

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

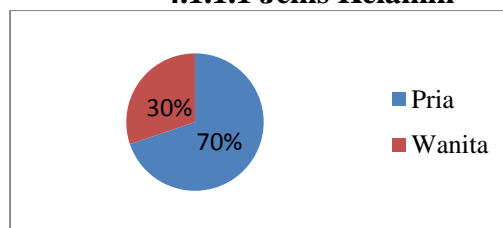
4.1 Deskripsi Data

Deskripsi data yang merupakan gambaran yang akan digunakan untuk proses selanjutnya yaitu menguji hipotesis. Hal ini dilakukan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan kondisi responden yang menjadi objek dalam penelitian ini dilihat dari karakteristik responden antara lain jenis kelamin, Usia, dan status. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara langsung kepada masyarakat yang memiliki mobil honda di Bandar Lampung. Jumlah Responden yang mengisi kuesioner sebanyak 102 responden. Berdasarkan ketetapan jumlah dan kriteria yang sudah di tentukan, maka sampel yang memenuhi syarat untuk diteliti adalah sebanyak 96 responden.

4.1.1. Karakteristik Responden

Sebelum mengisi pertanyaan mengenai pernyataan, responden terlebih dahulu mengisi beberapa pertanyaan yang berupa data pribadi. Data pribadi tersebut dipilih dengan menyesuaikan dengan latar belakang serta dibuat seefektif mungkin agar responden dalam mengisi kuesioner selanjutnya tetap dalam keadaan fokus. Data responden disajikan sebagai berikut:

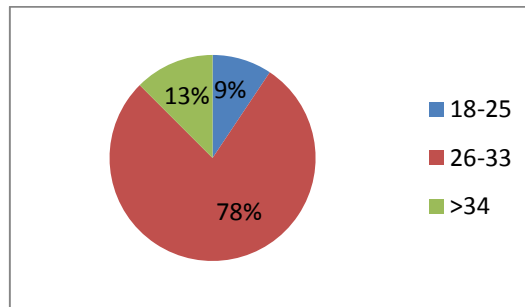
4.1.1.1 Jenis Kelamin



Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan data pribadi yang telah diisi oleh responden pada pertanyaan kuesioner yang memuat jenis kelamin responden, dapat diketahui bahwa responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini lebih didominasi oleh responden pria sebanyak 67 orang atau 69,8%, sedangkan responden dengan jenis kelamin wanita sebanyak 29 orang atau sebesar 30,2% dari total keseluruhan responden pada penelitian ini.

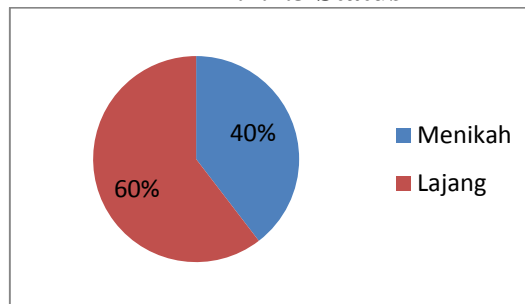
4.1.1.2 Usia



Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan data pribadi yang telah diisi oleh responden pada pertanyaan kuesioner yang memuat usia responden, dapat diketahui bahwa responden yang berpartisipasi berusia 18-25 tahun berjumlah 9 orang, responden yang berusia 26-33 tahun berjumlah 75 orang, dan responden yang berusia >34 tahun berjumlah 12 orang. Hal ini berarti bahwa responden mayoritas berumur 26-33 tahun.

4.1.1.3 Status



Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Status

Berdasarkan data pribadi yang telah diisi oleh responden pada pertanyaan kuesioner yang memuat status responden, dapat diketahui bahwa responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini lebih didominasi oleh responden berstatus lajang sebanyak 58 orang atau sebesar 60,4%, sedangkan responden berstatus menikah berjumlah 38 orang atau 39,6% dari total keseluruhan responden.

