

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Pembahasan

4.1.1 Lokasi Penelitian

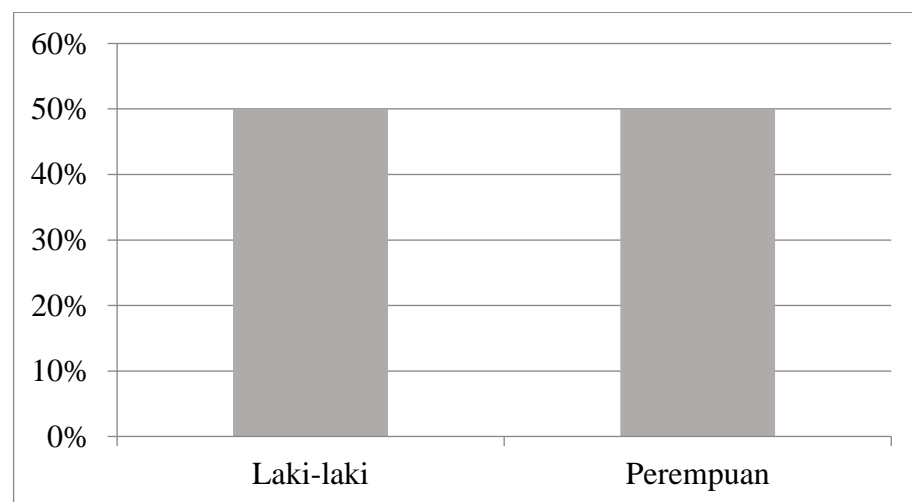
Penelitian dilakukan di PT. Surya Inti Putra Pahlawan Probolinggo yang beralamat di Jalan Pahlawan No. 39 Kota Probolinggo. Awal berdirinya pada tanggal 1 Juli 2006 PT. Surya Timur Sakti Jatim membuka cabang di Kota Probolinggo dengan nama PT. Roda Surya Motor yang beralamat di Jl. Soekarno Hatta Probolinggo dan dikenal dengan nama PT. Surya Inti Putra Soekarno Hatta. Tahun 2008, PT. Surya Inti Putra Soekarno Hatta berpindah kantor di Jalan Pahlawan No. 39 dan menjadikan pusatnya yang sekarang dikenal PT. Surya Inti Putra Pahlawan.

4.1.2 Deskripsi Responden

Dalam penelitian ini karakteristik responden perlu disajikan guna menggambarkan keadaan atau kondisi responden pada PT. Surya Inti Putra Pahlawan Kota Probolinggo, sehingga dapat memberikan tambahan untuk memahami hasil penelitian. Dalam hal ini peneliti membagi karakteristik responden menjadi 3 jenis yaitu:

a. Data Responden Menurut Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat diketahui dalam gambar berikut:

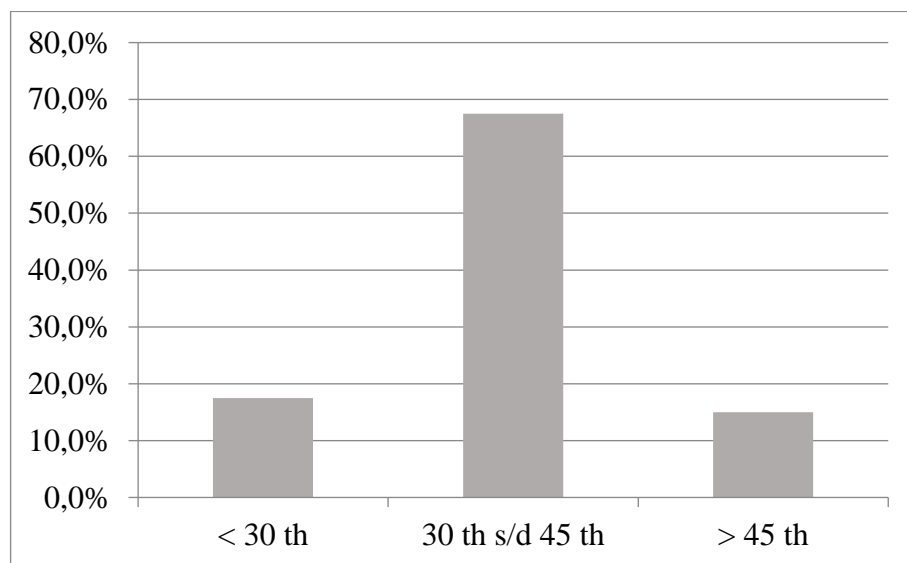


Gambar 2: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
Sumber: Data primer hasil kuesioner yang diolah

