

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Deskripsi data adalah 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. Jenis Kelamin Responden

Gambaran umum mengenai konsumen mobil Toyota Calya di Bandar Lampung berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut.

Tabel 4.1

Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-laki	47	47%
Perempuan	53	53%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.1 dapat dilihat bahwa yang paling banyak membeli mobil Toyota Calya adalah jenis kelamin Perempuan sebanyak 53 orang atau sebesar 53%.

2. Usia Responden

Gambaran umum mengenai konsumen sepeda motor mobil Toyota Calya berdasarkan Usia adalah sebagai berikut :

Tabel 4.2
Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
22 – 27 Tahun	6	6%
28 – 33 Tahun	31	31%
34 – 39 Tahun	40	40%
> 40 Tahun	23	23%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.2 dapat dilihat bahwa yang paling banyak membeli mobil Toyota Calya adalah responden dengan usia 34 – 39 tahun sebanyak 40 orang atau sebesar 40%.

4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden

Tabel 4.3
Hasil Jawaban Responden Variabel Gaya Hidup (X1)

No	Daftar Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		CS (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	Menggunakan mobil Toyota Calya untuk ke kantor, sekolah dan kuliah	24	24%	28	28%	35	35%	12	12%	1	1%
2.	Tertarik dengan mobil Toyota Calya karena produk berkualitas	33	33%	24	24%	36	36%	7	7%	0	0%
3.	Mobil Toyota Calya dapat meningkatkan kepercayaan diri anda.	16	16%	27	27%	43	43%	13	13%	1	1%
4.	Menggunakan mobil Toyota Calya untuk mengikuti kegiatan komunitas mobil	17	17%	40	40%	31	31%	9	9%	3	3%
5.	Tertarik dengan mobil Toyota Calya karena	23	23%	41	41%	31	31%	5	5%	0	0%

	desainnya menarik										
6.	Mobil Toyota Calya sudah sesuai dengan spesifikasi yang anda	12	12%	37	37%	42	42%	7	7%	2	2%

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.3 jawaban responden diatas pernyataan yang terbesar pada jawaban sangat setuju terdapat pada pernyataan 2 yaitu Tertarik dengan mobil Toyota Calya karena produk berkualitas dengan jumlah responden sebanyak 33 responden atau 33% dan yang terkecil pada pernyataan 6 yaitu Mobil Toyota Calya sudah sesuai dengan spesifikasi yang anda dengan jumlah 12 responden atau 12%.

Jawaban setuju pada tabel di atas yang terbesar terdapat pada pernyataan 5 yaitu Tertarik dengan mobil Toyota Calya karena desainnya menarik dengan jumlah 43 responden atau 43% dan yang terkecil pada pernyataan 2 yaitu Tertarik dengan mobil Toyota Calya karena produk berkualitas dengan jumlah 24 responden atau 24%.

Jawaban cukup setuju pada tabel diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 3 yaitu Mobil Toyota Calya dapat meningkatkan kepercayaan diri anda.dengan jumlah 43 responden atau 43% dan yang terkecil pernyataan 4 dan 5 Menggunakan mobil Toyota Calya untuk mengikuti kegiatan komunitas mobil dan Tertarik dengan mobil Toyota Calya karena desainnya menarik dengan jumlah 31 responden atau 31%.

Jawaban tidak setuju pada tabel diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 3 yaitu Mobil Toyota Calya dapat meningkatkan kepercayaan diri anda.dengan jumlah 13 responden atau 13% dan yang terkecil pada

pernyataan 5 Tertarik dengan mobil Toyota Calya karena desainnya menarik dengan jumlah 5 responden atau 5%.

Jawaban sangat tidak setuju dari tabel diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 3 Menggunakan mobil Toyota Calya untuk mengikuti kegiatan komunitas mobil dengan jumlah 3 responden atau 3% dan yang terkecil pada pernyataan 2 dan 5 yaitu Tertarik dengan mobil Toyota Calya karena produk berkualitas dan Tertarik dengan mobil Toyota Calya karena desainnya menarik dengan jumlah 0 responden atau 0%.

