

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Deskripsi data digunakan untuk menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat simpulan yang berbentuk umum atau generalisasi. Deskripsi data dalam penelitian ini penulis mendeskripsikan kondisi responden yang menjadi sampel dilihat dari karakteristik responden. Berikut data dari penelitian ini:

4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden

Deskripsi karakteristik responden digunakan untuk mengetahui karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan berikut data responden.

1. Jenis Kelamin Responden

Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin digunakan untuk mengetahui gambaran umum mengenai konsumen yang menggunakan Mobil Chevrolet yang menjadi responden dalam penelitian ini berdasarkan jenis kelamin. Berikut hasil deskripsi perhitungan jumlah responden berdasarkan jenis kelamin :

Tabel 4.1

Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	63	79%
Perempuan	17	21%
Jumlah	80	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.1 diatas dapat diketahui bahwa proporsi paling besar adalah responden yang menggunakan Mobil Chevrolet didominasi responden berjenis kelamin Laki-Laki sebanyak 63 orang atau dengan persentase 79% dari total keseluruhan responden yang menjadi sampel penelitian.

2. Usia Responden

Deskripsi responden berdasarkan usia digunakan untuk mengetahui gambaran umum mengenai konsumen yang menggunakan di Mobil Chevrolet yang menjadi responden dalam penelitian ini berdasarkan usia. Berikut hasil deskripsi perhitungan jumlah responden berdasarkan usia :

Tabel 4.2
Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
30-40	21	25.9%
41-50	43	53.1%
51-60	12	16.0%
61-70	4	4.9%
Jumlah	80	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.2 diatas dapat diketahui bahwa proporsi paling besar adalah responden yang menggunakan Mobil Chevrolet didominasi responden berusia 41-50 sebanyak 43 orang atau dengan persentase 53.1% dari total keseluruhan responden yang menjadi sampel penelitian.

3. Tingkat Pendidikan Responden

Deskripsi responden berdasarkan tingkat pendidikan responden digunakan untuk mengetahui gambaran umum mengenai konsumen yang menggunakan Mobil Chevrolet yang menjadi responden dalam

penelitian ini berdasarkan tingkat pendidikan. Berikut hasil deskripsi perhitungan jumlah responden berdasarkan tingkat pendidikan responden :

Tabel 4.3
Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase
SD	0	0 %
SMP	1	1.2 %
SMA/SMK	30	38.3 %
D3	20	24.7 %
S1	28	34.6 %
S2	1	1.2 %
Jumlah	80	100 %

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat diketahui bahwa proporsi paling besar adalah responden yang menggunakan produk Mobil Chevrolet didominasi responden dengan tingkat pendidikan SMA/SMK sebanyak 30 orang atau dengan persentase 38.3% dari total keseluruhan responden yang menjadi sampel penelitian.

4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden

Deskripsi jawaban responden digunakan untuk melihat jawaban responden berdasarkan variabel Kualitas Produk dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Chevrolet berikut data jawaban responden berdasarkan variabel:

1. Variabel Kualitas Produk

Deskripsi responden berdasarkan variabel Kualitas Produk digunakan untuk mengetahui gambaran umum konsumen Mobil Chevrolet yang menjadi responden dalam penelitian ini berdasarkan variabel Kualitas

Produk. Berikut hasil deskripsi perhitungan jumlah jawaban responden berdasarkan variabel Kualitas Produk:

Tabel 4.4 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	Mobil Chevrolet mempunyai tampilan, bentuk, ukuran dan model yang bagus/ <i>good looking</i> dan sesuai dengan keinginan	3	3.7	38	46.9	35	43.2	2	2.5	3	3.7
2	Mobil Chevrolet memiliki masa/ umur ekonomis selama bertahun-tahun	0	0	40	49.4	19	23.5	19	23.5	3	3.7
3	Mobil Chevrolet memiliki spesifikasi yang sesuai dengan brosur	0	0	14	17.3	31	38.3	32	39.5	4	4.9
4	Mobil Chevrolet memiliki teknologi yang canggih, misalnya tombol Hill Decent Control untuk mengontrol kecepatan saat mobil berada di atas bukit. Dan tidak pernah ada gagal produksi.	18	22.2	43	53.1	14	17.3	6	7.4	0	0
5	Teknologi yang ada dalam sebuah mobil Chevrolet sesuai dengan spesifikasi dan dapat digunakan sesuai dengan fungsinya tanpa kendala.	8	9.9	32	39.5	36	44.4	5	6.2	0	0

