

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Deskriptif adalah untuk mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat simpulan yang berbentuk umum atau generalisasi. Dalam deskripsi data ini penulis akan menggambarkan kondisi responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini dilihat dari karakteristik responden antara lain :

4.1.1 Deskripsi karakteristik Responden

1. Umur Responden

Gambaran umum mengenai konsumen Toyota Fortuner berdasarkan umur pada saat pengambilan sampel adalah sebagai berikut :

Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah	Persentase
25 – 35 Tahun	30	30 %
36 – 45 Tahun	56	56 %
46 – 55 Tahun	14	14 %
Jumlah	100	100 %

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.1 diatas dapat diketahui bahwa proporsi paling besar adalah responden berusia 36-45 tahun sebanyak 56 (56%)

responden. Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen yang banyak menggunakan produk mobil Toyota Fortuner pada usia 36-45 tahun. Pada (Lampiran 4)

2. Tingkat Pendidikan Responden

Gambaran umum mengenai konsumen Toyota Fortuner berdasarkan tingkat pendidikan pada saat pengambilan sampel adalah sebagai berikut :

Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase
SMA	23	23 %
S1	26	26 %
S2	45	45 %
S3	9	9%
Jumlah	100	100 %

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.2 diatas dapat diketahui bahwa proporsi paling besar adalah responden berdasarkan tingkat pendidikan S1 sejumlah 26 (26%) responden. Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen yang banyak menggunakan produk mobil Toyota Fortuner berpendidikan S2. Pada (Lampiran 4)

3. Pekerjaan Responden

Gambaran umum mengenai konsumen Toyota Fortuner berdasarkan pekerjaan pada saat pengambilan sampel adalah sebagai berikut :

Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase
Wiraswasta	53	53 %
Karyawan Swasta	11	11 %
PNS	36	36 %
Jumlah	100	100 %

Sumber: data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat diketahui bahwa proporsi paling besar adalah responden yang masih sebagai Wiraswasta sejumlah 53 (53%) responden. Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen yang banyak menggunakan produk mobil Toyota Fortuner pada memiliki pekerjaan wiraswasta,. Pada (Lampiran 4)

4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden

1. Variabel Citra Merek

Tabel 4.4 Hasil Jawaban Responden Citra Merek (X)

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS(1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Produk Toyota Fortuner memiliki suspensi yang nyaman saat digunakan	22	22	48	48	24	24	6	6	0	0
2	Produk Toyota Fortuner memiliki kualitas sesuai dengan yang di harapkan konsumen	26	26	41	41	24	24	9	9	0	0
3	Produk Toyota Fortuner dapat digunakan untuk menempuh medan yang berat	15	15	40	40	33	33	12	12	0	0
4	Toyota Fortuner memiliki kapasitas penumpang yang memadai	18	18	42	42	31	31	9	9	0	0
5	Pelayanan service Toyota Fortuner terampil dan cepat	19	19	40	40	33	33	8	8	0	0
6	Pihak marketing perusahaan sangat ramah dan memahami kebutuhan konsumen	25	25	49	49	23	23	3	3	0	0
7	Harga second mobil Toyota Fortuner sangat setabil	22	22	41	41	29	29	8	8	0	0
8	Harga mobil Toyota Fortuner sudah sesuai dengan kualitas kenyamanan yang diberikan oleh toyota	20	20	39	39	34	34	7	7	0	0

Sumber: hasil data diolah tahun 2017

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui respon terhadap variabel Citra Merek. Pada hasil pernyataan mengenai Citra Merek yang memperoleh hasil paling tinggi terdapat pada pernyataan “setuju” yaitu sebesar 49% pada pernyataan 6 yaitu “Pihak marketing perusahaan sangat ramah dan memahami kebutuhan konsumen.” Sedangkan pernyataan mengenai Citra Merek yang menyatakan “setuju” paling rendah dengan nilai 39% terdapat pada pernyataan 8 yaitu “Harga mobil Toyota Fortuner sudah sesuai dengan kualitas kenyamanan yang diberikan oleh toyota”. Hasil olahan secara lengkap dapat dilihat pada (Lampiran 5).