Tabel 4.4
Hasil Jawaban Responden Desain Produk (X2)

No	Daftar Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		CS (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	Mobil Toyota Calya memiliki berbagai macam pilihan warna	17	17%	51	51%	25	25%	5	5%	2	2%
2.	Mobil Toyota Calya memiliki desain yang tidak pasaran di era modern	28	28%	42	42%	27	27%	3	3%	0	0%
3.	Mobil Toyota Calya memiliki desain yang berkapasitas luas	19	19%	36	36%	39	39%	6	6%	0	0%
4.	Desain mobil Toyota Calya sesuai dengan perkembangan zaman dan era modern.	14	14%	34	34%	33	33%	16	16%	3	3%

Sumber : Data diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.4 jawaban responden diatas pernyataan yang terbesar pada jawaban sangat setuju terdapat pada pernyataan 2 yaitu Mobil Toyota Calya memiliki desain yang tidak pasaran di era modern dengan jumlah responden sebanyak 28 responden atau 28% dan yang terkecil pada pernyataan 4 yaitu Desain mobil Toyota Calya sesuai

dengan perkembangan zaman dan era modern dengan jumlah 14 responden atau 14%.

Jawaban setuju pada tabel di atas yang terbesar terdapat pada pernyataan 1 yaitu Mobil Toyota Calya memiliki berbagai macam pilihan warna dengan jumlah 51 responden atau 51% dan yang terkecil pada pernyataan 4 yaitu Desain mobil Toyota Calya sesuai dengan perkembangan zaman dan era modern.dengan jumlah 34 responden atau 34%.

Jawaban cukup setuju pada tabel diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 3 yaitu Mobil Toyota Calya memiliki desain yang berkapasitas luas dengan jumlah 39 responden atau 39% dan Mobil Toyota Calya memiliki berbagai macam pilihan warna dengan jumlah 25 responden atau 25%.

Jawaban tidak setuju pada tabel diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 4 yaitu Desain mobil Toyota Calya sesuai dengan perkembangan zaman dan era modern sangat baik dengan jumlah 16 responden atau 16 % dan yang terkecil pada pernyataan 2 yaitu Mobil Toyota Calya memiliki desain yang tidak pasaran di era modern dengan jumlah 3 responden atau 3%.

Jawaban sangat tidak setuju dari tabel diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 4 Desain mobil Toyota Calya sesuai dengan perkembangan zaman dan era modern sangat baik dengan jumlah 3 responden atau 3% dan yang terkecil pada pernyataan 2 dan 3 yaitu Mobil Toyota Calya memiliki desain yang tidak pasaran di era modern dan Mobil Toyota Calya memiliki desain yang berkapasitas luas dengan jumlah 0 responden atau 0%. (Lampiran 4).

Tabel 4.5
Hasil Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No	Daftar Pernyataan	Jawaban									
		SS (5)		S (4)		CS (3)		TS (2)		STS (1)	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1.	Yakin akan produk mobil Toyota Calya	13	13%	54	54%	31	31%	2	2%	0	0%
2.	Membeli mobil Toyota Calya dengan mempertimbangkan kebutuhan saya	22	22%	40	40%	33	33%	5	5%	0	0%
3.	Mobil Toyota Calya adalah mobil keluarga yang inovatif	32	32%	32	32%	25	25%	8	8%	3	3%
4.	Mobil Toyota Calya lebih unggul dari pada mobil sejenis dengan merk lain	27	27%	46	46%	20	20%	5	5%	2	2%
5.	Membeli mobil Toyota Calya karena rekomendasi dari kerabat saya yang sudah menggunakan	25	25%	42	42%	32	32%	0	0%	1	1%
6.	Membeli mobil Toyota Calya karena mobil LCGC Berkapasitas besar	20	20%	35	35%	38	38%	7	7%	0	0%

Sumber : Data diolah, 2017

Berdasarkan tabel 4.5 jawaban responden diatas pernyataan yang terbesar pada jawaban sangat setuju terdapat pada pernyataan 3 yaitu Mobil Toyota Calya adalah mobil keluarga yang inovatif sebanyak 27 responden atau 27% dan yang terkecil pada pernyataan 1 yaitu Yakin akan produk mobil Toyota Calya dengan jumlah 13 responden atau 13%.