Pada gambar 2 diatas menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini seimbang antara laki-laki dan perempuan. Dimana sebanyak 50% atau 20 responden adalah berjenis kelamin laki-laki dan sisanya 50% atau sebanyak 20 responden yang berjenis kelamin perempuan.

b. Data Responden Menurut Usia

Deskripsi responden dalam klasifikasi usia, peneliti membaginya dalam 3 jenis, diantaranya adalah responden dengan usia dibawah 30 tahun, 30 tahun sampai dengan 45 tahun dan responden yang berusia lebih dari 45 tahun. Adapun deskripsi responden berdasarkan usia dapat dilihat pada gambar berikut:

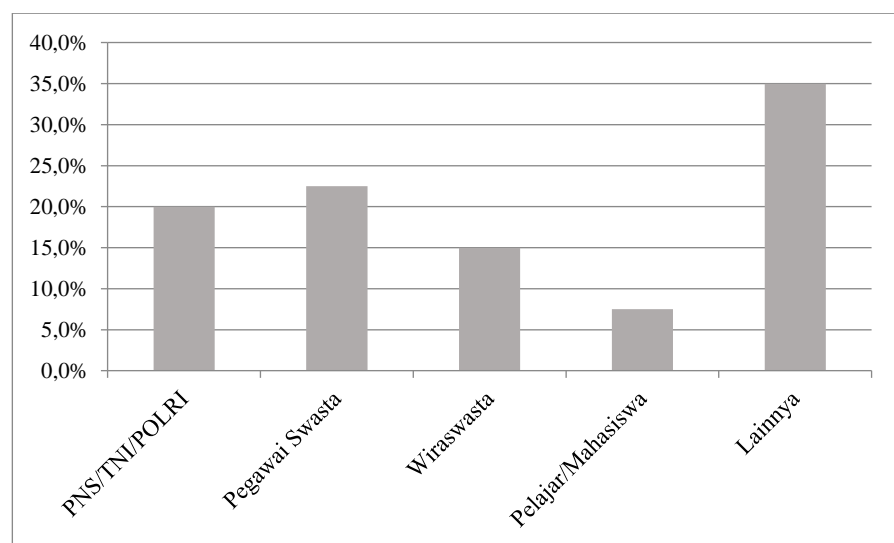


Gambar 3: Karakteristik Responden Berdasarkan Usia
Sumber: Data Primer Hasil Kuesioner yang diolah

Dari gambar 3 terlihat bahwa usia dari responden pada PT. Surya Inti Putra Pahlawan Kota Probolinggo yang dijadikan sampel, usianya yang kurang dari 30 tahun sebanyak 17,5% atau 7 orang. Usia diantara 30 sampai dengan 45 tahun sebanyak 67,5% yakni ada 27 orang. Dan pada usia diatas 45 tahun ada 6 orang atau 15% dari total responden. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden pada PT. Surya Inti Putra Pahlawan Kota Probolinggo pada usia diantara 30 tahun sampai dengan 45 tahun, yaitu sebanyak 27 orang.

c. Data Responden Menurut Pekerjaan

Data tentang deskripsi dalam klasifikasi jenis pekerjaan Responden, peneliti membaginya dalam 5 kategori, yaitu PNS/TNI/POLRI, Wiraswasta, Pegawai Swasta, Pelajar/Mahasiswa dan lainnya (petani, mengurus rumah tangga, pedagang). Adapun data mengenai jenis pekerjaan responden adalah sebagai berikut:



Gambar 4: Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan
Sumber: Data Primer Hasil Kuesioner yang diolah

Dari gambar 4 di atas menunjukkan bahwa jenis pekerjaan responden untuk PNS/TNI/POLRI sebanyak 20% atau 8 orang, Pegawai Swasta 22,5% atau 9 orang, Wiraswasta sebanyak 15% atau 6 orang, Pelajar/Mahasiswa 7,5% atau 3 orang dan Lainnya sebanyak 35% atau 14 orang.