2. Variabel Kualitas Produk

Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Produk Toyota Fortuner menambahkan cooler box untuk mempermudah	40	40	51	51	4	4	5	5	0	0
2	Pada bagian lampu Toyota Fortuner menggunakan teknologi Bi-Beam sehingga lebih mengekspresikan lampu kendaraan moderen	36	36	37	37	17	17	10	10	0	0
3	Kecil kemungkinan Toyota Fortuner mengalami masalah atau kerusakan berarti di awal penggunaan (jangka waktu 1 tahun)	20	20	44	44	17	17	19	19	0	0
4	Rangka dan bodi Toyota Fortuner dapat melindungi pengemudi saat terjadi kecelakaan	31	31	41	41	17	17	11	11	0	0
5	Dealer resmi Toyota menyediakan aplikasi THS yang dapat memudahkan saat terjadi	19	19	46	46	25	25	10	10	0	0

	kerusakan										
6	Pengendara dapat dengan mudah memperbaiki jika terjadi kerusakan ringan	26	26	44	44	21	21	9	9	0	0
7	Produk Toyota Fortuner dapat melaju dan bertahan di jalan yang memiliki kemiringan 45°	42	42	39	39	12	12	7	7	0	0
8	Produk Toyota Fortuner menggunakan teknologi dual VVT-i sehingga irit bahan bakar	30	30	34	34	17	17	19	19	0	0
9	Toyota Fortuner memiliki kabin yang luas dan dilengkapi dengan luxury interior sehingga terlihat elegan	29	29	45	45	14	14	12	12	0	0
10	Mobil Toyota Fortuner dapat melaju dimedan yang berat	28	28	40	40	20	20	12	12	0	0

Sumber: Data yang diolah tahun 2017

Berdasarkan tabel 4.5 dapat diketahui respon terhadap variabel Kualitas Produk. Pada hasil pernyataan mengenai Kualitas Produk yang memperoleh hasil paling tinggi terdapat pada pernyataan “setuju” memperoleh nilai paling tinggi sebesar 51 % pada pernyataan 1 yaitu “Produk Toyota Fortuner menambahkan cooler box untuk mempermudah”. Sedangkan pernyataan mengenai Kualitas Produk yang menyatakan “setuju” paling rendah dengan nilai 34% terdapat pada pernyataan 8 yaitu “Produk Toyota Fortuner menggunakan teknologi dual VVT-i sehingga irit bahan bakar”. Hasil olahan secara lengkap dapat dilihat pada (Lampiran 5).

3. Variabel Keputusan Pembelian

Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Jenis dan kegunaan produk toyota Fortuner memiliki ciri khas tersendiri sehingga terlihat menarik	23	23	43	43	28	28	6	6	0	0
2	Perbedaan produk Toyota Fortuner dengan produk mobil lainya terletak pada design bentuk yang lebih menarik	22	22	44	44	27	27	7	7	0	0
3	Produk Toyota Fortuner mempunyai keunggulan yang terletak pada mesin 2TR-FE yang memiliki akselerasi tinggi	16	16	43	43	31	31	10	10	0	0
4	Produk Toyota Fortuner memiliki fungsi sebagai alat berkendara yang handal di segala medan dengan di dukung suspensi yang nyaman	19	19	45	45	29	29	7	7	0	0
5	Auto 2000 memberikan pilihan type yang sesuai dengan keinginan konsumen	24	24	48	48	24	24	4	4	0	0
6	Auto 2000 sebagai dealer resmi produk Toyota Fortuner selalu memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan	17	17	41	41	31	31	11	11	0	0
7	Perusahaan selalu menyediakan produk terbaru yang baru di iklankan di televise	32	32	37	37	20	20	9	9	2	2
8	Perusahaan mendistribusikan produk di dealer auto 2000 jumlah stock produk Toyota Fortuner selalu tersedia sehingga konsumen tidak kecewa	38	38	34	34	17	17	11	11	0	0

9	Produk Toyota Fortuner banyak terjual pada saat lounching produk terbaru	27	27	34	34	26	26	12	12	1	1
10	Produk Toyota Fortuner banyak terjual pada saat akhir tahun	24	24	38	38	25	25	13	13	0	0
11	Pembayaran Toyota Fortuner dengan cara tunai mendapatkan cash back 5%	32	32	32	32	22	22	13	13	1	1
12	Pembayaran Toyota Fortuner dengan cara kredit memudahkan konsumen yang belum memiliki uang cukup	24	24	41	41	26	26	7	7	2	2

Sumber: Data yang diolah tahun 2017

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui respon terhadap variabel Keputusan Pembelian. Pada hasil pernyataan mengenai Keputusan Pembelian yang memperoleh hasil paling tinggi terdapat pada pernyataan Pada hasil “setuju” memperoleh nilai paling tinggi sebesar 48% pada pernyataan 5 yaitu “Auto 2000 memberikan pilihan type yang sesuai dengan keinginan konsumen”. Sedangkan pernyataan mengenai Keputusan Pembelian yang menyatakan “setuju” paling rendah dengan nilai 32% terdapat pada pernyataan 11 yaitu “Pembayaran Toyota Fortuner dengan cara tunai mendapatkan cash back 5%”. Hasil olahan secara lengkap dapat dilihat pada (Lampiran 5).