Jawaban setuju pada tabel di atas yang terbesar terdapat pada pernyataan 1 yaitu Yakin akan produk mobil Toyota Calya dengan jumlah 54responden atau 54% dan yang terkecil pada pernyataan 3

yaitu Mobil Toyota Calya adalah mobil keluarga yang inovatif dengan jumlah 32 responden atau 32%.

Jawaban cukup setuju pada tabel diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 6 yaitu Membeli mobil Toyota Calya karena mobil LCGC Berkapasitas besar dengan jumlah 38 responden atau 38% dan yang terkecil pada pernyataan 5 yaitu Mobil Toyota Calya lebih unggul dari pada mobil sejenis dengan merk lain dengan jumlah 20 responden atau 20%.

Jawaban tidak setuju pada tabel diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan 3 yaitu Mobil Toyota Calya adalah mobil keluarga yang inovatif dengan jumlah 8 responden atau 8% dan yang terkecil pada pernyataan 5 Membeli mobil Toyota Calya karena rekomendasi dari kerabat saya yang sudah menggunakan dengan jumlah 0 responden atau 0 %.

Jawaban sangat tidak setuju dari tabel diatas yang terbesar terdapat pada pernyataan1 dan 3 yaitu Mobil Toyota Calya adalah mobil keluarga yang inovatif dengan jumlah 3 responden atau 2% dan yang terkecil pada pernyataan 1,2 dan 6 yaitu Yakin akan produk mobil Toyota Calya, Membeli mobil Toyota Calya dengan mempertimbangkan kebutuhan saya dan Membeli mobil Toyota Calya karena mobil LCGC Berkapasitas besar jumlah 0 responden atau 0%. (Lampiran 4).

4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

4.2.1 Hasil Uji Validitas

Sebelum dilakukan pengolahan data maka seluruh jawaban yang diberikan oleh responden terlebih dahulu dilakukan uji validitas yang diuji cobakan kepada responden. Uji validitas dilakukan dengan

menggunakan korelasi product moment. Dengan penelitian ini, uji validitas untuk menghitung data yang akan dihitung dan proses pengujiannya dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS 20.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Gaya Hidup (X1)

Pernyataan	rhitung	Rtabel	Kondisi	Keterangan
Pernyataan 1	0,630	0,195	rhitung > rtabel	Valid
Pernyataan 2	0,569	0,195	rhitung > rtabel	Valid
Pernyataan 3	0,606	0,195	rhitung > rtabel	Valid
Pernyataan 4	0,619	0,195	rhitung > rtabel	Valid
Pernyataan 5	0,592	0,195	rhitung > rtabel	Valid
Pernyataan 6	0,584	0,195	rhitung > rtabel	Valid

Sumber : Data Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.6 diatas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai Gaya Hidup (X1). Hasil yang didapatkan yaitu nilai rhitung > rtabel. Dengan demikian seluruh item Gaya Hidup (X1) dinyatakan valid.

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas
Desain Produk (X2)

Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Kondisi	Keterangan
Pernyataan 1	0,585	0,195	rhitung > rtabel	Valid
Pernyataan 2	0,611	0,195	rhitung > rtabel	Valid
Pernyataan 3	0,725	0,195	rhitung > rtabel	Valid
Pernyataan 4	0,578	0,195	rhitung > rtabel	Valid

Sumber : Data Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.7 diatas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai Desain Produk (X2). Hasil yang didapatkan yaitu nilai rhitung > rtabel. Dengan demikian seluruh item Desain Produk (X2) dinyatakan valid.