4.1.3 Deskripsi Penilaian Responden

Rekapitulasi penilaian responden terhadap kuesioner yang diberikan baik terhadap iklan, kualitas produk maupun keputusan pembelian, sebagai berikut:

a. Deskripsi Variabel Citra Merek

Penilaian responden terhadap kuesioner variabel citra merek, sebagaimana pada tabel dibawah ini:

Tabel 2
Penilaian Responden Terhadap Citra Merek

No	Item Pernyataan	Pernyataan (X1)					Jumlah
		SS	S	KS	TS	STS	
1.	Pernyataan 1	16	19	5	0	0	40
		40%	47,5%	12,5%	0%	0%	100%
2.	Pernyataan 2	15	16	9	0	0	40
		37,5%	40%	22,5%	0%	0%	100%
3.	Pernyataan 3	9	20	11	0	0	40
		22,5%	50%	27,5%	0%	0%	100%
4.	Pernyataan 4	12	18	7	3	0	40
		30%	45%	17,5%	7,5%	0%	100%
Jumlah		52	73	32	3	0	160
Presentase (%)		32,5%	45,5%	20%	2%	0%	100%

Sumber: Data Primer Hasil Kuesioner

Berdasarkan hasil kuesioner di atas diketahui bahwa rata-rata responden setuju terhadap variabel citra merek, hal ini terlihat dari jumlah responden terdapat 34,5% yang menyatakan sangat setuju, 48,4% menyatakan setuju, 15,2% menyatakan kurang setuju, 1,9% responden yang menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

b. Deskripsi Variabel Harga

Penilaian responden terhadap kuesioner variabel harga, sebagaimana pada tabel dibawah ini:

Tabel 3
Penilaian Responden Terhadap Harga

No	Item Pernyataan	Pernyataan (X2)					Jumlah
		SS	S	KS	TS	STS	
1.	Pernyataan 1	14	22	4	0	0	40
		35%	55%	10%	0%	0%	100%
2.	Pernyataan 2	10	25	5	0	0	40
		25%	62,5%	12,5%	0%	0%	100%
3.	Pernyataan 3	10	23	7	0	0	40
		25%	57,5%	17,5%	0%	0%	100%
4.	Pernyataan 4	8	21	10	1	0	40
		20%	52,5%	25%	2,5%	0%	100%
5.	Pernyataan 5	9	22	9	0	0	40
		22,5%	55%	22,5%	0%	0%	100%
Jumlah		51	113	35	1	0	200
Presentase (%)		25,5%	56,5%	17,5%	0,5%	0%	100%

Sumber: Data Primer Hasil Kuesioner

Berdasarkan hasil kuesioner di atas diketahui bahwa rata-rata responden setuju terhadap variabel harga, hal ini terlihat dari jumlah responden terdapat 25,5% yang menyatakan sangat setuju, 56,5% menyatakan setuju, 17,5% menyatakan kurang setuju, 0,5% responden yang menyatakan tidak setuju dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju.

c. Deskripsi Variabel Kualitas Produk

Penilaian responden terhadap kuesioner variabel kualitas produk, sebagaimana pada tabel dibawah ini:

Tabel 4
Penilaian Responden Terhadap Kualitas Produk

No	Item Pernyataan	Pernyataan (X3)					Jumlah
		SS	S	KS	TS	STS	
1.	Pernyataan 1	16	21	3	0	0	40
		40%	52,5%	7,5%	0%	0%	100%
2.	Pernyataan 2	12	23	5	0	0	40
		30%	57,5%	12,5%	0%	0%	100%
3.	Pernyataan 3	10	24	6	0	0	40
		25%	60%	15%	0%	0%	100%
4.	Pernyataan 4	12	20	8	0	0	40
		30%	50%	20%	0%	0%	100%
5.	Pernyataan 5	12	16	12	0	0	40
		30%	40%	30%	0%	0%	100%
6.	Pernyataan 6	10	23	7	0	0	40
		25%	65%	10%	0%	0%	100%
7.	Pernyataan 7	10	23	7	0	0	40
		35%	57,5%	17,5%	0%	0%	100%
8.	Pertanyaan 8	11	21	8	0	0	40
		27,5%	52,5%	20%	0%	0%	100%
Jumlah		93	171	56	0	0	320
Presentase (%)		29%	53%	18%	0%	0%	100%