4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

4.2.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas diujikan pada 30 responden karena lebih mendekati kurva normal yang dilakukan menggunakan korelasi product moment.

**Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Angket Citra Merek
(X1)**

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kondisi	Keterangan
Pernyataan 1	0,509	0,361	r _{hitung} > r _{tabel}	Valid
Pernyataan 2	0,616	0,361	r _{hitung} > r _{tabel}	Valid
Pernyataan 3	0,677	0,361	r _{hitung} > r _{tabel}	Valid
Pernyataan 4	0,584	0,361	r _{hitung} > r _{tabel}	Valid
Pernyataan 5	0,561	0,361	r _{hitung} > r _{tabel}	Valid
Pernyataan 6	0,591	0,361	r _{hitung} > r _{tabel}	Valid
Pernyataan 7	0,621	0,361	r _{hitung} > r _{tabel}	Valid
Pernyataan 8	0,486	0,361	r _{hitung} > r _{tabel}	Valid

Sumber: Hasil data diolah tahun 2017

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, menunjukkan hasil pengujian yang valid untuk 8 butir pernyataan. Hal ini dapat dilihat dari koefisien korelasi product momen lebih besar dari r tabel. Nilai tertinggi koefisien product moment sebesar 0,677 pada pernyataan ke 3 yaitu “Produk Toyota Fortuner dapat digunakan untuk menempuh medan yang berat”. Dan nilai terkecil koefisien product moment sebesar 0,509 pada pernyataan ke 1 yaitu “Produk Toyota Fortuner memiliki suspensi yang nyaman saat digunakan”. Hasil olahan lebih lengkap dapat dilihat pada (Lampiran 6).

**Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Angket Kualitas
Produk (X2)**

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kondisi	Keterangan
Pernyataan 1	0,588	0,361	r _{hitung} > r _{tabel}	Valid
Pernyataan 2	0,433	0,361	r _{hitung} > r _{tabel}	Valid
Pernyataan 3	0,630	0,361	r _{hitung} > r _{tabel}	Valid
Pernyataan 4	0,684	0,361	r _{hitung} > r _{tabel}	Valid
Pernyataan 5	0,551	0,361	r _{hitung} > r _{tabel}	Valid
Pernyataan 6	0,491	0,361	r _{hitung} > r _{tabel}	Valid
Pernyataan 7	0,542	0,361	r _{hitung} > r _{tabel}	Valid
Pernyataan 8	0,598	0,361	r _{hitung} > r _{tabel}	Valid
Pernyataan 9	0,553	0,361	r _{hitung} > r _{tabel}	Valid
Pernyataan 10	0,771	0,361	r _{hitung} > r _{tabel}	Valid

Sumber: Hasil data diolah tahun 2017

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, menunjukkan hasil pengujian yang valid untuk 10 butir pernyataan. Hal ini dapat dilihat dari koefisien korelasi product moment lebih besar dari r_{tabel}. Nilai tertinggi koefisien korelasi product moment sebesar 0,771 pada pernyataan ke 10 yaitu “Mobil Toyota Fortuner dapat melaju dimedan yang berat”. Dan nilai terkecil koefisien korelasi product moment sebesar 0,433 pada pernyataan ke 2 yaitu “Pada bagian lampu Toyota Fortuner menggunakan teknologi Bi-Beam sehingga lebih mengekspresikan lampu kendaraan moderen”. Hasil olahan lebih lengkap dapat dilihat pada (Lampiran 6).