4.1.2 Karakteristik Jawaban Responden

Hasil penyebaran kuesioner kepada 96 responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1 Hasil Jawaban Responden Pada Variabel Harga (X₁)

No.	Pernyataan	Frekuensi Jawaban					Mean
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	
1	Harga mobil Honda sesuai dengan manfaat produk yang diharapkan konsumen	0	1	22	41	32	4.08
2	Harga mobil Honda beragam sesuai dengan kualitas merek yang diinginkan	0	1	16	51	28	4.10
3	Konsumen membeli mobil Honda karena harganya terjangkau	0	0	10	68	18	4.08
4	Harga mobil Honda sesuai dengan harga pasaran	0	0	3	58	35	4.33
5	Harga mobil Honda sesuai dengan kualitas dan merek produknya	0	1	18	48	29	4.09

Sumber: Data diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.1 hasil jawaban responden variabel Harga, dapat diketahui bahwa pernyataan yang paling tinggi direspon dengan jawaban setuju (S) adalah pada pernyataan nomor 3 sebanyak 68 orang dari total keseluruhan responden. Berdasarkan rata-rata nilai pada variabel *Illusion of control* secara keseluruhan adalah 4,14 sehingga dapat dikatakan bahwa sebagian besar responden menyatakan “Setuju” pada pertanyaan yang membahas tentang variabel Harga.

Tabel 4.2 Hasil Jawaban Responden Pada Variabel Kualitas Produk (X₂)

No.	Pernyataan	Frekuensi Jawaban					Mean
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	
1	Mobil Honda memiliki penampilan produk yang menarik	0	1	2	63	30	4.27
2	Mobil Honda cocok untuk segala masyarakat	0	0	8	55	33	4.26
3	Kualitas mobil Honda memiliki kesesuaian dengan yang ditawarkan melalui iklan	0	4	16	42	34	4.10
4	Mobil Honda aman digunakan karena sesuai dengan aturan Gaikindo	0	0	6	55	35	4.30
5	Mobil Honda tidak menimbulkan masalah pada saat berkendara	3	10	27	41	15	3.57
6	Konsumen selalu merasa nyaman setiap memakai mobil Honda	4	6	23	45	18	3.70
7	Produk mobil Honda memiliki jaminan asuransi yang lama	0	11	10	53	22	3.90
8	Desain mobil Honda unik	0	12	28	33	23	3.70
9	Warna mobil Honda menarik	0	0	26	49	21	3.95
10	Mobil Honda memiliki reputasi yang kuat bagi kalangan tertentu	0	0	7	61	28	4.22

Sumber: Data diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.2 hasil jawaban responden variabel Kualitas Produk, dapat diketahui bahwa pernyataan yang paling tinggi direspon dengan jawaban setuju (S) adalah pada pernyataan nomor 1 sebanyak 63 orang dari total keseluruhan responden. Berdasarkan rata-rata nilai pada variabel ini secara keseluruhan adalah 4,00 sehingga dapat dikatakan bahwa sebagian besar responden menyatakan “Setuju” pada pertanyaan yang membahas tentang variabel Kualitas Produk.

Tabel 4.3 Hasil jawaban responden pada variabel Keputusan Pembelian (Y)

No.	Pernyataan	Frekuensi Jawaban					Mean
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)	
1	Konsumen memilih produk mobil Wuling berdasarkan kualitas produk	0	1	22	43	30	4.06
2	Konsumen memilih produk mobil Wuling berdasarkan reputasi merek.	0	1	10	58	27	4.16
3	Konsumen memutuskan untuk membeli produk mobil Wuling di penyalur Dealer Wuling Bekasi Summarecon .	0	0	9	57	30	4.22
4	Konsumen memutuskan membeli mobil Wuling berdasarkan waktu pembelian sesuai dengan kebutuhan	0	4	9	47	36	4.20
5	Keragaman produk mempengaruhi konsumen dalam membeli mobil Wuling dengan jumlah yang banyak	0	0	8	55	33	4.26

Sumber: Data diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.3 hasil jawaban responden variabel Keputusan Pembelian, dapat diketahui bahwa pernyataan yang paling tinggi direspon dengan jawaban setuju (S) adalah pada pernyataan nomor 2 sebanyak 58 orang dari total keseluruhan responden. Berdasarkan rata-rata nilai pada variabel keputusan investasi secara keseluruhan adalah 4,18 sehingga dapat dikatakan bahwa sebagian besar responden menyatakan “Setuju” pada pertanyaan yang membahas tentang variabel Keputusan Investasi.