Sumber: Data Primer Hasil Kuesioner

Berdasarkan hasil kuesioner di atas diketahui bahwa rata-rata responden setuju terhadap variabel kualitas produk, hal ini terlihat dari jumlah responden terdapat 29% yang menyatakan sangat setuju, 53% menyatakan setuju, 18% menyatakan kurang setuju, tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

d. Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian

Penilaian responden terhadap kuesioner variabel keputusan pembelian, sebagaimana pada tabel dibawah ini:

Tabel 5
Penilaian Responden Terhadap Keputusan Pembelian

No	Item Pernyataan	Pernyataan (Y)					Jumlah
		SS	S	KS	TS	STS	
1.	Pernyataan 1	16	21	3	0	0	40
		40%	52,5%	7,5%	0%	0%	100%
2.	Pernyataan 2	7	26	7	0	0	40
		17,5%	65%	17,5%	0%	0%	100%
3.	Pernyataan 3	7	24	9	0	0	40
		17,5%	60%	22,5%	0%	0%	100%
4.	Pernyataan 4	8	18	14	0	0	40
		20%	45%	35%	0%	0%	100%
5.	Pernyataan 5	5	26	9	0	0	40
		12,5%	65%	22,5%	0%	0%	100%
Jumlah		43	115	42	0	0	200
Presentase (%)		21,5%	57,5%	21%	0%	0%	100%

Sumber: Data Primer Hasil Kuesioner

Berdasarkan hasil kuesioner di atas diketahui bahwa rata-rata responden setuju terhadap variabel kualitas produk, hal ini terlihat dari jumlah responden terdapat 21,5% yang menyatakan sangat setuju, 57,5% menyatakan setuju, 21% menyatakan kurang setuju, tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

4.1.4 Analisis Data

A. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah kuesioner yang ada dapat mengungkapkan data-data yang ada pada variabel-variabel penelitian secara tepat. Pengujian untuk menentukan signifikan atau tidak signifikan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel untuk df (*degree of freedom*) = $n-2$ dalam hal ini $40-2 = 38$ untuk α 0,05 dengan uji 2 sisi didapat r tabel 0,312. Jika r hitung > r tabel dan r hitung bernilai positif maka butir pernyataan tersebut dikatakan valid dan sebaliknya apabila r hitung < r tabel maka pernyataan tersebut tidak valid. Hasil analisis dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 6
Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Citra Merek

Variabel	Item	Corrected item-total correlation (r hitung)	r table	Keterangan
Citra Merek (X1)	1	0,691	0,312	Valid
	2	0,710	0,312	Valid
	3	0,666	0,312	Valid
	4	0,849	0,312	Valid

Sumber: Data hasil olahan *Output* SPSS 23 dengan r tabel signifikansi 0,05 uji 2 sisi

Dari tabel 6 di atas terlihat bahwa nilai r hitung pada kolom *corrected item-total correlation* untuk masing-masing item memiliki r

hitung lebih besar dan positif dibandingkan r tabel, maka dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator variabel X_1 adalah valid.

Tabel 7
Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Harga

Variabel	Item	Corrected item-total correlation (r hitung)	r table	Keterangan
Harga (X2)	1	0,715	0,312	Valid
	2	0,804	0,312	Valid
	3	0,830	0,312	Valid
	4	0,804	0,312	Valid
	5	0,744	0,312	Valid

Sumber: Data hasil olahan *Output* SPSS 23 dengan r tabel signifikansi 0,05 uji 2 sisi

Dari tabel 7 di atas terlihat bahwa nilai r hitung pada kolom *corrected item-total correlation* untuk masing-masing item memiliki r hitung lebih besar dan positif dibandingkan r tabel, maka dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator variabel X_2 adalah valid.