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Angket Keputusan pembelian (Y)

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kondisi	Keterangan
Pernyataan 1	0,616	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 2	0,616	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 3	0,602	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 4	0,716	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 5	0,362	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 6	0,602	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 7	0,716	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 8	0,507	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 9	0,503	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 10	0,558	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 11	0,558	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Pernyataan 12	0,381	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber: Hasil data diolah tahun 2017

Berdasarkan tabel 4.9 diatas, menunjukkan hasil pengujian yang valid untuk 12 butir pernyataan. Hal ini dapat dilihat dari koefisien korelasi product moment lebih besar dari r tabel. Nilai tertinggi koefisien korelasi product moment sebesar 0,716 pada pernyataan 4 dan 7 yaitu “Produk Toyota Fortuner memiliki fungsi sebagai alat berkendara yang handal di segala medan dengan di dukung suspensi yang nyaman” Dan “Perusahaan selalu menyediakan produk terbaru yang baru di iklankan di televisi”, nilai terkecil koefisien korelasi product moment sebesar 0,362 pada pernyataan ke 5 yaitu “Auto 2000 memberikan pilihan type

yang sesuai dengan keinginan konsumen” .Hasil olahan lebih lengkap dapat dilihat pada (lampiran 6).

4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi respon dalam memberikan jawaban sehingga kesungguhan dari respon dapat dipercaya untuk apakah data reliable atau tidak dilakukan dengan tehnik *Alpha cronbach*, yang dibantu dengan program SPSS 2.1. hasil pengujian reliabilitas menggunakan tingkat keyakinan 95% = 0,05.

r korelasi product moment:

Koefisien r	Kategori
0,8000 – 1,0000	Sangat tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang/Cukup
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat rendah

Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Koefisien r	Keterangan
1	Citra Merek (X1)	0,716	0,790 berada di antara 0,6000 – 0,7999	Tingkat Reliabel Tinggi
2	Kualitas Produk (X2)	0,765	0,790 berada di antara 0,6000 – 0,7999	Tingkat Reliabel Tinggi
3	Keputusan Pembelian (Y)	0,804	0,822 berada di antara 0,8000 – 1,0000	Tingkat Reliabel Sangat Tinggi

Sumber: Hasil data diolah tahun 2017

Berdasarkan hasil uji reliabilitas tabel 4.10 nilai cronbach's alpha sebesar 0,716 untuk variabel Citra Merek (X1) dengan tingkat reliabel tinggi. 0,765 untuk variabel Kualitas Produk (X2) dengan tingkat reliabel tinggi. dan 0,804 untuk variabel keputusan pembelian (Y) yang artinya tingkat reliabel sangat tinggi. Hasil olahan lebih lengkap dapat dilihat pada (Lampiran 7).

4.3 Uji Persyaratan Analisis Data

4.3.1 Hasil Uji Normalitas

Untuk mengetahui data normal atau mendekati normal bisa dilakukan dengan uji Kolmogorov-Smirnov^a dan Shapiro-Wilk tidak signifikan pada ($p > 0,05$). Dengan kata lain residual berdistribusi normal.

Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov

Variabel	Sig.	Alpha	Kondisi	Keterangan
Citra Merek	0,111	0,025	Sig > Alpha	Normal
Kualitas Produk	0,501	0,025	Sig > Alpha	Normal
Keputusan Pembelian	0,714	0,025	Sig > Alpha	Normal

Sumber : hasil data di olah tahun 2017

Berdasarkan tabel 4.11 diatas, menunjukkan bahwa Citra Merek (X1) One-Sample Kolmogorov Test-Smirnov dengan tingkat signifikan diperoleh $0,111 > 0,025$ maka data berasal dari populasi berdistribusi normal. Nilai untuk Kualitas Produk (X2) dengan tingkat signifikan diperoleh $0,501 > 0,025$ maka berasal dari populasi berdistribusi normal. Nilai untuk keputusan pembelian (Y) dengan tingkat signifikan diperoleh data $0,714 > 0,025$ maka data berasal dari populasi berdistribusi normal. Hasil olahan lebih lengkap dapat dilihat pada (Lampiran 8).

4.3.2 Hasil Uji Homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui apakah data sampel yang diambil dari populasi bervariasi homogen atau tidak. Hasil uji tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 4.12 Hasil Uji Homogenitas

Test of Homogeneity of Variances				
	Sig.	Alpha	Kondisi	Keterangan
Citra Merek	0,088	0,05	Sig > Alpha	Homogen
Kualitas Produk	0,795	0,05	Sig > Alpha	Homogen

Sumber : Data diolah pada tahun 2017

Berdasarkan tabel 4.12 hasil perhitungan *test of homogeneity of variances* didapat nilai Sig 0,088 (Citra Merek) dan Sig 0,795 (Kualitas Produk) yang menunjukkan nilai Sig > dari 0,05 maka H_0 diterima yang menyatakan varians semua populasi bersifat homogenitas. Hasil olah data dapat dilihat pada (Lampiran 9).