6	Mobil Chevrolet memberikan kesan positive kepada pengguna	4	4.9	32	39.5	36	44.4	5	6.2	0	0
7	Ada petugas CRO/ Costumer Relation Officer yang membantu atas kendala yang dialami oleh pengguna mobil Chevrolet	8	9.9	36	44.4	29	35.8	7	8.6	1	1.2
8	Jika ada kendala yang dialami mobil Chevrolet, mekanik akan cepat tanggap dalam memperbaiki mobil	11	13.6	39	48.1	9	11.1	10	12.3	12	14.8

Sumber: Hasil data diolah tahun 2018

Deskripsi jawaban responden untuk melihat jawaban responden berdasarkan variabel Kualitas Produk berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui respon terhadap Variabel Kualitas Produk. Mengenai jawaban “sangat setuju” responden yang memperoleh hasil paling tinggi terdapat pada pernyataan 4 dengan jumlah responden 18 orang dengan item pernyataan “ Mobil Chevrolet memiliki teknologi yang canggih, misalnya tombol Hill Decent Control untuk mengontrol kecepatan saat mobil berada di atas bukit ” Mengenai jawaban responden “Sangat Tidak Setuju” yang memperoleh hasil paling tinggi terdapat pada pernyataan 8 dengan jumlah responden 12 orang dengan item pernyataan “ Jika ada kendala yang dialami mobil Chevrolet, mekanik akan cepat tanggap dalam memperbaiki mobil “

2. Variabel Persepsi Konsumen

Deskripsi responden berdasarkan variabel Persepsi Konsumen digunakan untuk mengetahui gambaran umum mengenai Konsumen Mobil Chevrolet yang menjadi responden dalam penelitian ini berdasarkan variabel Persepsi Konsumen. Berikut hasil deskripsi perhitungan jumlah jawaban responden berdasarkan variabel Persepsi Konsumen:

Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden Variabel Persepsi Konsumen

NO	Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Chevrolet memberikan garansi mesin tanpa batasan kilometer dan memiliki kualitas dengan tingkat bintang EURO NCAP.	8	9.9	36	44.4	14	17.3	13	16.0	10	12.3
2	Mobil Chevrolet merupakan mobil produksi Amerika yang memiliki ketahanan mesin yang bagus namun memiliki harga jual yang cenderung turun drastis jika mobil dijual kembali	6	7.4	35	43.2	12	14.8	16	19.8	12	14.8
3	Mobil Chevrolet memiliki performa mesin yang baik, dengan tingkat keamanan yang tinggi.	11	13.6	39	48.1	9	11.1	10	12.3	12	14.8

2	Mobil Chevrolet memiliki citra (<i>image</i>) yang baik	10	12.3	24	29.6	25	30.9	17	21.0	5	6.2
3	Mobil Chevrolet memberikan garansi 3 tahun pada mesin yang digunakan	16	19.8	35	43.2	22	27.2	7	8.6	1	1.2
4	Dalam transaksi pembelian unit mobil Chevrolet, memberikan banyak pilihan metode cara pembayaran	8	9.9	39	48.1	24	29.6	7	8.6	3	3.7

Sumber: Hasil data diolah tahun 2018

Deskripsi jawaban responden untuk melihat jawaban responden berdasarkan variabel Keputusan Pembelian berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui respon terhadap variabel Keputusan Pembelian. Mengenai jawaban “sangat setuju” responden yang memperoleh hasil paling tinggi terdapat pada pernyataan 3 dengan jumlah responden 16 orang dengan item pernyataan “Mobil Chevrolet memberikan garansi 3 tahun pada mesin yang digunakan” untuk variabel “sangat tidak setuju” responden yang memperoleh hasil paling tinggi terdapat pada pernyataan 2 dengan jumlah responden 5 orang dengan item pernyataan “ Mobil Chevrolet memiliki citra (*image*) yang baik ”.

