

## **BAB V**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **5.1 Hasil Penelitian**

Hasil penelitian adalah proses deskripsi dari seluruh hasil penelitian yang terdiri dari uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda dan uji hipotesis penelitian.

#### **5.2 Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik merupakan uji prasyarat yang ditujukan untuk memenuhi beberapa asumsi dengan tujuan data yang didapat dari penelitian layak untuk dilakukan uji penarikan hipotesis penelitian. Berikut uji asumsi klasik yang didapatkan dalam penelitian ini :

##### **5.2.1 Uji Reabilitas**

Uji reabilitas dalam penelitian ditujukan untuk mendapatkan reabilitas dari data penelitian yang bersumber dari kuisioner yang telah diisi oleh responden. Suatu data dianggap realibel apabila mendapatkan nilai Cronbach alfa diatas 0,60. Berikut hasil uji reabilitas penelitian :

Tabel 5.1  
Uji Reabilitas

Variabel	Nilai Minimal	Nilai Croanbach Alfa	Keterangan
Layanan purna jual (X1)	0,60	0,911	Realibel
Kualitas produk (X2)	0,60	0,906	Realibel
Harga (X3)	0,60	0,892	Realibel
Keputusan pembelian (Y)	0,60	0,870	Realibel

Sumber : Spss diolah

Dari tabel diatas terlihat seluruh variabel mendapatkan nilai cronbach alfa diatas 0,60 yang berarti seluruh variabel penelitian memenuhi asumsi reabilitas.

### 5.2.2 Uji Validitas

Uji reabilitas dalam penelitian ditujukan untuk mendapatkan vailiditas dari data penelitian yang bersumber dari kuisoner yang telah diisi oleh responden. Suatu data dianggap vailid apabila nilai pearson diatas r tabel. . Berikut hasil uji validitas penelitian :

Tabel 5.2  
Uji Validitas

<b>Variabel</b>	<b>Item pertanyaan</b>	<b>Nilai pearson</b>	<b>Nilai r tabel</b>	<b>Keterangan</b>
<b>Layanan purna jual (X1)</b>	i.1	0.820	0.224	Valid
	i.2	0.820	0.224	Valid
	i.3	0.760	0.224	Valid
	i.4	0.592	0.224	Valid
	i.5	0.820	0.224	Valid
	i.6	0.786	0.224	Valid
	i.7	0.771	0.224	Valid
	i.8	0.592	0.224	Valid
	i.9	0.760	0.224	Valid
	i.10	0.592	0.224	Valid
<b>Kualitas produk (X2)</b>	i.1	0.635	0.224	Valid
	i.2	0.724	0.224	Valid
	i.3	0.816	0.224	Valid
	i.4	0.624	0.224	Valid
	i.5	0.801	0.224	Valid
	i.6	0.623	0.224	Valid
	i.7	0.720	0.224	Valid
	i.8	0.707	0.224	Valid
	i.9	0.830	0.224	Valid

	i.10	0.648	0.224	Valid
<b>Harga (X3)</b>	i.1	0.635	0.224	Valid
	i.2	0.724	0.224	Valid
	i.3	0.816	0.224	Valid
	i.4	0.624	0.224	Valid
	i.5	0.801	0.224	Valid
	i.6	0.623	0.224	Valid
	i.7	0.720	0.224	Valid
	i.8	0.707	0.224	Valid
	i.9	0.830	0.224	Valid
	i.10	0.648	0.224	Valid
<b>Keputusan Pembelian (Y)</b>	i.1	0.671	0.224	Valid
	i.2	0.545	0.224	Valid
	i.3	0.616	0.224	Valid
	i.4	0.760	0.224	Valid
	i.5	0.750	0.224	Valid
	i.6	0.564	0.224	Valid
	i.7	0.750	0.224	Valid
	i.8	0.643	0.224	Valid
	i.9	0.716	0.224	Valid
	i.10	0.749	0.224	Valid

Sumber : Spss diolah

Dari tabel diatas terlihat seluruh variabel mendapatkan nilai pearson diatas nilai r tabel 0,224 yang berarti seluruh variabel penelitian memenuhi asumsi validitas.

### 5.2.3 Uji Normalitas

Uji normalitas ditujukan untuk memenuhi asumsi normalitas, dimana suatu data dianggap normal apabila mendapatkan nilai Asymp Sig kolmogrov smirnov diatas taraf nyata 0,05. Berikut hasil uji normalitas pada penelitian ini.

