

BAB IV HASIL

PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Responden

Berdasarkan kuesioner yang telah disebarakan kepada responden, data responden akan dibagi berdasarkan jenis kelamin, usia, universitas, angkatan dan total pengeluaran serta terdapat pembagian responden mengenai seri *Oppo Smartphone* apa yang dibeli oleh responden.

4.1.1. Jenis kelamin dengan seri *Oppo Smartphone* yang dibeli

Pada tabel 4.1 dijelaskan gambaran 150 responden mengenai jenis kelamin dan seri *Oppo Smartphone* yang dibeli

Tabel 4.1
Jenis kelamin dengan seri *Oppo Smartphone* yang dibeli

Jenis Kelamin	Seri <i>Oppo Smartphone</i>								Total
	F7	F3+	F5	F1+	F1S	A57	A39	A37	
Pria	7	2	13	6	7	2	1	12	55
Wanita	8	3	17	7	23	10	9	23	95
Total	15	5	30	13	30	12	10	35	150

Sumber: Data Primer 2018

Dapat dilihat dalam tabel diatas bahwa seri *Oppo Smartphone* yang paling banyak dibeli adalah seri A37. Namun seri *Oppo Smartphone* yang paling banyak dibeli oleh laki-laki adalah F3+, sedangkan seri *Oppo Smartphone* yang paling banyak di beli oleh wanita adalah seri F5 dan F1S. Hal tersebut tidak mengherankan karena para wanita menyukai *selfie* dan *smartphone* F5 mempunyai kamera yang bagus dan F1S mempunyai moto *selfie expert*.

4.1.2. Total pengeluaran tiap bulan dengan usia

Pada tabel 4.2 dijelaskan gambaran 150 responden mengenai total pengeluaran per bulan dengan usia

Tabel 4.2.

Total Pengeluaran per Bulan dengan Usia

Total Pengeluaran/Bulan	Usia				Total
	19	20	21	22	
< Rp. 500.000	1	1	1	7	10
Rp. 500.000 – Rp. 1.500.000	1	3	18	71	93
Rp. 1.500.001 – Rp. 2.500.000	1	0	5	30	36
> Rp. 2.500.000	0	1	3	7	11
Total	3	5	27	115	150

Sumber: Data Primer 2018

Dapat dijelaskan bahwa sebagian besar mahasiswa yang membeli Oppo *Smartphone* mempunyai total pengeluaran per bulan sebesar Rp. 500.000 – Rp. 1.500.000 dan sebagian besar mahasiswa yang membeli Oppo *Smartphone* berusia 22 tahun.

4.1.3. Universitas dengan angkatan

Pada tabel 4.1 dijelaskan gambaran 150 responden mengenai universitas dengan angkatan

Tabel 4.3.

Universitas dengan Angkatan

Universitas	Angkatan					Total
	2013	2014	2015	2016	2017	
Universitas Diponegoro	0	33	4	1	0	38
Unika Soegijapranata	10	20	5	2	1	38
Universitas Islam Sultan Agung	0	26	8	2	1	37
Universitas Dian Nuswantoro	0	31	4	1	1	37
Total	10	110	21	6	3	150

Sumber: Data Primer 2018

Dapat dijelaskan dalam penelitian ini, jumlah mahasiswa yang membeli Oppo *Smartphone* per universitas hampir sama. Hal tersebut

dikarenakan jumlah sampel dalam penelitian ini 150 responden dan dibagi ke 4 universitas. Sedangkan sebagian besar mahasiswa yang membeli Oppo *Smartphone* berasal dari angkatan 2014.

4.2. Analisis Statistik Deskriptif

Dengan menggunakan rentang skala, peneliti dapat menentukan kategori dari 15 variabel dalam penelitian ini. Tabel 4.4 menunjukkan total skor, rata-rata skor dan kategori jawaban dari 150 responden terhadap 15 variabel dalam penelitian ini

Tabel 4.4.