4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

Uji persyaratan instrumen digunakan untuk melihat apakah pengujian hipotesis dapat dilanjutkan atau tidak. Berikut hasil uji validitas dan uji reliabilitas dalam penelitian ini.

1.2.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menentukan seberapa valid suatu item pernyataan mengukur variabel yang diteliti. Uji validitas dalam penelitian ini

menggunakan 30 responden beriku hasil perhitungan uji validitas dalam penelitian ini:

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Angket Variabel Kualitas Produk (X1)

Pernyataan	Sig	Alpha	Kondisi	Keterangan
	Sig	0,05		
Pernyataan 1	0,005	0,05	Sig < Alpha	Valid
Pernyataan 2	0,002	0,05	Sig < Alpha	Valid
Pernyataan 3	0,048	0,05	Sig < Alpha	Valid
Pernyataan 4	0,018	0,05	Sig < Alpha	Valid
Pernyataan 5	0,002	0,05	Sig < Alpha	Valid
Pernyataan 6	0,032	0,05	Sig < Alpha	Valid
Pernyataan 7	0,000	0,05	Sig < Alpha	Valid
Pernyataan 8	0,012	0,05	Sig < Alpha	Valid

Sumber: Hasil data diolah tahun 2018

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Angket Variabel Persepsi Konsumen (X2)

Pernyataan	Sig	Alpha	Kondisi	Keterangan
	Sig	0,05		
Pernyataan 1	0,000	0,05	Sig < Alpha	Valid
Pernyataan 2	0,000	0,05	Sig < Alpha	Valid
Pernyataan 3	0,000	0,05	Sig < Alpha	Valid

Sumber: Hasil data diolah tahun 2018

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Angket Variabel Keputusan Konsumen (Y)

Pernyataan	Sig	Alpha	Kondisi	Keterangan
	Sig	0,05		
Pernyataan 1	0,003	0,05	Sig < Alpha	Valid
Pernyataan 2	0,000	0,05	Sig < Alpha	Valid
Pernyataan 3	0,000	0,05	Sig < Alpha	Valid
Pernyataan 4	0,000	0,05	Sig < Alpha	Valid

Sumber: Hasil data diolah tahun 2018

Berdasarkan hasil uji validitas untuk variabel Kualitas Produk , Persepsi Konsumen dan Keputusan konsumen disesuaikan dengan prosedur pengujian hipotesis sebagai berikut:

Hipotesis :

Ho : Data bersifat tidak valid

Ha : Data bersifat valid

Kriteria pengujian keputusan yaitu :

1. Apabila probabilitas sig < 0.05 maka Ho di tolak Ha di terima

Apabila probabilitas sig > 0.05 maka Ho di terima Ha ditolak

Dari keseluruhan uji validitas untuk variabel Kualitas Produk, Persepsi Konsumen, dan keputusan konsumen didapatkan. Nilai sig < nilai Alpha (0,05). Hasil pengujian disimpulkan seluruh jawaban responden bersifat validitas.

4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi respon dalam memberikan jawaban sehingga kesungguhan dari respon dapat dipercaya untuk apakah data reliabilitas atau tidak dilakukan dengan tehnik *Alpha cronbach*, yang dibantu dengan program SPSS 20 kemudian disesuaikan dengan tabel r korelasi product moment

Tabel 4.10

r korelasi product moment:

Koefisien r	Kategori
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0, 5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,0199	Sangat Rendah

Hasil uji reabilitas dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Kualitas Produk (X1)	0,807	Tingkat Reliabel Sangat Tinggi
2	Persepsi Konsumen (X2)	0,767	Tingkat Reliabel Tinggi
5	Keputusan Konsumen (Y)	0,725	Tingkat Reliabel Tinggi