Tabel 8
Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Kualitas Produk

Variabel	Item	Corrected item-total correlation (r hitung)	r table	Keterangan
Kualitas Produk (X3)	1	0,661	0,312	Valid
	2	0,669	0,312	Valid
	3	0,659	0,312	Valid
	4	0,680	0,312	Valid
	5	0,612	0,312	Valid
	6	0,723	0,312	Valid
	7	0,646	0,312	Valid
	8	0,600	0,312	Valid

Sumber: Data hasil olahan *Output* SPSS 23 dengan r tabel signifikansi 0,05 uji 2 sisi

Dari tabel 8 di atas terlihat bahwa nilai r hitung pada kolom *corrected item-total correlation* untuk masing-masing item memiliki r hitung lebih besar dan positif dibandingkan r tabel, maka dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator variabel X_3 adalah valid.

Tabel 9
Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Keputusan Pembelian

Variabel	Item	Corrected item-total correlation (r hitung)	r table	Keterangan
Keputusan Pembelian (Y)	1	0,686	0,312	Valid
	2	0,632	0,312	Valid
	3	0,761	0,312	Valid
	4	0,678	0,312	Valid
	5	0,643	0,312	Valid

Sumber: Data hasil olahan *Output* SPSS 23 dengan r tabel signifikansi 0,05 uji 2 sisi

Dari tabel 9 di atas terlihat bahwa nilai r hitung pada kolom *corrected item-total correlation* untuk masing-masing item memiliki r hitung lebih besar dan positif dibandingkan r tabel, maka dapat disimpulkan bahwa indikator-indikator variabel Y adalah valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu yang merupakan indikator dari variabel. Untuk mengukur reliabilitas dengan menggunakan program SPSS dengan fasilitas *Cronbach Alpha* (α). Dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$. Adapun hasil pengujian reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 10
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Jumlah Butir Pernyataan (N)	Cronbach Alpha Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
X1	4 item	0,711	0,60	Reliabel
X2	5 item	0,837	0,60	Reliabel
X3	8 item	0,808	0,60	Reliabel
Y	5 item	0,708	0,60	Reliabel

Sumber: Data hasil olahan SPSS 23

Dari tabel 10 diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel X₁, X₂, X₃ dan Y adalah reliabel.

B. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolonieritas

Uji Multikolinieritas ini menggunakan besaran *tolerance* (α) dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Dimana *tolerance* (α) = 10% atau 0,10 dan VIF = 10. Adapun hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 11
Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

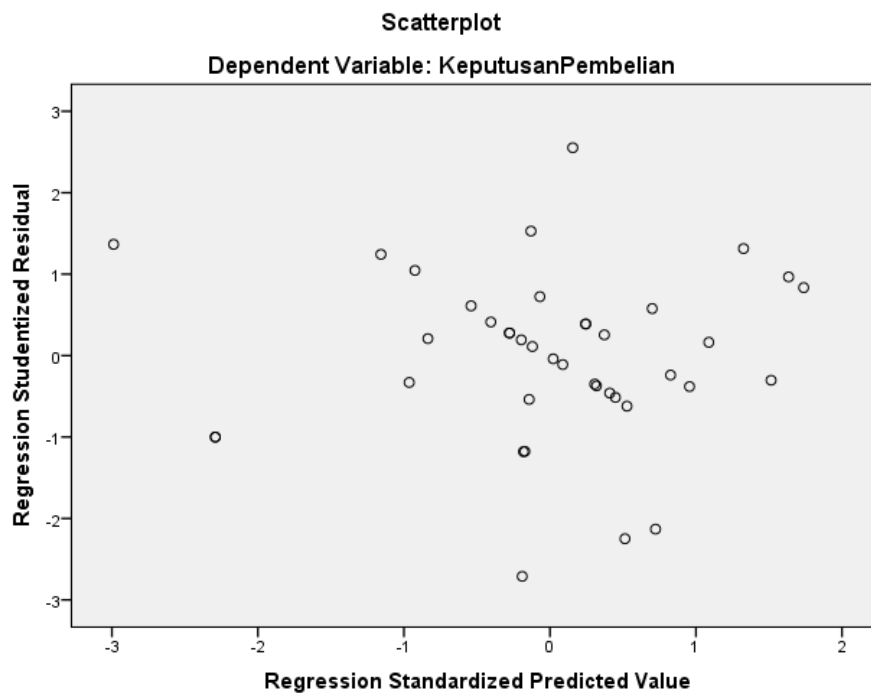
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.144	2.988		.718	.478		
CitraMerek	.309	.150	.320	2.060	.047	.527	1.897
Harga	.227	.096	.271	2.362	.024	.971	1.029
KualitasProduk	.250	.095	.407	2.635	.012	.536	1.866