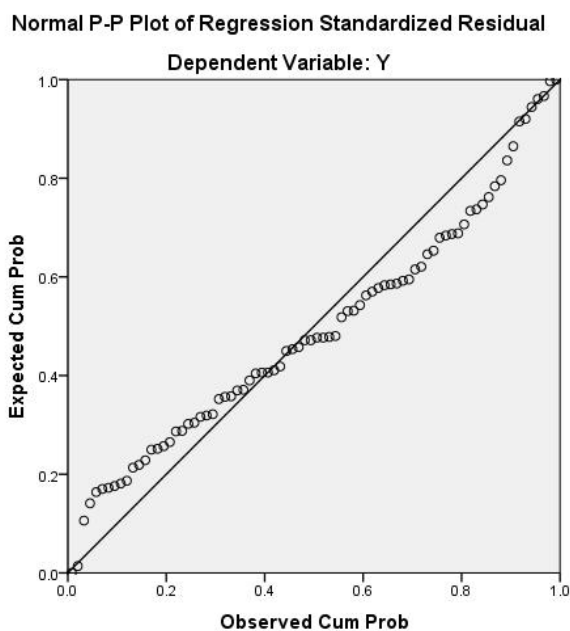
Tabel 5.3  
Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1,78263535
	Absolute	.149
Most Extreme Differences	Positive	.149
	Negative	-.096
Kolmogorov-Smirnov Z		1,487
Asymp. Sig. (2-tailed)		.024

Sumber : Spss diolah

Dari tabel diatas terlihat nilai Asymp Sig sebesar 0,024 diatas taraf nyata 0,05 sehingga bisa dinyatakan bahwa data terdistribusi normal. Untuk memperkuat temuan ini, penulis menambahkan uji

Scater P-Plot, dimana jika sebaran data mengikuti garis diagonal maka data berdistribusi normal, namun apabila data tersebar secara acak maka data tidak berdistribusi normal.



Gambar 5.1

Sumber : Spss diolah

Dari gambar diatas terlihat bahwa sebaran data mengikuti garis diagonal yang berarti data terdistribusi normal.

## 5.2.4 Uji Regresi Linier Berganda

### 5.2.4.1 Uji Koefisien Regresi

Uji koefisien regresi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui adanya hubungan dari seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat keputusan pembelian. Berikut hasil uji koefisien regresi ( $R^2$ ).

Tabel 5.4  
Uji koefisien regresi ( $R^2$ )

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.977 <sup>a</sup>	.955	.953	1,810

Sumber : Spss diolah

Dari tabel diatas diketahui bahwa nilai  $R^2$  yang didapat adalah sebesar 0,955 yang berarti variabel bebas dalam penelitian mampu menjelaskan adanya hubungan sebesar 95,5% terhadap variabel terikat keputusan pembelian. Sisanya sebesar 4,5% dijelaskan oleh variabel-variabel diluar penelitian.

#### 5.2.4.2 Uji Regresi linier berganda

Uji regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas Layanan Purna Jual, Kualitas Produk dan Harga terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian. Berikut hasil uji regresi.

##### a. Uji Regresi Simultan (uji f)

Uji f digunakan untuk mengetahui pengaruh secara simultan dan langsung dari variabel bebas Layanan Purna Jual, Kualitas Produk dan Harga terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian. Apabila nilai Sig uji F dibawah taraf nyata 0,05 maka dapat dinyatakan seluruh variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian. Berikut hasil uji f :

Tabel 5.5

Uji f  
ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6606.149	3	2202.050	671.952	.000 <sup>b</sup>
	Residual	314.601	96	3.277		
	Total	6920.750	99			

Sumber : Spss diolah

Dari tabel diatas terlihat nilai Sig uji F mendapatkan nilai 0,00 nilai tersebut dibawah taraf nyata 0,05 sehingga dapat dinyatakan seluruh variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian.

b. Uji Regresi Parsial (uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan langsung dari variabel bebas Layanan Purna Jual, Kualitas Produk dan Harga terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian. Apabila nilai Sig uji t dibawah taraf nyata 0,05 maka dapat dinyatakan seluruh variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian. Berikut hasil uji t :



Tabel 5.6

Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.648	.685		5.329	.000
X1	.087	.134	.095	.649	.518
X2	.664	.112	.722	5.944	.000
X3	.158	.100	.166	1.579	.118

Sumber : Spss diolah

Dari tabel diatas terlihat nilai Sig uji t untuk variabel X1 mendapatkan nilai 0,518 nilai tersebut diatas taraf nyata 0,05, nilai Sig uji t untuk variabel X2 mendapatkan nilai 0,00 nilai tersebut dibawah taraf nyata 0,05, nilai Sig uji t untuk variabel X3 mendapatkan nilai 0,118 nilai tersebut diatas taraf nyata 0,05 sehingga dapat dinyatakan hanya variabel bebas (X2) yang berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat Keputusan Pembelian.

### 5.3 Pengujian Hipotesis

#### 1. Persamaan Regresi

Persamaan regresi merupakan formula yang menunjukkan hubungan keterkaitan antar variabel dalam membentuk nilai variabel terikat. Berikut persamaan regresi dalam penelitian ini :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

$$Y = 3.648 \text{ Konstanta} + 0.087 \text{ Layanan Purna Jual} + 0.664 \text{ Kualitas Produk} + 0.158 \text{ Harga}$$

Dari persamaan regresi tersebut diatas terlihat hasil konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 3.648 yang dapat diartikan bahwa jika setiap variabel bebas dianggap konstan, maka nilai y adalah sebesar 3.648.