Tanggapan Responden

No	Variabel	Frekuensi Jawaban					Total Skor	Rata-Rata	kategori
		STS	TS	N	S	SS			
1.	Kualitas baik	0	5	32	71	42			
	Total	0	10	96	284	210	600	4	Setuju
2.	Kamera bagus	0	4	23	60	63			
	Total	0	8	69	240	315	632	4,2	Setuju
3.	Murah	4	17	39	57	33			
	Total	4	34	117	228	165	548	3,7	Setuju
4.	Promo	27	33	51	24	15			
	Total	27	66	153	96	75	417	2,8	Netral
5.	<i>Beautify Recognition Technology</i>	10	21	51	44	24			
	Total	10	42	153	176	120	501	3,3	Netral
6.	Desain elegan	2	5	38	74	31			
	Total	2	10	114	296	155	577	3,8	Setuju
7.	Pengoperasian simpel	1	8	38	68	35			
	Total	1	16	114	272	175	578	3,9	Setuju
8.	Tertarik iklan	16	31	45	42	16			
	Total	16	62	135	168	80	461	3,1	Netral
9.	Rekomendasi	27	31	38	39	15			

	teman								
	Total	27	62	114	156	75	434	2,9	Netral
10.	Garansi <i>software</i> seumur hidup	18	27	59	28	18			
	Total	18	54	177	112	90	451	3	Netral
11.	<i>Fast charging</i>	3	15	39	57	36			
	Total	3	30	117	228	180	558	3,7	Setuju
12.	Baterai tahan lama	1	9	46	62	32			
	Total	1	18	138	248	160	565	3,8	Setuju
13.	RAM besar	2	12	46	45	45			
	Total	2	24	138	180	225	569	3,8	Setuju
14.	Bisa ditambah memori eksternal	7	9	50	51	33			
	Total	7	18	150	244	165	584	3,9	Setuju
15.	Sedang terkenal	16	28	39	46	21			
	Total	16	56	117	184	105	508	3,2	Netral

Sumber: data primer (2018)

a. Tanggapan responden terhadap kualitas baik

Responden menyatakan bahwa setuju kualitas produk Oppo *smartphone* baik, hal tersebut dibuktikan dengan rata-rata skor variabel kualitas baik sebesar 4. Skor tersebut menunjukkan responden setuju oleh kualitas produk Oppo *smartphone* baik, sesuai dengan kategori rentang skala.

b. Tanggapan responden terhadap kamera bagus

Responden menyatakan setuju bahwa Oppo *smartphone* mempunyai kamera yang bagus. Rata-rata skor pada variabel sebesar 4,2, hasil tersebut berada pada kategori setuju dalam rentang skala.

c. Tanggapan responden terhadap harga murah

Hasil rata-rata skor pada variabel murah adalah 3,7. Hasil tersebut berarti responden setuju terhadap pernyataan Oppo *smartphone* mempunyai harga yang murah.

d. Tanggapan responden terhadap promo yang ditawarkan

Responden netral terhadap promo yang ditawarkan oleh Oppo *smartphone* yang berupa cashback atau diskon di hari-hari besar tertentu seperti hari kemerdekaan. Hal ini terbukti dengan rata-rata skor variabel promo di tabel 4.4. menunjukkan angka 2,8.

e. Tanggapan responden terhadap fitur *beautify recognition technology*

Hasil rata-rata skor pada variabel *beautify recognition technology* adalah 3,3. Angka tersebut menunjukkan bahwa responden netral terhadap fitur *beautify recognition technology*, karena angka 3,3 termasuk dalam kategori netral dalam rentang skala.

f. Tanggapan responden terhadap desain yang elegan

Responden menyatakan setuju terhadap desain yang elegan pada produk Oppo *smartphone*. Skor rata-rata variabel desain elegan adalah 3,8. Angka tersebut masuk dalam kategori setuju.

g. Tanggapan responden terhadap pengoperasian Oppo *smartphone* yang simpel

Responden menyatakan setuju terhadap pengoperasian Oppo *smartphone* yang simpel, dapat dilihat pada tabel 4.4. hasil rata-rata skor menunjukkan nilai 3,9 dimana angka tersebut masuk dalam kategori setuju dalam rentang skala.

h. Tanggapan responden terhadap tertarik oleh iklan

Responden menyatakan netral oleh pernyataan bahwa tertarik oleh iklan, hasil rata-rata skor pada variabel ini hanya 3,1 sehingga variabel tertarik iklan masuk dalam kategori netral.

i. Tanggapan responden terhadap rekomendasi dari teman

Hasil rata-rata skor variabel rekomendasi dari teman hanya sebesar 2,9 sehingga variabel ini masuk dalam kategori netral. Dari hasil tersebut

dapat diartikan bahwa responden menyatakan netral terhadap pernyataan rekomendasi dari teman.

