

**BAB IV**  
**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

**4.1 Deskripsi Data**

Deskriptif adalah untuk mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat simpulan yang untuk umum atau generalisasi. Dalam deskripsi data ini penulis mencoba untuk menggambarkan kondisi responden yang menjadi sampel. Dalam penelitian ini dilihat dari karakteristik responden antara lain Usia, Jenis Kelamin, Tingkat Pendidikan, Pekerjaan, Tingkat pendapatan.

**4.1.1 Karakteristik Responden**

**Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Frekuensi	Presentase
1	17-35	62	62%
2	36-50	38	38%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data Kuesioner, di olah 2018*

Dari tabel 4.1 diatas karakteristik responden berdasarkan usia, peneliti menyebarkan kuesioner yang ditujukan kepada konsumen sepeda motor di Bandar Lampung. Karakteristik berdasarkan usia bahwa rata-rata konsumen di dominasi antara umur 17-35 tahun sebanyak 62%.

**Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1	Laki-Laki	72	72%
2	Perempuan	28	28%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data Kuesioner, di olah 2018*

Dari tabel 4.2 diatas karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, peneliti menyebarkan kuesioner yang ditujukan pada konsumen sepeda motor di Bandar Lampung di dominasi oleh laki-laki dengan sebanyak 72%.

**Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

No	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Presentase
1	SLTA	62	62%
2	D3	12	12%
3	S1	25	25%
4	S2	-	-
<b>Jumlah</b>		<b>100%</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data Kuesioner, di olah 2018*

Dari tabel 4.3 diatas karakteristik responden berdasarkan Tingkat Pendidikan, peneliti menyebarkan kuesioner yang ditujukan kepada konsumen sepeda motor di Bandar Lampung di dominasi dengan jenjang pendidikan SLTA sebanyak 63%.

**Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No	Pekerjaan	Frekuensi	Presentasi
1	Mahasiswa	39	39%
2	Karyawan	19	19%
3	IRT	9	9%
4	Pegawai	15	15%
5	Wiraswasta	18	18%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data Kuesioner, di olah 2018*

Dari Tabel 4.4 di Atas karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan peneliti menyebarkan kuesioner yang ditujukan kepada konsumen sepeda motor di Bandar Lampung oleh Mahasiswa sebanyak 39%.

**Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan/Bulan**

No	Jumlah Pendapatan	Jumlah Responden	Presentase
1	< Rp.1.500.000	43	43%
2	Rp. 1.500.000-Rp.2.500.000	26	26%
3	Rp.2.500.000-Rp.3.000.000	18	18%
4	> Rp.3.000.000	13	13%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

*Sumber : Data Kuesioner, di olah 2018*

Dari Tabel 4.5 di atas karakteristik responden berdasarkan Pendapatan/Bulan peneliti menyebarkan kuesioner yang ditujukan kepada konsumen sepeda motor di Bandar Lampung di domiasi <Rp.1.500.000 sebanyak 43% responden.

## 4.2 Persyaratan Instrumen

### 4.2.1 Uji Validitas

Uji validitas diujikan pada 30 responden yang di lakukan dengan menggunakan korelasi *product moment*.

Adapun kriteria pengujian, yaitu :

1. Apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka valid
2. Apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka tidak valid

**Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Produk Aftermarket (X)**

Pernyataan	Rhitung	Rtable	Keterangan
Pernyataan 1	0,714	0,361	Valid
Pernyataan 2	0,615	0,361	Valid
Pernyataan 3	0,641	0,361	Valid
Pernyataan 4	0,548	0,361	Valid
Pernyataan 5	0,551	0,361	Valid
Pernyataan 6	0,716	0,361	Valid
Pernyataan 7	0,586	0,361	Valid
Pernyataan 8	0,628	0,361	Valid

*Sumber : Data Kuesioner, di olah 2018*

Berdasarkan tabel 4.9 maka hasil uji validitas untuk variabel Produk *Aftermarket* (X) pada tabel diatas yaitu dapat dikatakan valid bahwa 8 item pernyataan pada variabel Produk *Aftermarket* (X) semuanya valid dimana pernyataan yang mempunyai nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , dengan  $r_{tabel} = 0,361$ . Hal ini dapat dilihat dari hasil yang diperoleh pada variabel Produk *Aftermarket* (X) sebesar 0,714 untuk nilai tertinggi pada pernyataan 1 yaitu mampu membuat responden percaya pada apa yang di katakan sedangkan pada variabel Produk *Aftermarket* (X) untuk nilai terendah diperoleh sebesar 0,548 pada pernyataan 4. Maka dapat disimpulkan bahwa dari 8 item pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid dan layak digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini yang berkaitan dengan Pengaruh Produk *Aftermarket* Terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Motor di Bandar Lampung.

**Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y)**

<b>Pernyataan</b>	<b>Rhitung</b>	<b>Rtable</b>	<b>Keterangan</b>
Pernyataan 9	0,823	0,361	Valid
Pernyataan 10	0,759	0,361	Valid
Pernyataan 11	0,813	0,361	Valid
Pernyataan 12	0,603	0,361	Valid
Pernyataan 13	0,497	0,361	Valid
Pernyataan 14	0,512	0,361	Valid
Pernyataan 15	0,570	0,361	Valid
Pernyataan 16	0,526	0,361	Valid
Pernyataan 17	0,449	0,361	Valid
Pernyataan 18	0,598	0,361	Valid
Pernyataan 19	0,575	0,361	Valid
Pernyataan 20	0,372	0,361	Valid
Pernyataan 21	0,458	0,361	Valid
Pernyataan 22	0,458	0,361	Valid

*Sumber : Data Kuesioner, di olah 2018*

Berdasarkan tabel 4.11 maka hasil uji validitas untuk variabel Minat Beli (Y) pada tabel diatas yaitu dapat dikatakan valid bahwa 14 item pernyataan pada variabel Minat Beli (Y) semuanya valid dimana pernyataan yang mempunyai nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , dengan  $r_{tabel} = 0,361$ .

Hal ini dapat dilihat dari hasil yang diperoleh pada variabel Minat Beli (Y) sebesar 0,823 untuk nilai tertinggi pada pernyataan 9 yaitu mampu membuat responden percaya pada apa yang di katakan sedangkan pada variabel Minat Beli (Y) untuk nilai terendah diperoleh sebesar 0,372 pada pernyataan 20. Maka dapat disimpulkan bahwa dari 14 item pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid dan layak digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini yang berkaitan dengan Pengaruh Produk *Aftermarket* Terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Motor di Bandar Lampung.

### 4.3 Uji Reliabilitas

Dalam Penelitian ini Uji Reabilitas di gunakan untuk mengetahui konsistensi respon dalam memberikan jawaban sehingga kesungguhan dari respon dapat di percaya pengujian reliabilitas menggunakan *alpha croanbach* 0,5 untuk mengukur reliabilitas dan dinyatakan data reliable pada penelitian ini dengan memiliki koefisien r korelasi pada product moment.

**Tabel 4.8 Uji Reabilitas Produk Aftermarket (X)**

Nilai Cronbach Alpha	Koefisien r	Keterangan
0.901	0.8000-10.000	Sangat Tinggi

*Sumber : Data Kuesioner, di olah 2018*

Berdasarkan hasil uji Reabilitas, tabel di atas menunjukkan reabilitas mempunyai nilai *cronbach`s alpha* sebesar 0,901 untuk variable produk *aftermarket* menghasilkan reliabel Sangat tinggi. Hasil olah data dapat di lihat di lampiran.

**Tabel 4.9 Uji Reabilitas Minat Beli**

Nilai Cronbach Alpha	Koefisien r	Keterangan
0.918	0.8000-10.000	Sangat Tinggi

*Sumber : Data Kuesioner, di olah 2018*

Berdasarkan hasil uji Reabilitas, tabel di atas menunjukkan reabilitas mempunyai nilai *cronbach`s alpha* sebesar 0,918 untuk Variabel Minat Beli menghasilkan reliabel Sangat tinggi. Hasil olah data dapat di lihat di lampiran

#### 4.4 Hasil Uji Persyaratan Data

##### 4.4.1 Uji Normalitas

Untuk mengetahui data normal atau mendekati normal biasa dilakukan dengan uji statistic non Parametrik One Sample Kolmogrov-Smirnov Test, Jika nilai Kolmogrov-Smirnov test tidak signifikasi pada ( $p > 0,05$ ) dengan kata lain residual berdistribusi normal dirumuskan dengan hipótesis.

**Tabel 4.10 Uji Normalitas**

Variabel	Sig	Alpha	Kesimpulan
Produk Aftermarket (X)	0.009	0.05	Normal
Minat Beli (Y)	0.635	0.05	Normal

*Sumber : Data Kuesioner, di olah 2018*

Untuk memastikan apakah data yang kita miliki mengikuti distribusi normal, dapat dilihat kolom Sig. untuk kedua uji. Dengan demikian, normalitas terpenuhi sebab hasil uji tidak signifikan untuk suatu taraf signifikasi ( $\alpha$ ) tertentu (nilai Sig.  $0,000 > \alpha = 0,05$ ), sehingga dengan demikian seluruh sampel berdistribusi normal.

##### 4.4.2 Homogenitas

Uji homogenitas sampel adalah untuk mengetahui apakah data sampel yang diambil dari populasi itu sebenarnya homogen atau tidak. Dalam penelitian ini akan menggunakan uji test *homogeneity of variances*.

**Tabel 4.11 Uji Homogenitas**

Levene Statistic	df1	df2	.sig
2,988	16	81	.001

*Sumber : Data Kuesioner, di olah 2018*

Berdasarkan hasil diatas didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,001. Nilai signifikansi  $0,001 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan pengujian variabel Minat Beli (Y) tidak memiliki varian yang sama dengan variabel Produk *Aftermarket* (X).