a. Dependent Variable: KeputusanPembelian

Sumber: Data hasil olahan SPSS 23

Dari tabel 11 diatas nilai *output* VIF hitung (VIF Citra Merek =1,897, VIF Harga = 1,029 dan VIF Kualitas Produk= 1,866) < 10 dan semua *tolerance* variabel independen (Citra Merek = 0,527 , Harga = 0,971 dan Kualitas Produk = 0,536) > 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa antar variabel independen tidak terjadi multikolinieritas.

2. Uji Heteroskedastisitas

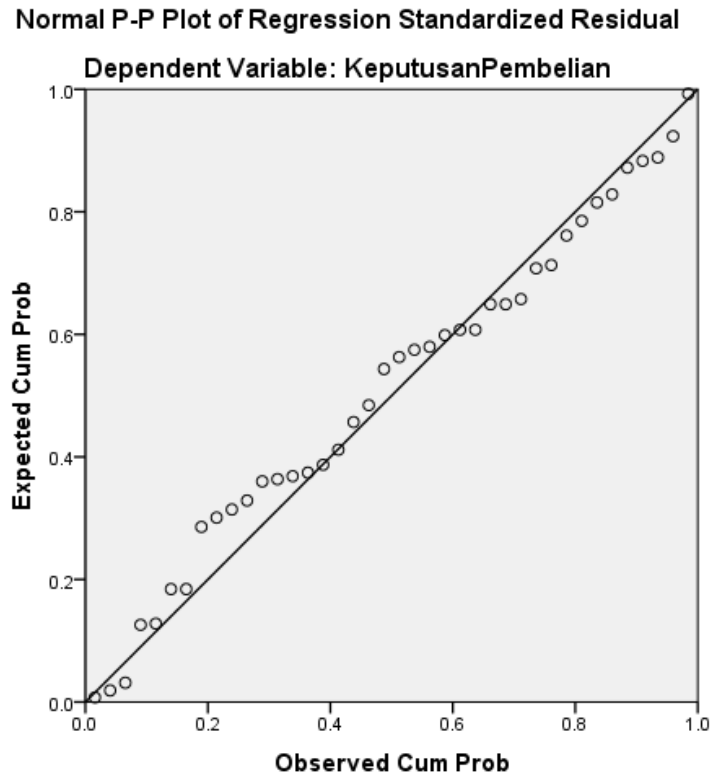


Gambar 5: *Scatterplot*

Sumber: Hasil olahan data SPSS 23

Analisis hasil output SPSS scatterplot di atas didapatkan titik menyebar dan tidak berkumpul pada satu tempat. Sehingga dapat disimpulkan, bahwa variabel bebas diatas tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Normalitas



Gambar 6: *Normal Probability Plots*
Sumber: Hasil olahan data SPSS 23

Dari hasil *Normal Probability plots* menunjukkan titik-titik mengikuti dan mendekati garis diagonalnya sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

4. Uji Autokorelasi

Tabel 12
Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.735 ^a	.541	.503	1.528	1.691

a. Predictors: (Constant), KualitasProduk, Harga, CitraMerek

b. Dependent Variable: KeputusanPembelian

Sumber: Sumber: Data olahan SPSS 23

Mendeteksi nilai autokorelasi dengan menggunakan Durbin Waston dengan kriteria jika:

- a) Angka D-W di bawah -2 berarti ada autokorelasi;
- b) Angka D-W di antara -2 dan +2 berarti tidak ada autokorelasi;
- c) Angka D-W di atas +2 berarti ada autokorelasi *negative*.