j. Tanggapan responden terhadap garansi *software* seumur hidup

Responden menyatakan netral terhadap garansi *software* seumur hidup yang ditawarkan oleh Oppo *smartphone* karena pada hasil rata-rata skor variabel ini hanya mempunyai nilai sebesar 3. Nilai tersebut masuk dalam kategori netral.

k. Tanggapan responden terhadap fitur *fast charging*

Responden dalam penelitian ini setuju terhadap fitur *fast charging* yang dimiliki oleh Oppo *smartphone*, hal tersebut dapat dilihat dari hasil rata-rata skor untuk variabel ini adalah 3,7

l. Tanggapan responden terhadap baterai yang tahan lama

Oppo *smartphone* mempunyai kapasitas baterai yang besar, oleh karena itu baterai Oppo *smartphone* dapat bertahan dalam waktu yang lama. Responden menyatakan setuju bahwa baterai Oppo *smartphone* bertahan lama karena hasil rata-rata skor variabel ini adalah 3,8 dan masuk dalam kategori setuju.

m. Tanggapan responden terhadap RAM yang besar

Responden menyatakan setuju bahwa Oppo *smartphone* mempunyai RAM yang besar, hal tersebut terbukti dengan hasil rata-rata skor sebesar 3,8 yang masuk dalam kategori setuju dalam rentang skala.

n. Tanggapan responden terhadap Oppo *smartphone* yang dapat ditambah memori eksternal

Hasil rata-rata skor untuk variabel dapat ditambah memori eksternal adalah 3,9. Angka tersebut termasuk dalam kategori setuju. Sehingga dapat diartikan bahwa responden setuju bahwa Oppo *smartphone* dapat ditambah memori eksternal.

o. Tanggapan responden terhadap Oppo *smartphone* yang sedang terkenal

Responden menyatakan netral terhadap Oppo *smartphone* yang sedang terkenal karena hasil dari rata-rata skor hanya sebesar 3,2.

4.3. Analisis Faktor

Untuk mengolah data analisis faktor pada penelitian ini, peneliti menggunakan alat bantu yaitu program *SPSS for windows* versi 22.

4.3.1. Uji *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) dan *Barlett's Test*

Berikut adalah Tabel yang berisi output spss KMO and Bartlett's Test:

Tabel 4.5.

KMO and Bartlett's Test

<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.</i>		,719
<i>Bartlett's Test of Sphericity</i>	<i>Approx. Chi-Square</i>	383,011
	<i>Df</i>	105
	<i>Sig.</i>	,000

Sumber : Data Primer (2018)

Berdasarkan tabel 4.5. dapat diketahui bahwa nilai *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO) adalah 0,719 yang berarti lebih besar dari 0,5 dan hasil signifikansi *barlett's test* yaitu 0,000 yang menunjukkan bahwa signifikansi jauh di bawah 0,05 maka variabel-variabel tersebut dapat di analisis lebih lanjut.

4.3.2. Uji *Measure of Sampling Adequacy* (MSA)

Nilai MSA masing-masing variabel didapatkan dengan melihat tabel *anti image matrices* pada bagian bagian *anti image correlation*. Sejumlah angka yang membentuk garis diagonal dan memiliki tanda "a" menandakan nilai atau besaran MSA sebuah variabel. MSA adalah suatu indeks perbandingan antara koefisien korelasi parsial untuk setiap variabel. MSA digunakan untuk mengukur kecukupan sampel. Berikut adalah tabel *Measure of Sampling Adequacy* (MSA)

Tabel 4.6.
Measure of Sampling Adequacy (MSA)

No Item	Variabel	Nilai MSA
1.	Kualitas baik	0,667
2.	Kamera bagus	0,612
3.	Murah	0,510
4.	Promo	0,579
5.	<i>Beautify Recognition Technology</i>	0,729
6.	Desain elegan	0,665
7.	Pengoperasian simpel	0,661
8.	Tertarik iklan	0,771
9.	Rekomendasi teman	0,717
10.	Garansi <i>software</i> seumur hidup	0,832
11.	<i>Fast charging</i>	0,796
12.	Baterai tahan lama	0,791
13.	RAM besar	0,778
14.	Bisa ditambah memori eksternal	0,714
15.	Sedang terkenal	0,785

