi sosial sebesar 0,451 (X3), status sebesar 0,799 (X4),

kesediaan menerima perluasan merek sebesar 0,947 (X5) dan kesediaan untuk merekomendasikan merek sebesar 0,502 (X6). Karena signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak ada masalah heteroskedastisitas.

Sedangkan uji heteroskedastisitas yang kedua dapat dilakukan dengan uji Grafik. Uji dilakukan dengan melihat pola titik-titik pada *scatterplot* regresi. Jika titik menyebar dengan pola yang tidak jelas di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Gambar 4.4
Grafik *Scatter Plot*



Sumber: Data primer yang dikelola peneliti dengan *SPSS 19*, 2014

Dari gambar grafik di atas titik menyebar dengan pola yang tidak jelas di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

c. Uji Multikolinearitas

Pembuktian ada atau tidaknya gejala multikolinearitas dapat dilakukan dengan cara menghitung VIF (*Variance Inflation Factor*) dan nilai *tolerance*. Berikut ini nilai VIF dan *tolerance* masing-masing variabel bebas:

Tabel 4.10 Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-,878	2,658		-,330	,742		
Jaminan	,167	,231	,074	,723	,472	,662	1,511
Identifikasi Pribadi	,281	,176	,184	1,597	,114	,517	1,934
Identifikasi Sosial	,551	,254	,242	2,169	,033	,553	1,807
Status	-,054	,254	-,020	-,212	,832	,805	1,242
Menerimaan Perluasan Merek	,497	,267	,171	1,863	,066	,810	1,234
Merekomendasi Merek	1,063	,396	,263	2,686	,009	,715	1,398

Sumber: Data primer yang dikelola peneliti dengan SPSS 19, 2014

Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada *coefficients* (nilai *tolerance* dan VIF). Dari output di atas dapat dilihat bahwa nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,1 untuk semua variabel. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi masalah multikolinearitas.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Adapun model persamaan regresi linier berganda yang dihasilkan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.11 Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-,878	2,658		-,330	,742		
Jaminan	,167	,231	,074	,723	,472	,662	1,511
Identifikasi Pribadi	,281	,176	,184	1,597	,114	,517	1,934
Identifikasi Sosial	,551	,254	,242	2,169	,033	,553	1,807
Status	-,054	,254	-,020	-,212	,832	,805	1,242
Menerimaan Perluasan Merek	,497	,267	,171	1,863	,066	,810	1,234
Merekomendasikan Merek	1,063	,396	,263	2,686	,009	,715	1,398

Sumber: Data primer yang dikelola peneliti dengan *SPSS 19*, 2014

Persamaan regresi yang dihasilkan adalah:

$$\hat{Y} = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + e$$

$$\hat{Y} = -0,878 + 0,167X_1 + 0,281X_2 + 0,551X_3 - 0,054X_4 + 0,497X_5 + 1,063X_6 + e$$

4. Koefisien Determinasi

Dari hasil pengujian koefisiensi determinasi yang telah dilakukan terhadap data yang ada, maka diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 4.12 Koefisien Determinasi

No	Variabel	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	Jaminan (X_1)	0,557 ^a	0,310	0,302	1,452
2	Identifikasi Pribadi (X_2)	0,562 ^a	0,315	0,307	1,447
3	Identifikasi Sosial (X_3)	0,531 ^a	0,281	0,273	1,482
4	Status (X_4)	0,621 ^a	0,386	0,378	1,370
5	Menerimaan Perluasan Merek (X_5)	0,010 ^a	0,000	-0,012	1,748
6	Merekomendasikan Merek (X_6)	0,706 ^a	0,498	0,492	1,239

Dalam tabel 4.32 diatas menunjukkan bahwa nilai *R Square* pada variabel jaminan (X_1) adalah 0,310 atau 31%, hal ini berarti bahwa variabel jaminan dipengaruhi sebesar 31% untuk memutuskan pembelian dan selebihnya 69% ditentukan atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam analisa atau penelitian regresi ini. Nilai *R Square* pada variabel identifikasi pribadi (X_2) adalah 0,315 atau 31,5%, hal ini berarti bahwa variabel identifikasi pribadi dipengaruhi sebesar 31,5% untuk memutuskan pembelian dan selebihnya 68,5% ditentukan atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam analisa atau penelitian regresi ini. Nilai *R Square* pada variabel identifikasi sosial (X_3) adalah 0,281 atau 28,1%, hal ini berarti bahwa variabel identifikasi sosial dipengaruhi sebesar 28,1% untuk memutuskan pembelian dan selebihnya 71,9% ditentukan atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam analisa atau penelitian regresi ini. Nilai *R Square* pada variabel status (X_4) adalah 0,386 atau 38,6%, hal ini berarti bahwa variabel status dipengaruhi sebesar 38,6% untuk memutuskan pembelian dan selebihnya 61,4% ditentukan atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam analisa atau penelitian regresi ini. Nilai *R Square* pada variabel kesediaan menerima perluasan merek (X_5) adalah 0,000 atau 0%, hal ini berarti bahwa variabel kesediaan menerima perluasan merek tidak mempengaruhi untuk memutuskan pembelian. Nilai *R Square* pada variabel kesediaan merekomendasikan merek (X_6) adalah 0,498 atau 49,8%, hal ini berarti bahwa variabel kesediaan merekomendasikan merek dipengaruhi sebesar 49,8% untuk memutuskan pembelian dan selebihnya

50,2% ditentukan atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam analisa atau penelitian regresi ini. Karena *R Square* berkisar pada angka 0 sampai 1. Dengan catatan semakin besar *R Square* maka semakin kuat pengaruh variabelnya.