4.3.2 Hasil Uji Linieritas

Tabel 4.13 Hasil Uji Linieritas

Variabel	F_{hitung}	F_{tabel}	Kondisi	Keterangan
Citra Merek	0,577	3,09	$F_{hitung} < F_{tabel}$	Linier
Kualitas Produk	1,411	3,09	$F_{hitung} < F_{tabel}$	Linier

Sumber: Hasil data diolah tahun 2017

Variabel Citra Merek, Keputusan Pembelian:

Berdasarkan tabel 4.13 dari hasil perhitungan ANOVA tabel didapat nilai sig 0,855 sedangkan nilai alpha 0,05 artinya Sig > Alpha dan nilai F_{hitung}

0,577 sedangkan $F_{\text{tabel}} 3,09$ yang artinya $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima yang menyatakan model regresi berbentuk linier. Hasil olahan lebih lengkap dapat dilihat pada (lampiran 10).

Variabel Kualitas Peroduk, Keputusan Pembelian :

Berdasarkan tabel 4.13 dari hasil perhitungan ANOVA tabel didapat nilai sig 0,153 sedangkan nilai alpha 0,05 artinya $\text{Sig} > \text{Alpha}$ dan nilai $F_{\text{hitung}} 1,411$ sedangkan $F_{\text{tabel}} 3,09$ yang artinya $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima yang menyatakan model regresi berbentuk linier. Hasil olahan lebih lengkap dapat dilihat pada (Lampiran 10).

4.4 Hasil Analisis Data

4.4.1 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Berdasarkan pengolahan data dengan menggunakan spss 21 diperoleh output sebagai berikut:

Tabel 4.14

Hasil Uji Model summary

R	R Square
0,604 ^a	0,365

a. Predictor: (Constant), Kualitas Peroduk, Citra Merek

Sumber: Hasil data diolah tahun 2017

Dari tabel 4.14 diatas, diperoleh nilai koefisien determinan R Square sebesar 0,365 (36,5%) Keputusan Pembelian (Y) dipengaruhi Citra Merek (X1) dan Kualitas Produk (X2), dan sisanya 63,5% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lainnya. Sedangkan hubungan citra merek

dan kualitas produk secara bersama terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 0,604 (60,4%).

Tabel 4.15

Hasil Perhitungan Coefficients^a

	B
(Constant)	15,351
Citra Merek	0,726
Kualitas Peroduk	0,213

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil data diolah tahun 2017

Dari tabel 4.15 diatas merupakan hasil perhitungan regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS 21.0. Diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut :

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa :

$$Y = 15,351 + 0,726 (X1) + 0,213 (X2)$$

1. Koefisien konstanta (Y)

Variabel (Y) atau dalam hal ini adalah Keputusan Pembelian tetap sebesar 15,351 dengan anggapan bahwa variabel lainnya konstan.

2. Citra Merek (X1)

Setiap penambahan 1 satuan variabel Citra Merek (X₁) maka Keputusan Pembelian (Y) akan bertambah sebesar 0,723 satuan.

3. Kualitas Peroduk (X2)

Setiap penambahan 1 satuan variabel Kualitas Peroduk (X_2) maka Keputusan Pembelian (Y) akan bertambah sebesar 0,213 satuan.

4.5 Pengujian Hipotesis

4.5.1 Hasil Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen secara individual atau dengan kata lain menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara parsial dalam menerangkan variabel independen.

1. Pengaruh Citra Merek (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) mobil Fortuner di Auto 2000 Raden Intan Bandar Lampung

Tabel 4.16
Hasil Perhitungan Coefficients^a

Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Kondisi	Keterangan
Citra Merek	7,149	1,667	$t_{hitung} < t_{tabel}$	H_0 ditolak atau H_a diterima

Sumber: Hasil data diolah tahun 2017

Berdasarkan tabel 4.16 didapat perhitungan pada Citra Merek (X_1) diperoleh nilai t hitung sebesar 7,149 sedangkan nilai t tabel dengan dk ($dk=100-2=98$) adalah 1,660 jadi t hitung ($7,149$) $>$ t tabel ($1,660$), dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga di simpulkan bahwa Citra Merek (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada mobil Fortuner di Auto 2000 Raden Intan Bandar Lampung

2. Pengaruh Kualitas Peroduk (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada mobil Fortuner di Auto 2000 Raden Intan Bandar Lampung.