Tabel 4.8

Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Pernyataan	Rhitung	Rtabel	Kondisi	Keterangan
Pernyataan 1	0,345	0,195	rhitung > rtabel	Valid
Pernyataan 2	0,598	0,195	rhitung > rtabel	Valid
Pernyataan 3	0,665	0,195	rhitung > rtabel	Valid
Pernyataan 4	0,684	0,195	rhitung > rtabel	Valid
Pernyataan 5	0,531	0,195	rhitung > rtabel	Valid
Pernyataan 6	0,639	0,195	rhitung > rtabel	Valid

Sumber : Data Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.8 diatas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai Keputusan Pembelian (Y). Hasil yang didapatkan yaitu nilai rhitung > rtabel. Dengan demikian seluruh item Keputusan Pembelian (Y) dinyatakan valid.

4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Setelah uji validitas maka penguji kemudian melakukan uji realibilitas terhadap masing-masing instrumen variabel X1, variabel X2 dan instrumen variabel Y menggunakan rumus Alpha Cronbach dengan bantuan program SPSS 20. Hasil uji realibilitas setelah dikonsultasikan dengan daftar interprestasi koefisien r dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien Cronbach Alpha	Koefisien r	Simpulan
Gaya Hidup (X1)	0,643	0,6000 – 0,7999	Tinggi
Desain Produk (X2)	0,467	0,4000 – 0,5999	Sedang
Keputusan Pembelian (Y)	0,615	0,6000 – 0,7999	Tinggi

Sumber : Data Diolah, 2018

Berdasarkan hasil uji reliabilitas tabel 4.10 diatas nilai cronbach's alpha sebesar 0,643 untuk variabel Gaya Hidup (X1) dengan tingkat reliabel tinggi 0,467 untuk variabel Desain Produk (X2) dengan tingkat reliabel sedang dan 0,338 untuk variabel Keputusan Pembelian (Y) dengan tingkat reliabel tinggi.

4.3 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data

4.3.1 Hasil Uji Normalitas

Untuk mengetahui data normal atau mendekati normal bisa dilakukan dengan Uji Non Parametik One-Sampel Kolmogorov – Smirnov Test pada SPSS 2.0. Hasil perhitungan uji normalitas sebagai berikut :

Tabel 4.10
Hasil Uji Normalitas

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
Promosi (X1)	0,434	0,05	Sig > Alpha	Normal
Desain Produk (X2)	0,196	0,05	Sig > Alpha	Normal
Keputusan Pembelian (Y)	0,053	0,05	Sig > Alpha	Normal

Sumber : Data Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.11 One-Sample Kolmogorov Test-Smirnov diatas, menunjukkan bahwa Gaya Hidup (X1) dengan tingkat signifikan diperoleh $0,053 > 0,05$ maka data berasal dari populasi berdistribusi normal. Nilai untuk Desain Produk (X2) dengan tingkat signifikan

diperoleh data $0,196 > 0,05$ maka data berasal dari populasi berdistribusi normal. Nilai untuk Keputusan Pembelian (Y) dengan tingkat signifikan diperoleh data $0,434 > 0,05$ maka data berasal dari populasi berdistribusi normal.

4.3.2 Hasil Uji Homogenitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh memiliki varian yang sama atau sebaliknya. Hasil perhitungan uji homogenitas adalah sebagai berikut :

Tabel 4.11

Hasil Uji Homogenitas

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
Gaya Hidup (X1) – Keputusan Pembelian (Y)	0,492	0,05	Sig > Alpha	Homogen
Desain Produk (X2) – Keputusan Pembelian (Y)	0,136	0,05	Sig > Alpha	Homogen

Sumber : Data Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.13 hasil perhitungan *test of homogeneity of variances* didapat nilai Sig 0,492 untuk gaya hidup terhadap keputusan pembelian dan Sig 0,136 kesadaran Desain Produk terhadap keputusan pembelian yang menunjukkan nilai sig > dari alpha (0,05) yang berarti H_0 diterima yang menyatakan varians semua populasi bersifat homogenitas. (Lampiran 8).