Sumber: Hasil data diolah 2018

Berdasarkan tabel r korelasi yang disesuaikan dengan hasil uji reabilitas dari penelitian ini untuk variabel Kualitas Produk, Persepsi Konsumen dan Keputusan konsumen didapatkan hasil tingkat reabilitas sangat tinggi dan tinggi

4.3 Uji Persyaratan Analisis Data

4.3.1 Hasil Uji Normalitas

Uji persyaratan analisis data digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh berdistribusi normal atau sebaliknya berikut hasil uji normalitas. Alat uji yang digunakan adalah model *kolmogorov smirnov* hasil ini bertujuan untuk memperkecil tingkat kesalahan dan mengetahui apakah data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Berikut hasil uji normalitas dengan menggunakan.

Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas One - Sample Kolmogrov – Smirnov

Variabel	Unstandardized Residual
Asymp. Sig (1-tailend)	0,666

Sumber: Hasil data diolah tahun 2018

Berdasarkan tabel 4.12 pengujian normalitas disesuaikan dengan kriteria pengujian normalitas dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. H_0 : Data berasal dari populasi berdistribusi normal.

H_0 : Data dari populasi yang berdistribusi tidak normal.

Kriteria pengujian keputusan yaitu :

2. Apabila $Sig < \alpha$ (0,05) maka H_0 ditolak (distribusi sampel tidak normal).

Apabila $Sig > \alpha$ (0,05) maka H_0 diterima (distribusi sampel normal).

Dari keseluruhan uji normal didapatkan nilai sig 0,666 > nilai alpha (0,05) maka H_0 diterima. Dapat disimpulkan bahwa distribusi data normal.

4.3.2 Hasil Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Berikut hasil uji linieritas dengan menggunakan spss 20

Tabel 4.13 Hasil Uji Linieritas

Pernyataan	Sig	Alpha	Kondisi	Keterangan
	Sig	0,05		
Kualitas Produk (X1)	0,457	0,05	Sig > Alpha	Linier
Persepsi Konsumen (X2)	0,995	0,05	Sig > Alpha	Linier

Sumber: Hasil data diolah tahun 2018

Berdasarkan tabel 4.13 pengujian linieritas disesuaikan dengan kriteria pengujian linieritas dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. H_0 : Model regresi berbentuk linear.

H_a : Model regresi tidak berbentuk linear.

kriteria pengambilan keputusan yaitu :

2. Jika probabilitas (sig) > alpha (0,05) maka H_0 diterima.

Jika probabilitas (sig) < alpha (0,05) maka H_0 ditolak.

Dari keseluruhan uji linier didapatkan nilai sig > nilai alpha (0,05) maka H_0 diterima. Maka dapat dinyatakan model regresi berbentuk linier.

4.3.3 Hasil Uji Homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui apakah data sampel yang diambil dari populasi bervariasi homogen atau tidak. Berikut hasil uji homogenitas dengan menggunakan spss 20

Tabel 4.14 Hasil Uji Homogenitas

Test of Homogeneity of Variances				
Variabel	Sig.	Alpha	Kondisi	Keterangan
Kualitas Produk	0,839	0,05	Sig > Alpha	Homogen
Persepsi Konsumen	0,564	0,05	Sig > Alpha	Homogen

Sumber: Hasil data diolah tahun 2018

Berdasarkan tabel 4.14 dari hasil pengujian homogenitas disesuaikan dengan kriteria pengujian homogenitas dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. H_0 : Varians populasi adalah homogen.
 H_a : Varians populasi adalah tidak homogen.
 Kriteria pengambilan keputusan :
2. Jika probabilitas (sig) < Alpha maka (0,05) H_0 ditolak.
 Jika probabilitas (Sig) > Alpha maka (0,05) H_0 diterima.

Dari keseluruhan uji homogenitas didapatkan nilai sig > nilai alpha (0,05) maka H_0 diterima. Disimpulkan variabel (Kualitas Produk, Persepsi Konsumen) varians semua populasi bersifat homogenitas.