Dari tabel *Model Summary* di atas diketahui nilai Durbin-Watson 1,691 dapat disimpulkan bahwa residual tidak mengandung autokorelasi.

C. Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil perhitungan komputer melalui program SPSS dapat diketahui masing-masing konstanta (a) dan koefisiensi prediktor (b_1 , b_2 , b_3) seperti pada tabel berikut:

Tabel 13
Analisis Regresi Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.144	2.988		.718	.478
CitraMerek	.309	.150	.320	2.060	.047
Harga	.227	.096	.271	2.362	.024
KualitasProduk	.250	.095	.407	2.635	.012

a. Dependent Variable: KeputusanPembelian

Sumber: Data hasil olahan SPSS 23

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 13 diatas diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 2.144 + 0,309 X_1 + 0,227 X_2 + 0,250 X_3 + e$$

Dari persamaan regresi diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta Keputusan Pembelian (Y) sebesar 2.144 yang menyatakan jika variabel X_1 , X_2 , X_3 sama dengan nol yaitu Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk maka Keputusan Pembelian sebesar 2.144.
- 2) Koefisien X_1 sebesar 0,309 berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel X_1 (Citra Merek) sebesar 1% maka Keputusan Pembelian meningkat sebesar 0,309 (30,9%) atau sebaliknya setiap terjadi penurunan variabel X_1 (Citra Merek) sebesar 1% maka Keputusan Pembelian menurun sebesar 0,309 (30,9%)

- 3) Koefisien X_2 sebesar 0,227 berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel X_2 (Harga) sebesar 1% maka Keputusan Pembelian meningkat sebesar 0,227 (22,7%) atau sebaliknya setiap terjadi penurunan variabel X_2 (Harga) sebesar 1% maka Keputusan Pembelian menurun sebesar 0,227 (22,7%)
- 4) Koefisien X_3 sebesar 0,250 berarti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel X_3 (Kualitas Produk) sebesar 1% maka Keputusan Pembelian meningkat sebesar 0,250 (25%) atau sebaliknya setiap terjadi penurunan variabel X_3 (Disiplin Kerja) sebesar 1% maka Keputusan Pembelian menurun sebesar 0,250 (25%)

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

4.1.5 Pengujian Hipotesis

A. Uji Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama, dengan membandingkan nilai probabilitas Sig dengan taraf signifikan 5% dan perbandingan antara F hitung dengan F tabel.

1) Perumusan Hipotesis

$H_0 : \beta_i = 0$; Tidak ada pengaruh signifikansi antara variabel X_1 , X_2 , dan X_3 secara simultan terhadap Y .

$H_a : \beta_i \neq 0$; Ada pengaruh signifikansi antara variabel X_1 , X_2 , dan X_3 secara simultan terhadap Y .

- 2) Membandingkan nilai F hitung masing-masing variabel bebas dengan F tabel ($df_2 = n-k-1$ atau $40-3-1 = 36$ (n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel independen). Hasil diperoleh untuk F tabel adalah 2,87) pada derajat kesalahan 5% dalam arti ($\alpha = 0.05$).
- 3) Kriteria pengambilan keputusan mengikuti aturan sebagai berikut:
 - a. Apabila F hitung \geq dari nilai F tabel atau nilai signifikansi $\leq 5\%$ maka H_0 ditolak.
 - b. Apabila F hitung \leq dari nilai F tabel atau nilai signifikansi $\geq 5\%$ maka H_0 diterima.
- 4) Pengujian

Dari hasil olah data menggunakan perhitungan program komputer SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 14
Uji Simultan
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	98.963	3	32.988	14.136	.000 ^b
	Residual	84.012	36	2.334		
	Total	182.975	39			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga, Citra Merek

Sumber: Data hasil olahan SPSS 23

Berdasarkan tabel 14 di atas, diperoleh nilai F hitung sebesar 14,136 $>$ F tabel 2,87 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 atau

$0\% < 5\%$. Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang diajukan diterima, yang berarti ada pengaruh signifikan antara variabel citra merek, harga dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha N-MAX pada PT. Surya Inti Putra Pahlawaan Kota Probolinggo diterima.