4.3.3 Hasil Uji Linieritas

Uji ini dilakukan untuk melihat apakah model regresi dapat didekati dengan persamaan linear dan uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi ataupun regresi linear. Hasil uji linearitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.12
Hasil Uji Linieritas

Variabel	Sig	Alpha	Kondisi	Simpulan
Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	1,0	0,05	Sig > alpha	Linear
Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian	0,058	0,05	Sig > alpha	Linear

Sumber : Data Diolah, 2018

1. Gaya Hidup (X1) Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan tabel 4.13 hasil perhitungan ANOVA table didapat nilai Sig pada baris *Deviantion from linierity* $1,0 >$ dari 0,05 maka H_0 diterima yang menyatakan model regresi berbentuk linier.

2. Gaya Hidup (X1) Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan tabel 4.13 hasil perhitungan ANOVA table didapat nilai Sig pada baris *Deviantion from linierity* $0,058 >$ dari 0,05 maka H_0 diterima yang menyatakan model regresi berbentuk linier.

4.3.4 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas adalah suatu kondisi dimana terjadi korelasi atau hubungan yang kuat diantara variabel bebas yang diikuti sertakan dalam pembentukan model regresi linier. Gejala multikolinieritas dapat juga diketahui dengan menggunakan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*).

Tabel 4.13
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	VIF		Kondisi	Keterangan
Gaya Hidup (X1)	1.012	10	$1.012 < 10$	Tidak ada Gejala multikolinieritas
Desain Produk (X2)	1.012	10	$1.012 < 10$	Tidak ada Gejala Multikolinieritas

Sumber : Data diolah tahun 2018

Dari hasil perhitungan pada table coefficient menunjukkan nilai VIF Variabel Gaya hidup (X1) = 1.012, nilai VIF variabel Desain Produk (X2) = 1.012. dari semua variabel menunjukkan nilai VIF setiap variabel < 10 maka tidak ada gejala multikolinieritas tinggi antar variabel independent X terhadap variabel dependen.

4.3.5 Uji Autokorelasi

Pengujian uji Autokorelasi adalah untuk melihat apakah ada hubungan linier antara *error* serangkaian observasi yang diurutkan menurut waktu (data *Time Series*). Untuk melihat atau mendeteksi ada tidaknya gejala autokorelasi digunakan uji Durbin-watson (DW Test).

Nilai Durbin – Watson kemudian dibandingkan dengan nilai $d - table$. Hasil perbandingan akan menghasilkan kesimpulan seperti kriteria sebagai berikut.

- a. jika $d < dl$, berarti terdapat *autokorelasi* positif
- b. jika $d > (4-dl)$, berarti terdapat *autokorelasi* negative
- c. jika $du < dw < (4-dl)$, berarti tidak terdapat *autokorelasi*
- d. jika $dl < d < du$ atau $(4-du)$, berarti tidak dapat disimpulkan

Tabel 4.14
Hasil Uji Autokorelasi

Variabel	Nilai Durbin-watson	Kesimpulan
Gaya Hidup (X1) Desain Produk (X2) Keputusan Pembelian (Y)	1.911	

Sumber : Data diolah 2018

Berdasarkan tabel 4.15 dari sampel yang kita uji sebanyak 100 dan variabel bebas sebanyak 2, maka diperoleh nilai dL, sebesar (1.6131), dU sebesar (1.7364 dan nilai DW sebesar (1.911) dapat disimpulkan nilai dU (1.7364) < DW (1.911) < (2.3869) yang berarti tidak terdapat autokorelasi.