Tabel 4.17
Hasil Perhitungan Coefficients^a

Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Kondisi	Keterangan
Kualitas Peroduk	2,499	1,667	$t_{hitung} < t_{tabel}$	H_0 ditolak atau H_a diterima

Sumber: Hasil data diolah tahun 2017

Berdasarkan tabel diatas didapat perhitungan pada variabel Kualitas Peroduk (X_2) diperoleh nilai t hitung sebesar 2,499 sedangkan nilai t tabel dengan dk ($dk=100-2=98$) adalah 1,660 jadi t hitung (2,499) > t tabel (1,660), dengan demikian H_0 ditolak dan H_a di terima sehingga disimpulkan bahwa Kualitas Peroduk (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada mobil Fortuner di Auto 2000 Raden Intan Bandar Lampung

4.5.2 Hasil Uji F

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji F, untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu Citra Merek dan Kualitas Produk (X) secara bersama-sama (secara simultan) terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian (Y).

Tabel 4.19
Hasil Uji Anova

Variabel	F_{hitung}	F_{tabel}	Kondisi	Keterangan
Citra Merek, Kualitas Produk	2,499	1,667	$F_{hitung} < F_{tabel}$	H_0 ditolak atau H_a diterima

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas Peroduk, Brand Image

Sumber: Hasil data diolah tahun 2017

Berdasarkan tabel 4.18 dari hasil pengujian Anova dipakai untuk menggambarkan tingkat pengaruh antara variabel Citra Merek (X1) dan Kualitas Produk (X2) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y) secara bersama-sama. Untuk menguji F dengan tingkat kepercayaan 95% atau alpha 5% dan derajat kebebasan pembilang sebesar $k - 1 = 2$ dan derajat kebebasan penyebut sebesar $n-k= 100-3=97$ sehingga diperoleh F tabel sebesar 3,09 dan F hitung 27,915.

Berdasarkan hasil analisis data, maka diperoleh F_{hitung} sebesar 27,915 sedangkan nilai F_{tabel} ($\alpha 0,05$) sebesar 3,09. Dengan demikian $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, dan H_a diterima. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Citra Merek (X1) dan Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian Toyota Fortuner.

4.6 Pembahasan

Berdasarkan hasil kuisisioner, responden dalam penelitian ini sebagian besar adalah dengan *range* usia 36-45, dan berpendidikan S2 dengan pekerjaan sebagai wiraswastawan. Dan semua responden memiliki kendaraan Toyota Fortuner.

4.6.1 Pengaruh Citra Merek (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan pengujian hipotesis secara parsial diperoleh hasil citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sehingga semakin baik citra merek dari Fortuner maka akan meningkatkan keputusan pembelian namun sebaliknya jika citra merek berkurang maka pembeli mobil Toyota Fortuner di Bandar Lampungpun ikut berkurang. Hasil penelitian ini juga di dukung atau sejalan dengan (D Syaputra, M EDWAR 2013) yang menyatakan bahwa citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian sesuai dengan hasil penelitian yang diteliti. Karena semakin baik citra merek yang dimiliki suatu produk

maka minat konsumen untuk melakukan keputusan pembelian semakin meningkat.

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

Berdasarkan pengujian hipotesis secara parsial diperoleh hasil kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sehingga semakin baik kualitas produk dari Fortuner maka akan meningkatkan keputusan pembelian namun sebaliknya jika kualitas produk menurun maka pembeli mobil Toyota Fortuner di Bandar Lampungpun ikut menurun. Hasil penelitian ini juga di dukung atau sejalan dengan (Nugraha, Ady. 2015) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sesuai dengan hasil penelitian yang diteliti. Karena dengan kualitas produk yang baik akan dapat menarik minat konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

4.6.3 Pembahasan Hasil Hipotesis Citra Merek (X1) Kualitas Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan pengujian hipotesis secara simultan diperoleh hasil citra merek dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sehingga semakin baik citra merek dan kualitas produk dari Fortuner maka akan meningkatkan keputusan pembelian namun sebaliknya jika citra merek dan kualitas produk menurun maka pembeli mobil Toyota Fortuner di Bandar Lampungpun ikut menurun. Hasil penelitian ini juga di dukung atau sejalan dengan teori menurut Tjiptono (2011, p.25) yaitu keputusan pembelian konsumen adalah pemilihan satu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. (Ervangga, Fervangga. 2016) yang menyatakan bahwa citra merek dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sesuai dengan hasil penelitian yang diteliti. Karena citra merek dan kualitas produk merupakan salah satu faktor yang mendukung terjadinya keputusan pembelian yang dilakukan konsumen.