Sumber: Data Primer (2018)

Berdasarkan hasil uji MSA dalam tabel 4.6. semua faktor dapat dianalisis lebih lanjut karena 15 variabel tersebut mempunyai nilai lebih dari 0,5. Variabel murah mempunyai nilai MSA yang terendah yaitu 0,510 sedangkan variabel dengan nilai MSA tertinggi yaitu variabel *fast charging* dengan nilai MSA sebesar 0,796

4.3.3. *Communalilty*

Communalilty adalah jumlah varians dari suatu variabel mula-mula yang bisa dijelaskan oleh faktor yang ada (Santoso, 2017). Semakin tinggi nilai *communalities* maka akan semakin kuat hubungan variabel

tersebut dengan faktor yang terbentuk, sebaliknya apabila nilai *communalities* kecil maka hubungan variabel tersebut dengan faktor yang terbentuk akan semakin lemah. Berikut tabel *communalities* dalam penelitian ini

Tabel 4.7.

Communalities

No	Variable	Initial	Extraction
1.	Kualitas baik	1	0,443
2.	Kamera bagus	1	0,661
3.	Murah	1	0,604
4.	Promo <i>cashback</i>	1	0,722
5.	<i>Beautify Technology Recognition</i>	1	0,677
6.	Desain elegan	1	0,360
7.	Pengoperasian simpel	1	0,535
8.	Tertarik iklan	1	0,591
9.	Rekomendasi teman	1	0,560
10.	Garansi <i>software</i> seumur hidup	1	0,431
11.	<i>Fast charging</i>	1	0,473
12.	Baterai tahan lama	1	0,449
13.	RAM besar	1	0,398
14.	Bisa ditambah memori eksternal	1	0,427
15.	Sedang terkenal	1	0,409

Sumber: Data Primer (2018)

Berdasarkan Tabel di atas, variabel promo menjadi variabel dengan nilai *communalities* tertinggi yaitu (0,722). Angka ini menunjukkan sekitar 72,2% varians dari variabel promo *cashback* dapat dijelaskan oleh faktor-faktor yang terbentuk. Sedangkan variabel yang memiliki nilai *communalities* terendah yaitu 0,360 yang berarti hanya 36%

varians dari variabel tersebut yang dapat dijelaskan oleh faktor yang akan terbentuk.

4.3.4. Menentukan Jumlah Faktor

Tabel 4.8.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of variance	Cumulative %	Total	% of variance	Cumulative %	Total	% of variance	Cumulative %
1	3,220	21,464	21,464	3,220	21,464	21,464	2,540	16,936	16,936
2	1,884	12,557	34,021	1,884	12,557	34,021	1,796	11,973	28,908
3	1,462	9,745	43,765	1,462	9,745	43,765	1,794	11,959	40,867
4	1,174	7,828	51,593	1,174	7,828	51,593	1,609	10,727	51,593
5	0,988	6,584	58,178						
6	0,950	6,331	64,509						
7	0,813	5,417	69,926						
8	0,738	4,923	74,848						
9	0,694	4,625	79,473						
10	0,658	4,388	83,861						
11	0,568	3,788	87,648						
12	0,506	3,376	91,025						
13	0,418	3,204	94,229						
14	0,466	3,104	97,333						
15	0,400	2,667	100,00						

Extraction method: Principal Component Analysis

Sumber: Data Primer (2018)

Untuk menentukan faktor yang terbentuk, digunakan metode *Principal Component analysis*. Hasil perhitungan pada tabel *extraction sum of squared loading* adalah rincian faktor, *eigenvalue* lebih besar atau sama dengan satu.

Banyaknya faktor yang masuk didasarkan pada nilai *eigenvalue* yang besarnya lebih besar atau sama dengan 1 (satu). Dengan kriteria tersebut diperoleh 4 faktor yang terpilih dan memberikan sumbangan sebesar 51,593% kumulatif varians. Hal tersebut berarti bahwa 4 faktor yang terbentuk dapat menjelaskan variabel-variabel yang mempengaruhi mahasiswa di Kota Semarang dalam membeli Oppo *smartphone*.