4.2 Hasil Uji Prasyarat Instrumen

4.2.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang diukur dan mengetahui apakah kuesioner yang diukur benar-benar valid. Berikut ini merupakan hasil uji validitas instrumen kuesioner:

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	Sig. (2-tailed)	Status
Harga	P1.1	0,000	Valid
	P1.2	0,000	Valid
	P1.3	0,000	Valid
	P1.4	0,000	Valid
	P1.5	0,000	Valid
Kualitas Produk	P2.1	0,002	Valid
	P2.2	0,000	Valid
	P2.3	0,000	Valid
	P2.4	0,002	Valid
	P2.5	0,000	Valid
	P2.6	0,000	Valid
	P2.7	0,000	Valid
	P2.8	0,000	Valid
	P2.9	0,000	Valid
	P2.10	0,000	Valid
Keputusan Pembelian	P3.1	0,000	Valid
	P3.2	0,000	Valid
	P3.3	0,000	Valid
	P3.4	0,000	Valid
	P3.5	0,000	Valid

Sumber: Data diolah 2021

Dari Tabel 4.4 diatas dapat dilihat bahwa hasil uji validitas dari seluruh variabel dinyatakan valid karena seluruh pernyataan menghasilkan Sig. (2-tailed) lebih kecil dari nilai alpha 5% maupun 10%.

4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Berikut ini merupakan hasil uji reliabilitas instrumen kuesioner:

Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	Reabilitas	Variabel
0,717	Tinggi	Harga (X1)
0,858	Sangat Tinggi	Kualitas Produk (X2)
0,671	Tinggi	Keputusan Pembelian (Y)

Sumber: Data diolah 2021

Berdasarkan hasil uji reliabilitas tabel 4.5 maka dapat disimpulkan bahwa instrument pernyataan tersebut telah memenuhi syarat reliabilitas dengan tingkat reliable tinggi data dapat dilihat pada lampiran.

4.3 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data

4.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas data memiliki tujuan untuk menguji variabel dependen dan independen dalam persamaan regresi bahwa keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Hasil uji normalitas menggunakan metode kolmogorov-smirnov adalah sebagai berikut :

Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
Kolmogorov-Smirnov Z	1,199
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,113

Sumber: Data diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui bahwa nilai signifikan adalah sebesar 0,113 dan lebih besar dari nilai alpha 5% maupun 10%, sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel berdistribusi Normal.

4.3.2 Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Pengolahan data dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistical Program and Service Solution*), dan diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.7 Hasil Uji Linieritas

Variabel	Sig. Linearity	Simpulan
Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	0,000	Linier
Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	0,000	Linier

Sumber: Data diolah 2021

Dari hasil perhitungan linieritas pada tabel 4.7 diatas dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi untuk keseluruhan variabel lebih kecil dari nilai alpha 5% maupun 10%, yang berarti data dari populasi tersebut linier.

4.3.3 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Independen). Metode regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel – variabel ini tidak ortogonal yaitu variabel independen yang nilai korelasi antara sesama variabel independen sama dengan nol. Uji Multikolinieritas diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	VIF	Simpulan
<i>Illusion of control</i> (X1)	1,756	Tidak ada gejala Multikolinieritas
<i>Optimisme</i> (X3)	1,750	Tidak ada gejala Multikolinieritas

Sumber: Data diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.8 hasil perhitungan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) juga menunjukkan hal yang sama tidak ada satu variabel Independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala multikolinieritas antara variabel independen dalam model regresi.

4.4 Hasil Analisis Data

4.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model persamaan linier berganda untuk menguji adanya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4.9 Hasil Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien	
	B	Std Error
Constant	5,335	1,336
Harga	0,319	0,082
Kualitas Produk	0,224	0,037

Sumber: Data diolah 2021

Berdasarkan tabel di atas dapat dibuat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 5,335 + 0,319 X_1 + 0,224 X_2$$

Persamaan tersebut menjelaskan bahwa:

a Koefisien Konstanta (Y)

Variabel (Y) atau dalam hal ini adalah Keputusan Pembelian akan bernilai tetap sebesar 5,335 jika dengan anggapan bahwa variabel lainnya konstan.

b Koefisien Harga (X1)

Setiap penambahan 1 satuan variabel Harga maka Keputusan Pembelian akan bertambah 0,319.

c Koefisien Kualitas Produk (X2)

Setiap penambahan 1 satuan variabel Kualitas Produk maka Keputusan Pembelian akan bertambah 0,224 satuan.