4.3.4 Hasil Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah antara variabel independen memiliki hubungan atau tidak satu sama lainnya. Berikut hasil uji multikolinieritas dengan menggunakan spss 20.

Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF
Kualitas Produk (X1)	0,926	1,080
Persepsi Konsumen (X2)	0,926	1,080

Sumber: Hasil data diolah tahun 2018

Berdasarkan tabel 4.15 dari hasil pengujian multikolinieritas. disesuaikan dengan kriteria pengujian multikolinieritas dalam penelitian ini sebagai berikut:

4. Jika nilai $VIF \geq 10$ maka ada gejala multikolinieritas.

Jika nilai $VIF \leq 10$ maka tidak ada gejala multikolinieritas.

5. Jika nilai tolerance $< 0,1$ maka ada gejala multikolinieritas.

Jika nilai tolerance $> 0,1$ maka tidak ada gejala multikolinieritas

Dari keseluruhan uji multikolinieritas menunjukkan nilai VIF dibawah 10 dan nilai tolerance tidak $< 0,1$ hal ini berarti diantara variabel independen didalam penelitian ini tidak terjadi hubungan atau tidak memiliki hubungan satu sama lain. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terdapat multikolinieritas.

4.4 Hasil Analisis Data

4.4.1 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Berdasarkan pengolahan data dengan menggunakan SPSS 20 sebagai berikut:

Tabel 4.16 Hasil Uji Model Summary

R	R Square
0,862	0,736

Sumber: Hasil data diolah tahun 2018

Bedasarkan tabel 4.16 pengujian model summary diperoleh nilai koefisien determinasi R Square sebesar 0,736 (73,6%) hal ini menandakan bahwa variabel keputusan konsumen (Y) dipengaruhi oleh variabel Kualitas Produk (X1), dan Variabel Persepsi Konsumen (X2), sisanya 26,4 % dipengaruhi oleh variabel lain.

Tabel 4.17 Model Persamaan Regresi

Model	B
(constant)	15.107
Kualitas Produk	0.036
Persepsi Konsumen	0.038

Sumber: Hasil data diolah tahun 2018

Bedasarkan hasil perhitungan regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS 20. Diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut:

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa :

$$Y = 15.107 + 0.036 (X1) + 0.038 (X2) + e$$

1. Koefisien konstanta (Y)

Variabel (Y) atau dalam hal ini adalah keputusan pembelian tetap sebesar 15.107 dengan anggapan bahwa variabel lainnya konstan.

2. Kualitas Produk (X1)

Setiap penambahan 1 satuan variabel Kualitas Produk (X1) maka keputusan konsumen (Y) akan bertambah sebesar 0,036 satuan.

3. Persepsi Konsumen (X2)

Setiap penambahan 1 satuan variabel Persepsi Konsumen (X2) maka keputusan konsumen (Y) akan naik sebesar 0.038 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. Berdasarkan pengolahan data dengan menggunakan SPSS 20 diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Mobil Chevrolet di Provinsi Lampung

Tabel 4.18 Hasil Perhitungan Coefficients^a

Variabel	Sig	Alpha	kondisi	Keterangan
Kualitas Produk	0,007	0,05	Sig < Alpha	H ₀ ditolak dan menerima H _a

Sumber: Hasil data diolah tahun 2018

Hipotesis :

H₀ : Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Mobil Chevrolet di Provinsi Lampung

H_a : Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Mobil Chevrolet di Provinsi Lampung

Berdasarkan hasil perhitungan uji t motivasi konsumen diperoleh nilai sig sebesar 0,000 sedangkan alpha dengan taraf nyata 5% jadi sig (0,007) < Alpha (0,05), dengan demikian H₀ tolak dan H_a diterima sehingga disimpulkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Mobil Chevrolet di Provinsi Lampung

2. Pengaruh Persepsi Konsumen (X2) terhadap Keputusan Pembelian Online (Y) Mobil Chevrolet di Provinsi Lampung

Tabel 4.19 Hasil Perhitungan Coefficients^a

Variabel	Sig	Alpha	kondisi	Keterangan
Persepsi Konsumen	0,093	0,05	Sig <Alpha	H ₀ diterima atau H _a ditolak