4.3.5. Scree Plot

Berikut adalah hasil output grafik *scree plot* yang diolah dengan alat bantu SPSS



Gambar 5.1. *Scree Plot*

Sumber: Data Primer (2018)

Grafik *scree plot* diatas menunjukkan jumlah faktor yang terbentuk dalam bentuk grafik. Berdasarkan gambar di atas menunjukkan arah garis menurun tajam pada faktor 1 ke faktor 2. Arah garis masih menurun pada angka 2 ke angka 3 begitupun pada angka 3 ke angka 4. Namun dapat diperhatikan pada faktor ke 4 ke 5 telah melewati batas angka eigenvalues pada sumbu Y. Maka, 4 faktor dinilai sudah paling optimal untuk merangkum total 15 variabel

4.3.6. Component Matrix

Berikut hasil output component matrix yang diolah menggunakan SPSS

Tabel 4.9.

Component Matrix

	<i>Component</i>			
	1	2	3	4
Kualitas baik	0,442	0,495	-0,042	0,027
Kamera bagus	0,334	0,561	-0,049	0,483
Murah	0,137	-0,140	0,746	0,097
Promo <i>cashback</i>	0,206	-0,602	0,488	0,281
<i>Beautify Recognition Technology</i>	0,474	-0,143	-0,142	0,642
Desain elegan	0,402	0,358	0,173	-0,201
Pengoperasian simpel	0,310	0,379	0,487	-0,241
Tertarik iklan	0,584	-0,458	0,195	-0,033
Rekomendasi teman	0,399	-0,466	-0,406	-0,138
Garansi software seumur hidup	0,564	-0,209	-0,008	-0,264
Fast charging	0,638	-0,005	-0,257	-0,002
Baterai tahan lama	0,617	0,039	-0,249	-0,066
RAM besar	0,492	0,271	0,107	0,267
Bisa ditambah memori eksternal	0,453	0,214	0,140	-0,395
Sedang terkenal	0,563	-0,240	-0,118	-0,141
<i>Extraction Method: Principal Component Analysis.</i>				
<i>a. 6 components extracted.</i>				

Sumber: Data Primer (2018)

Berdasarkan hasil pada tabel diatas dapat diketahui distribusi 15 variabel yang ada dalam penelitian ini pada empat faktor yang terbentuk. Dalam tabel tersebut, angka-angka yang ada di dalam tabel disebut *loading factor*. *Loading factor* akan menunjukkan besarnya

korelasi antara sebuah variabel dengan faktor pertama, faktor kedua, faktor ketiga dan faktor ke empat

Namun dalam Tabel 4.12. di atas nilai *loading factor* belum dapat menggambarkan variabel-variabel pembentuk faktor. Beberapa variabel memiliki nilai *loading factor* yang tidak jauh berbeda antara faktor satu dengan faktor lainnya. Beberapa variabel juga belum memiliki korelasi yang kuat, terlihat beberapa faktor memiliki nilai *loading factor* yang paling dominan bernilai dibawah 0,5. Untuk itu perlu dilakukan rotasi faktor yang bertujuan untuk memperjelas variabel-variabel yang masuk dalam faktor tertentu

4.3.7. Rotated Component Matrix

Berikut hasil output *Rotated Component Matrix* yang telah diolah menggunakan alat bantu SPSS

Tabel 4.10.
Rotated Component Matrix

	Component			
	1	2	3	4
Kualitas baik	0,115	0,461	0,424	-0,194
Kamera bagus	-0,112	0,779	0,166	-0,122
Murah	-0,142	0,006	0,270	0,715
Promo <i>cashback</i>	0,175	-0,010	-0,186	0,810
<i>Beautify Recognition Technology</i>	0,316	0,654	-0,309	0,232
Desain elegan	0,124	0,190	0,555	-0,027
Pengoperasian simpel	-0,066	0,097	0,698	0,183
Tertarik iklan	0,587	0,031	0,082	0,488
Rekomendasi teman	0,709	-0,084	-0,219	-0,049
Garansi software seumur hidup	0,594	-0,019	0,247	0,130
Fast charging	0,584	0,327	0,134	-0,082
Baterai tahan lama	0,562	0,288	0,189	-0,120
RAM besar	0,137	0,548	0,255	0,116
Bisa ditambah memori eksternal	0,291	0,008	0,585	-0,025
Sedang terkenal	0,619	0,068	0,111	0,094
Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization. a. Rotation converged in 8 iterations				