5. Uji Hipotesis

a. Uji F

Uji F bertujuan untuk menguji apakah ada pengaruh yang signifikan secara simultan dari jaminan (X1), identifikasi pribadi (X2), identifikasi sosial (X3), status (X4), kesediaan menerima perluasan merek (X5) dan kesediaan untuk merekomendasikan merek (X6) terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa Ekonomi Syari'ah UIN Sunan Ampel Surabaya (Y). Hasil uji F dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.13

Hasil Uji F (Simultan)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	457,431	6	76,238	10,940	,000 ^a
	Residual	557,489	80	6,969		
	Total	1014,920	86			

Sumber: Data primer yang dikelola peneliti dengan *SPSS 19*, 2014

Hasil perhitungan F tabelnya yaitu 95%, $\alpha = 5\%$, df 1 (6-1= 5) dan df 2 (n-k-1, 87-6-1= 80). Hasil diperoleh untuk F_{tabel} yaitu 2,33. Signifikansi yang digunakan adalah kurang dari 0,05. Hasil di atas menunjukkan $F_{\text{hitung}} \geq F_{\text{tabel}}$ ($10,940 \geq 2,33$) dan signifikansi kurang dari 0,05 maka H_1 diterima dan H_0 ditolak.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif yang signifikan secara simultan dari jaminan (X1), identifikasi pribadi (X2), identifikasi sosial (X3), status (X4), kesediaan menerima perluasan merek (X5) dan kesediaan untuk merekomendasikan merek (X6) terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa Ekonomi Syari'ah UIN Sunan Ampel Surabaya (Y), sehingga hipotesis ke-1 teruji kebenarannya

b. Uji t

Uji t bertujuan untuk manguji apakah ada pengaruh yang signifikan secara parsial dari jaminan (X1), identifikasi pribadi (X2), identifikasi sosial (X3), status (X4), kesediaan menerima perluasan merek (X5) dan kesediaan untuk merekomendasikan merek (X6) terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa Ekonomi Syari'ah UIN Sunan Ampel Surabaya (Y). Hasil uji T dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.14
Hasil Uji T (Parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	(Constant)	-,878	2,658				-,330
Jaminan	,167	,231	,074	,723	,472	,662	1,511
Identifikasi Pribadi	,281	,176	,184	1,597	,114	,517	1,934
Identifikasi Sosial	,551	,254	,242	2,169	,033	,553	1,807
Status	-,054	,254	-,020	-,212	,832	,805	1,242
Menerima Perluasan Merek	,497	,267	,171	1,863	,066	,810	1,234
Merekomendasikan Merek	1,063	,396	,263	2,686	,009	,715	1,398

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-,878	2,658		-,330	,742		
Jaminan	,167	,231	,074	,723	,472	,662	1,511
Identifikasi Pribadi	,281	,176	,184	1,597	,114	,517	1,934
Identifikasi Sosial	,551	,254	,242	2,169	,033	,553	1,807
Status	-,054	,254	-,020	-,212	,832	,805	1,242
Menerima Perluasan Merek	,497	,267	,171	1,863	,066	,810	1,234
Merekomendasikan Merek	1,063	,396	,263	2,686	,009	,715	1,398

Sumber: Data primer yang dikelola peneliti dengan SPSS 19, 2014

Hasil perhitungan t_{tabel} yaitu $5\%:2 = 2,5\%$, $df (n-1, 87-1 = 86)$, maka hasil yang diperoleh untuk t_{tabel} yaitu 1,988. Hasil di atas menunjukkan dimana:

- 1) Jaminan memiliki koefisien regresi sebesar $0,723 \leq 1,988$ dengan signifikansi lebih dari 0,05 yaitu 0,472 maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.
- 2) Identifikasi pribadi memiliki koefisien regresi sebesar $1,597 \leq 1,988$ dengan signifikansi lebih dari 0,05 yaitu 0,114 maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.
- 3) Identifikasi sosial memiliki koefisien regresi sebesar $2,169 \geq 1,988$ dan signifikansi kurang dari 0,05 yaitu 0,033 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima
- 4) Status memiliki koefisien regresi sebesar $-0,212 \leq 1,988$ dengan signifikansi lebih dari 0,05 yaitu 0,832 maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

- 5) Kesiediaan menerima perluasan merek memiliki koefisien regresi sebesar $1,863 \leq 1,988$ dengan signifikansi lebih dari 0,05 yaitu 0,066 maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.
- 6) Kesiediaan untuk merekomendasikan merek memiliki koefisien regresi sebesar $2,686 \geq 1,988$ dan signifikansi kurang dari 0,05 yaitu 0,009 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Dengan demikian hasil pengujian hipotesis pada uji T (parsial) menunjukkan ada pengaruh positif dan tidak signifikan dari variabel jaminan (X1), identifikasi pribadi (X2), dan kesiediaan menerima perluasan merek (X5). Ada pengaruh negatif dan tidak signifikan dari variabel status (X4). Serta, berpengaruh positif dan signifikan dari variabel identifikasi sosial (X3) dan kesiediaan untuk merekomendasikan merek (X6) terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa Ekonomi Syari'ah UIN Sunan Ampel Surabaya (Y).