4.4 Hasil Analisis Data

4.4.1 Regresi Linear Berganda

Tabel 4.15
Hasil Regresi Linear Berganda

Variable	B	Std Error	t hitung	Sig
(Constant)	3,237	1,591	2,035	0,045
Gaya Hidup	0,169	0,053	3,172	0,002
Desain Produk	1,078	0,082	13,228	0,000
f hitung	98,369			
Sig F	0,000			
R (Korelasi)	0,818			
R Square (Determinasi)	0,670			

Sumber : Data Diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.14 diatas, diperoleh nilai koefisien determinasi r^2 sebesar 0,670 artinya Gaya Hidup Dan Desain Produk (X) dapat menjelaskan keputusan pembelian (Y) sebesar 67% dan sisanya 33% dijelaskan oleh variabel lain. Nilai r menunjukkan arah hubungan antara Gaya Hidup, Desain Produk (X) dan keputusan pembelian (Y) adalah positif artinya Tingkat hubungan adalah sangat tinggi karena 0,818 berada pada rentan 0,8000 – 1,0000.

Berdasarkan tabel 4.14 diatas merupakan hasil perhitungan regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS 20. Diperoleh hasil persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 3,237 + 0,196X_1 + 1,078X_2$$

Nilai konstanta sebesar 3,237 yang berarti bahwa tanpa adanya Gaya Hidup (X_1), desain produk (X_2), maka besarnya keputusan pembelian (Y) adalah 3,237 satuan.

Koefisien Gaya Hidup (X_1)

Jika Gaya hidup naik sebesar satu satuan maka Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 0,196 satu satuan.

Koefisien Desain Produk (X_2)

Jika Desain Produk naik sebesar satu satuan maka Keputusan Pembelian akan meningkat sebesar 1,078 satu satuan.

4.4.2 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji t parsial digunakan untuk menguji apakah sebuah variabel bebas benar memberikan pengaruh terhadap variabel terikat. Hasil uji hipotesis secara parsial (Uji t) adalah sebagai berikut :

Tabel 4.16
Hasil Uji Parsial (Uji t)

variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Kondisi	keterangan
Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	3,172	1,660	thitung > ttabel	Berpengaruh
Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian	13,228	1,660	thitung > ttabel	Berpengaruh

Sumber : Data Diolah, 2018

1. Pengaruh Gaya Hidup (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan tabel 4.16 didapat perhitungan pada Gaya Hidup (X1) diperoleh nilai t_{hitung} (3,172) > t_{tabel} (1,660) dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa Gaya Hidup (X1) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

2. Pengaruh Desain Produk (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan tabel 4.16 didapat perhitungan pada Desain Produk (X2) nilai t_{hitung} (13,228) > t_{tabel} (1,660) dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan Desain Produk (X2) secara parsial Keputusan Pembelian (Y)

4.4.3 Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji f)

Uji f digunakan untuk menguji apakah variabel independen (bebas) memberikan pengaruh terhadap variabel dependen (Terikat). dalam pengujian ini untuk mengetahui pengaruh secara bersama- sama antara variabel independen dan variabel dependen

Tabel 4.17

Hasil Uji Simultan (Uji f)

variabel	F _{hitung}	F _{tabel}	Kondisi	keterangan
Gaya hidup dan desain produk terhadap keputusan pembelian	98,369	2,70	f _{hitung} >f _{tabel}	Berpengaruh

Sumber : Data Diolah, 2018

1. Pengaruh Gaya hidup dan desain produk (X) terhadap keputusan pembelian (Y)

Berdasarkan tabel 4.17 didapat perhitungan pada Gaya Hidup (X1) dan Desain Produk (X2) diperoleh nilai F_{hitung} (98,369) > dengan (n-k = 100-3 = 97) dan diperoleh F_{tabe} (2,70) dengan demikian H₀ ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa Gaya Hidup (X1) dan Desain Produk (X2) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

4.5 Pembahasan

Hasil penelitian ini untuk mengetahui bahwa ada tidak nya pengaruh Gaya hidup dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Toyota Calya di Bandar Lampung. Dalam penelitian ini di dapatkan hasil uji korelasi R square sebesar 0,670 menunjukkan keputusan pembelian dipengaruhi oleh Gaya Hidup dan Desain Produk Toyota Calya di Bandar Lampung, sebesar 67,0% sedangkan sisanya 33,0% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain. Dan hasil uji hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