Sumber: Data Primer (2018)

Tabel diatas menunjukkan *Rotated Component Matrix*. Berikut ini adalah penggelompokan variabel-variabel ke dalam faktor dengan hasil rotasi yang telah dilakukan:

a. Faktor 1

Faktor pertama terdiri dari tertarik iklan (X8), rekomendasi teman (X9), garansi *software* seumur hidup (X10), *fast charging* (X11), baterai tahan lama (X12) dan sedang terkenal (X15). Apabila dilihat dari nilai *loading*-nya maka variabel rekomendasi teman (X9) yang paling berperan mempengaruhi mahasiswa di Kota Semarang dalam membeli *Oppo smartphone*.

b. Faktor 2

Faktor kedua terdiri dari Kamera bagus (X2), *Beautify recognition technology* (X5) dan RAM besar (X13). Apabila dilihat dari nilai *loading*-nya maka variabel kamera bagus (X2) yaitu sebesar 0,779 yang paling berperan mempengaruhi mahasiswa di Kota Semarang dalam membeli *Oppo smartphone*.

c. Faktor 3

Faktor ketiga terdiri dari Desain Elegan (X6), Pengoperasian simpel (X7), Bisa ditambah memori eksternal (X14). Apabila dilihat dari nilai *loading*-nya maka variabel pengoperasian simpel yang paling berperan mempengaruhi mahasiswa di Kota Semarang dalam membeli *Oppo smartphone*.

d. Faktor 4

Faktor ketiga terdiri dari murah (X3) dengan nilai *loading* sebesar 0,715 dan promo *cashback* (X4) dengan nilai *loading* sebesar 0,810

4.3.8. Penamaan Faktor

Berdasarkan variabel yang masuk ke dalam faktor-faktor yang terbentuk, tahap selanjutnya adalah pemberian nama faktor

Tabel 4.11.

Penamaan Faktor yang Terbentuk

Variabel yang membentuk faktor	Loading	Component	Nama faktor	Presentage of variance			
Rekomendasi teman Sedang terkenal Garansi <i>software</i> seumur hidup	0,709 0,619 0,594	Faktor 1	Rekomendasi teman, iklan dan keunggulan produk	21,464			
Tertarik iklan Fast charging Baterai tahan lama	0,587 0,584 0,562						
Kamera bagus <i>Beautify recognition technology</i> RAM besar	0,779 0,654 0,548				Faktor 2	Kamera bagus dan RAM besar	12,557
Pengoperasian simpel Bisa ditambah memori eksternal Desain elegan	0,698 0,585 0,555				Faktor 3		
Murah Promo <i>cashback</i>	0,715 0,810				Faktor 4	Harga dan Promo <i>cashback</i>	7,828

Sumber: Data Primer (2018)

a. Faktor Pertama

Faktor pertama terdiri dari variabel rekomendasi teman, sedang terkenal, garansi *software* seumur hidup, tertarik iklan, *fast charging* dan baterai tahan lama. Karena nama faktor harus mewakili variabel-variabel yang masuk dalam faktor tersebut maka nama faktor ini adalah rekomendasi teman, iklan dan keunggulan produk. Faktor rekomendasi teman, iklan dan keunggulan produk mempunyai *persentage of variance* sebesar 21,464%

b. Faktor Kedua:

Faktor kedua terdiri dari variabel kamera bagus, *Beautify recognition technology* dan RAM besar. Karena nama faktor harus

mewakili variabel-variabel yang masuk dalam faktor tersebut maka nama faktor kedua diberi nama kamera bagus dan RAM besar. Faktor kamera bagus dan RAM besar mempunyai *persentage of variance* sebesar 12,557%

c. Faktor Ketiga:

Faktor ketiga terdiri dari variabel pengoperasian simpel, bisa ditambah memori eksternal dan desain elegan. Karena nama faktor harus mewakili variabel-variabel yang masuk dalam faktor tersebut maka nama faktor yaitu pengoperasian produk dan desain. Faktor pengoperasian produk dan desain mempunyai *persentage of variance* sebesar 9,745%

d. Faktor keempat:

Faktor keempat dinamakan dengan faktor harga murah dan promo *cashback* karena dalam faktor ini terdapat variabel murah dan promo dimana promo berupa *cashback*.