## 2. Pembuktian Hipotesis

Berdasarkan hasil uji regresi yang telah dilakukan berikut pembuktian hipotesis yang diajukan dalam penelitian.

### a. Hipotesis 1

Hipotesis yang diajukan adalah : Hasil uji t untuk variabel X1 mendapatkan nilai sig 0,518 nilai tersebut diatas taraf nyata 0,05. Dari hasil ini maka dapat dinyatakan bahwa layanan purna jual secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

### b. Hipotesis 2

Hipotesis yang diajukan adalah : Hasil uji t untuk variabel X2 mendapatkan nilai sig 0,00 nilai tersebut dibawah taraf nyata 0,05. Dari hasil ini maka dapat dinyatakan bahwa kualitas produk secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

### c. Hipotesis 3

Hipotesis yang diajukan adalah : Hasil uji t untuk variabel X3 mendapatkan nilai sig 0,118 nilai tersebut diatas taraf nyata 0,05. Dari hasil ini maka dapat dinyatakan bahwa harga secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

d. Hipotesis 4

Hipotesis yang diajukan adalah : Hasil uji f mendapatkan nilai Sig 0,00 nilai tersebut dibawah taraf nyata 0,05. Dari hasil ini maka dapat dinyatakan bahwa layanan purna jual, kualitas produk dan harga secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

#### 5.4 Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Variabel Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian

Layanan purna jual merupakan pelayanan yang terkait dengan pelayanan yang didapatkan oleh konsumen setelah membeli suatu produk sampai pada batas yang telah diinformasikan sebelumnya oleh pihak produsen. Dalam kaitan industri otomotif sepeda motor, pelayanan purna jual meliputi pelayanan service, penyediaan suku cadang dan penggantian barang yang rusak selama belum melebihi batas waktu yang ditentukan dan sesuai syarat serta ketentuan yang ditetapkan oleh pihak produsen.

Hasil penelitian yang menunjukkan tidak adanya pengaruh dari variabel layanan purna jual terhadap keputusan pembelian kendaraan sepeda motor Suzuki. dengan nilai koefisien beta sebesar 0.087 dapat diartikan bahwa setiap kenaikan satu output pada layanan purna jual akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0.087.

Didalam usaha melakukan pelayanan purna jual yang baik, seharusnya Suzuki lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanan purna jual seperti memberikan jaminan kepada konsumen bahwa keputusan yang diambilnya tepat, produk yang dibelinya betul-betul bermanfaat dan hasil kerja produk tersebut memuaskan, sehingga konsumen merasa lebih puas dan nyaman dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak Suzuki. Oleh karena itu dalam hasil penelitian ini tidak terdapat pengaruh secara signifikan dari variabel bebas layanan purna jual terhadap variabel terikat keputusan pembelian.

## 2. Pengaruh Variabel Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas produk adalah dengan arti kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Hasil penelitian yang menunjukkan adanya pengaruh dari variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian kendaraan sepeda motor Suzuki. Dengan nilai koefisien beta sebesar 0.664 dapat diartikan bahwa setiap kenaikan satu output pada kualitas produk akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0.664.

Dari penelitian yang telah dilakukan membuktikan bahwa kualitas produk kendaraan sepeda motor Suzuki bisa membuat konsumen merasa puas dalam memilih kendaraan sepeda motor Suzuki, karena kendaraan Suzuki mempunyai keunggulan kualitas produk yaitu tidak terlalu cepat mengalami kerusakan dibanding produk pesaing. Sehingga konsumen tidak merasa kecewa dengan hasil keputusan pembelian yang mereka tentukan. Oleh karena itu dalam hasil penelitian ini terdapat pengaruh secara signifikan dari variabel kualitas produk terhadap variabel terikat keputusan pembelian.

## 3. Pengaruh Variabel Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Harga adalah jumlah yang harus disiapkan oleh pelanggan yang ingin mendapatkan barang atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Hasil penelitian yang menunjukkan tidak adanya pengaruh dari variabel harga terhadap keputusan pembelian kendaraan sepeda motor Suzuki. Dengan nilai koefisien beta sebesar 0.158 dapat diartikan bahwa setiap kenaikan satu output pada harga akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0.158.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan membuktikan bahwa harga kendaraan sepeda motor Suzuki kurang terjangkau bagi

konsumen dan bisa terbilang jauh lebih mahal daripada harga motor produk pesaing dengan type sejenis. Oleh karena itu dalam hasil penelitian ini tidak dapat pengaruh secara signifikan dari variabel bebas harga terhadap variabel terikat keputusan pembelian.