## 4.5 Hasil Analisis data

### 4.5.1 Regresi linier sederhana

Regresi linier sederhana digunakan untuk mendapatkan hubungan matematis dalam bentuk suatu persamaan antara variabel independen dengan variabel dependen dan hanya didasari oleh satu variabel independen. Bentuk umum dari suatu persamaan regresi untuk populasi adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bx$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen

a = Nilai Konstanta

X = Variabel independen

b = Nilai koefisien regresi

**Tabel 4.12 Output Summary**

Variabel	R	R Square
Produk <i>Aftermarket</i> (X)	.654	.428

*Sumber : Data Kuesioner, di olah 2018*

1. Pada tabel *Model Summary*, nilai multiple R sebesar 0,654. Yang berarti hubungan antara Produk *Aftermarket* (X) dengan Minat Beli (Y) sebesar 0,654.

2. R-Square atau koefisien determinasi sebesar 0,428 yang merupakan kuadrat dari nilai multiple R. Artinya , Minat Beli (Y) dijelaskan 0.428 atau 42,8% oleh variabel Produk *Aftermarket* (X)

**Tabel 4.13 Output Coefficients**

Variabel	Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	26.659	3.282
Produk <i>Aftermarket</i>	.894	.104

*Sumber : Data Kuesioner, di olah 2018*

Setelah dilakukan penghitungan regresi untuk memperoleh persamaan regresi, selanjutnya akan dilakukan uji hipotesis untuk koefisien regresi, khususnya koefisien variabel independen ,untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel Produk *Aftermarket* ( X ) terhadap variabel Minat Beli (Y) dengan hipotesis :

Ho:  $b = 0$  – tidak ada pengaruh Produk *Aftermarket* terhadap Minat Beli

H1 :  $b \neq 0$  – ada pengaruh Produk *Aftermarket* terhadap Minat Beli

Tingkat signifikansi  $\alpha = 0,05$  dengan derajat bebas  $N - 2 = 100 - 2 = 98$

Uji t dengan daerah penolakan Ho ditolak jika  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ .

Berdasarkan hasil penghitungan dapat terlibat bahwa nilai koefisien regresi  $\neq 0$ , artinya ada pengaruh Produk *Aftermarket* (X) terhadap Minat Beli (Y). Selanjutnya untuk mengetahui tingkat signifikansi digunakan uji t dengan df 95% dan  $\alpha = 5\%$  diperoleh nilai t-hitung sebesar 8,567 dan nilai t-tabel ( 98 : 0,05 ) = 1,66055 , sehingga Ho ditolak, yaitu Produk *Aftermarket* (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli (Y) pada konsumen sepeda motor di Bandar Lampung.



#### 4.5.2 Uji T

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel independent terhadap variabel dependent secara individual atau dengan kata lain menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel bebas secara parsial dalam menerangkan variabel terikat. Dengan membandingkan nilai t-hitung dengan t-tabel dengan tingkat kepercayaan 95%  $\alpha = 0,05$ .

**Tabel 4.14 Uji t**

Variabel	$t_{hitung}$	$t_{tabel}$	Kondisi	Kesimpulan
Produk Aftermarket ( X )	8,567	1,66055	$8,567 > 1,66055$	Berpengaruh

*Sumber : Data Kuesioner, di olah 2018*

Mengacu pada hasil *ouput coefficient*, nilai T hitung untuk Produk Aftermarket sebesar (8,567) dengan nilai Ttabel pada df 95%,  $\alpha$  5% dan n-2 sebesar (1,66055) dengan tingkat Sig. 0,000. Secara statistik berarti  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima, Artinya, variabel Produk *Aftermarket* berpengaruh dan signifikan terhadap minat beli pada konsumen sepeda motor di Bandar Lampung.

#### 4.6 Pembahasan

Berdasarkan hasil penghitungan dapat terlibat bahwa nilai koefisien regresi  $\neq 0$ , artinya ada pengaruh Produk *Aftermarket* (X) terhadap Minat Beli (Y). Selanjutnya untuk mengetahui tingkat signifikansi digunakan uji t dengan df 95% dan  $\alpha = 5\%$  diperoleh nilai t-hitung sebesar 8,567 dan nilai t-tabel ( 98 : 0,05 )=1,66055 sehingga  $H_o$  ditolak, yaitu Produk *Aftermarket* (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli (Y) pada konsumen sepeda motor di Bandar Lampung

Mengacu pada hasil *ouput coefficient*, nilai T hitung untuk Produk Aftermarket sebesar (8,567) dengan nilai Ttabel pada df 95%,  $\alpha$  5% dan n-2 sebesar (1,66055) dengan tingkat Sig. 0,000. Secara statistik berarti  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima, Artinya, variabel Produk *Aftermarket* berpengaruh dan signifikan terhadap minat beli pada konsumen sepeda motor di Bandar Lampung.