4.5.1 Pengaruh Gaya Hidup (X₁) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Dari hasil uji hipotesis uji t diperoleh untuk variabel Gaya hidup (X_1). kesimpulan bahwa Gaya Hidup berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Toyota Calya di Bandar Lampung. Artinya ada dampak yang dapat diandalkan didalam penelitian ini bahwa gaya hidup dipertimbangkan oleh konsumen sebagai keputusan pembelian mobil Toyota Calya di Bandar Lampung. Semakin tinggi gaya hidup maka dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian mobil Toyota Calya di Bandar Lampung. Hal tersebut didukung dengan teori gaya hidup Menurut (Setiadi dalam susanti 2011) gaya hidup secara luas sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas) apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan) dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan dunia sekitarnya (pendapat). Gaya hidup merupakan sebuah perspektif pemasaran yang mengelompokkan seseorang menjadi kelompok tertentu berdasarkan hal hal yang mereka lakukan, bagaimana mereka suka menghabiskan waktu luang mereka, dan bagaimana memilih untuk menghabiskan pendapat mereka menurut Salomon dalam Marolla (2013).

4.5.2 Pengaruh Desain Produk (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Dari hasil uji hipotesis uji t diperoleh untuk variabel Desain Produk (X_2). kesimpulan bahwa Desain Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Toyota Calya di Bandar Lampung. Semakin baik desain produk akan semakin mempengaruhi keputusan pembelian mobil Toyota Calya di Bandar Lampung Hal tersebut didukung dengan teori tentang Desain Produk adalah Menurut Muhajirin Dalam Rachman (2015) Desain produk adalah pioner dan kunci kesuksesan sebuah produk menembus pasar sebagai basic *bargaining marketing*, mendesain sebuah produk berarti membaca sebuah pasar, kemauan pasar, kemampuan pasar, pola pikir pasar serta banyak aspek lain yang

akhirnya diterjemahkan dan diaplikasikan dalam perancangan sebuah produk. Kemampuan sebuah produk bertahan dalam siklus sebuah pasar ditentukan oleh bagaimana sebuah desain mampu beradaptasi akan perubahan-perubahan dalam bentuk apapun yang terjadi dalam pasar sehingga kemampuan tersebut menjadi nilai keberhasilan bagi produk itu sendiri dikemudian hari.

Menurut Kotler dan Keller Dalam Saidani (2013) desain merupakan totalitas fitur yang mempengaruhi bagaimana sebuah produk terlihat, terasa, dan berfungsi bagi konsumen Lebih lanjut mengenai desain yang baik bagi perusahaan merujuk pada kemudahan dalam pembuatan dan distribusi. Sedangkan bagi konsumen, desain yang baik adalah produk yang indah atau bagus untuk dilihat, mudah di buka, dipasang, digunakan, diperbaiki, dan dibuang.

4.5.3 Pengaruh Gaya Hidup (X_1) dan Desain Produk (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Dari hasil uji F kesimpulan bahwa Gaya hidup dan Desain Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Toyota Calya di Bandar Lampung. Hubungan tersebut mempengaruhi, artinya adanya dampak yang dapat diandalkan didalam penelitian ini bahwa gaya hidup (X_1), dan desain produk (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) Toyota Calya di Bandar Lampung. Semakin tinggi gaya hidup dan semakin baik desain pada sebuah produk dapat meningkatkan pengaruh terhadap keputusan pembelian Hal tersebut didukung dengan teori tentang keputusan pembelian adalah Winardi Dalam Weenas (2013) menyatakan keputusan pembelian konsumen merupakan titik suatu pembelian dari proses evaluasi. Anderson Dan Shofa (2016) keputusan pembelian merupakan tahap pengambilan keputusan pembelian di mana konsumen benar-benar membeli produk atau jasa. Menurut Nurochani Dan Mulyana (2017) Keputusan pembelian pada dasarnya keputusan

untuk membeli merek yang paling disukai konsumen berdasarkan pertimbangan di antara merek-merek pilihan.