4.5 Hasil Uji Hipotesis

4.5.1 Uji t

Uji t digunakan untuk menguji signifikan level 0,05 ($\alpha = 5\%$), pengujian hipotesis melalui uji t pada penelitian ini mengenai Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y), dan Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Pengujian ini menunjukkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.10 Hasil Uji t

Variabel	T	Sig	Kondisi	Simpulan
Harga	3,889	0,000	Sig < Alpha	Berpengaruh positif signifikan
Kualitas Produk	6,100	0,000	Sig < Alpha	Berpengaruh positif signifikan

Sumber: Data diolah 2021

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4.10 maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

a Pengaruh Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Hasil perhitungan pada variabel Harga (X1) diperoleh nilai sig sebesar 0,000 sehingga $\text{sig} < 0,05$. Dengan demikian maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, atau Harga (X1) berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian (Y).

b Pengaruh Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Hasil perhitungan pada variabel Kualitas Produk (X2) diperoleh nilai sig sebesar 0,000 sehingga $\text{sig} < 0,05$. Dengan demikian maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, atau Kualitas Produk (X2) berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian (Y).

4.5.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan software SPSS menunjukkan besaran R^2 sebesar 0,782. Hal ini menandakan sebesar 78,2% Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variasi dua variabel independen yaitu Harga dan Kualitas Produk. Sedangkan 21,8% dijelaskan oleh faktor-faktor diluar variabel.

4.6 Pembahasan

4.6.1 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa Harga berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian, hal tersebut dibuktikan dari hasil uji statistik (Uji t) yang menunjukkan nilai sig lebih kecil dari nilai alpha. Pengaruh harga suatu produk sangat penting, jika harga rendah maka permintaan produk yang ditawarkan semakin meningkat dan jika harga produk semakin tinggi maka permintaan produk semakin rendah. Penetapan harga yang tepat akan mendapatkan perhatian besar dari konsumen, jika harga yang ditetapkan oleh perusahaan tepat dan sesuai dengan daya beli konsumen maka pemilihan suatu produk akan dijatuhkan pada produk tersebut. Perusahaan menetapkan harga karena disesuaikan dengan kualitas produk yang ada. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Winata *et al.* (2020) serta Atika (2020) yang mengemukakan hasil bahwa Harga suatu produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian.

4.6.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian, hal tersebut dibuktikan dari hasil uji statistik (Uji t) yang menunjukkan nilai sig lebih kecil dari nilai alpha. Kualitas Produk merupakan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan. Dapat disimpulkan bahwa Mobil Honda harus berusaha memuaskan konsumen mereka dengan menawarkan produk yang memiliki manfaat bagi konsumen. Seseorang yang membutuhkan suatu produk tersebut akan membayangkan manfaat suatu produk tersebut merupakan konsekuensi yang diharapkan konsumen ketika membeli dan menggunakan suatu produk. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Winata *et al.* (2020) serta Igir *et al.* (2018) yang mengemukakan hasil bahwa Harga suatu produk berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disajikan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam pembelian mobil Honda
2. Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dalam pembelian mobil Honda

5.2. Saran

1. Bagi Perusahaan

Saran bagi perusahaan produsen, perlunya menambah persepsi nilai yang positif kepada konsumen terutama pada peningkatan kualitas model serta menambah variasi dari mobil merek Honda tanpa melupakan kualitas, kenyamanan, serta harga yang sesuai. Karena kini telah banyak bermunculan merek-merek pesaing yang menawarkan produknya dengan model yang bervariasi.

2. Bagi Akademis dan Peneliti Lain

Dalam penelitian ini hanya meneliti Keputusan Pembelian berdasarkan persepsi Harga dan Kualitas Produk diharapkan kepada peneliti selanjutnya untuk dapat menambah variabel serta objek pengamatan yang lebih besar.