Sumber: Hasil data diolah tahun 2018

Hipotesis:

H₀ : Persepsi Konsumen tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Mobil Chevrolet di Provinsi Lampung

H_a : Persepsi Konsumen berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Mobil Chevrolet di Provinsi Lampung

Berdasarkan hasil perhitungan uji t Persepsi Konsumen diperoleh nilai sig sebesar 0,377 sedangkan alpha dengan taraf nyata 5% jadi sig (0,093) < Alpha (0,05), dengan demikian H₀ diterima dan H_a ditolak sehingga disimpulkan bahwa Persepsi Konsumen tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Mobil Chevrolet di Provinsi Lampung

4.5.2 Hasil Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (Kualitas Produk, Persepsi Konsumen) secara bersama - sama terhadap variabel terikat (Keputusan Pembelian). Berdasarkan pengolahan data dengan menggunakan SPSS 20 diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.20 Hasil Uji Anova

Variabel	Sig	Alpha	kondisi	Keterangan
Kualitas Produk dan Persepsi Konsumen	0,015	0,05	Sig < Alpha	H ₀ diterima H _a ditolak

Sumber: Hasil data diolah tahun 2018

Hipotesis:

Ho :Kualitas Produk dan Persepsi Konsumen tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Mobil Chevrolet di Provinsi Lampung

Ha : Kualitas Produk dan Persepsi Konsumen berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Mobil Chevrolet di Provinsi Lampung

Berdasarkan hasil perhitungan uji F persepsi konsumen diperoleh nilai sig sebesar 0,015 sedangkan alpha dengan taraf nyata 5% jadi sig (0,015) < Alpha (0,05), dengan demikian Ho ditolak dan Ha diterima sehingga disimpullkan bahwa Kualitas Produk dan Persepsi Konsumen tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Mobil Chevrolet di Provinsi Lampung

4.6 Pembahasan

4.6.1 Pengaruh Kualitas Produk (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) di Mobil Chevrolet di Provinsi Lampung

Menurut Fandi Tjiptono (2005) kualitas produk mempunyai hubungan yang sangat erat dengan sikap konsumen, dimana kualitas produk memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk mamahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Kualitas produk yang diberikan perusahaan harus sesuai dengan jenis produk dan kondisi perusahaan karena kesalahan dengan menggunakan system pemasaran yang diberikan kepada konsumen dapat menurunkan tingkat keputusan pembelian konsumen, bahkan berdampak pada image yang kurang baik bagi perusahaan dan memberi peluang kepada pesaing untuk masuk serta membuka kemungkinan konsumen akan beralih pada perusahaan pesaing.

Hasil pengujian parsial pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Chevrolet didapatkan nilai sig (0,007) <Alpha (0,05)

dimana dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Chevrolet Di Provinsi Lampung. Berpengaruhnya Kualitas Produk terhadap Keputusan didukung oleh penelitian Praba Sulistyawati menyatakan bahwa Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

4.6.2 Pengaruh Persepsi Konsumen (X1) Terhadap Keputusan Pembelian Online (Y) di Mobil Chevrolet

Menurut Kotler dan Keller (2016:153) keputusan pembelian seseorang dipengaruhi oleh faktor psikologi utama, antara lain persepsi serta keyakinan dan pendirian. Pendapat diatas menunjukkan adanya hubungan antara persepsi konsumen dengan keputusan untuk membeli suatu produk.

Hasil pengujian parsial pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Chevrolet di Provinsi Lampung didapatkan nilai sig (0,093) <Alpha (0,05) dimana dapat disimpulkan bahwa Persepsi Konsumen berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Chevrolet di Provinsi Lampung. Berpengaruhnya Persepsi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian didukung oleh penelitian Dewi Urip Wahyuni dan Rico Saputra dan Dosen Prof. Hatane Samuel, S.E, M.S yang menyatakan bahwa persepsi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.