B. Uji Parsial (Uji t)

Analisis regresi parsial (individu) guna untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh signifikan dari masing-masing variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Dengan membandingkan nilai probabilitas Sig dengan taraf signifikan 5% dan perbandingan antara t hitung dengan t tabel.

1) Perumusan Hipotesis

$H_0 : \beta_i = 0$; Tidak ada pengaruh signifikansi antara variabel X_1 , X_2 , dan X_3 secara parsial terhadap Y.

$H_a : \beta_i \neq 0$; Ada pengaruh signifikan antara variabel X_1 , X_2 , dan X_3 secara parsial terhadap Y.

2) Membandingkan nilai t hitung dengan t tabel ($df_2 = n-k-1$ atau $40-3-1 = 36$ (n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel independen). Hasil diperoleh untuk t hitung adalah 2,028) pada derajat kesalahan 5% dalam arti ($\alpha = 0.05$).

3) Kriteria pengambilan keputusan mengikuti aturan sebagai berikut:

- a. Apabila $t \text{ hitung} \geq$ dari nilai t tabel atau nilai signifikansi $\leq 5\%$ maka H_0 ditolak.
- b. Apabila $t \text{ hitung} \leq$ dari nilai t tabel atau nilai signifikansi $\geq 5\%$ maka H_0 diterima.

4) Pengujian

Dari hasil olah data menggunakan perhitungan melalui program komputer SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 15
Uji Parsial
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.144	2.988		.718	.478
CitraMerek	.309	.150	.320	2.060	.047
Harga	.227	.096	.271	2.362	.024
KualitasProduk	.250	.095	.407	2.635	.012

a. Dependent Variable: KeputusanPembelian
Sumber: Data hasil olahan SPSS 23

Berdasarkan tabel 15 diatas diperoleh nilai t hitung variabel citra merek sebesar 2,060, nilai t hitung variabel harga sebesar 2,362 dan nilai t hitung variabel kualitas produk sebesar 2,635. Dibandingkan dengan nilai t tabel yaitu sebesar 2,028 dari sini menunjukkan bahwa nilai t hitung (variabel citra merek, harga dan kualitas produk) lebih besar dari nilai t tabel. Dilihat dari nilai signifikan, pada hasil olahan SPSS nilai signifikan variabel citra

merek yaitu sebesar $0,047 < 0,05$, nilai signifikan variabel harga yaitu sebesar $0,024 < 0,05$ dan nilai signifikan variabel kualitas produk yaitu sebesar $0,012 < 0,05$. Maka dari perbandingan t hitung dan t tabel serta dilihat dari nilai signifikan dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang diajukan diterima, artinya ada pengaruh signifikan antara variabel citra merek, harga dan kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha N-MAX pada PT. Surya Inti Putra Kota Probolinggo diterima.

C) Uji Dominan

Untuk uji ini hanya melihat nilai koefisien beta mana yang memiliki pengaruh paling besar secara parsial antara variabel independent terhadap variabel dependen berdasarkan tabel 15.

- a. Variabel Citra Merek (X1) dengan nilai koefisien beta 0,320
- b. Variabel Harga (X2) dengan nilai koefisien beta 0,271
- c. Variabel Kualitas Produk (X3) dengan nilai koefisien beta 0,407

Jadi variabel Kualitas Produk (X3) merupakan variabel dominan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha N-MAX pada PT. Surya Inti Putra Kota Probolinggo. Berdasarkan hasil koefisien beta menunjukkan bahwa sesuai *Standardized Beta Coefficients* dengan yang sudah dirumuskan.

4.1.6 Koefisien Determinasi

Tabel 16
Analisis Adjusted R Square

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.735 ^a	.541	.503	1.528

a. Predictors: (Constant), KualitasProduk, Harga, CitraMerek

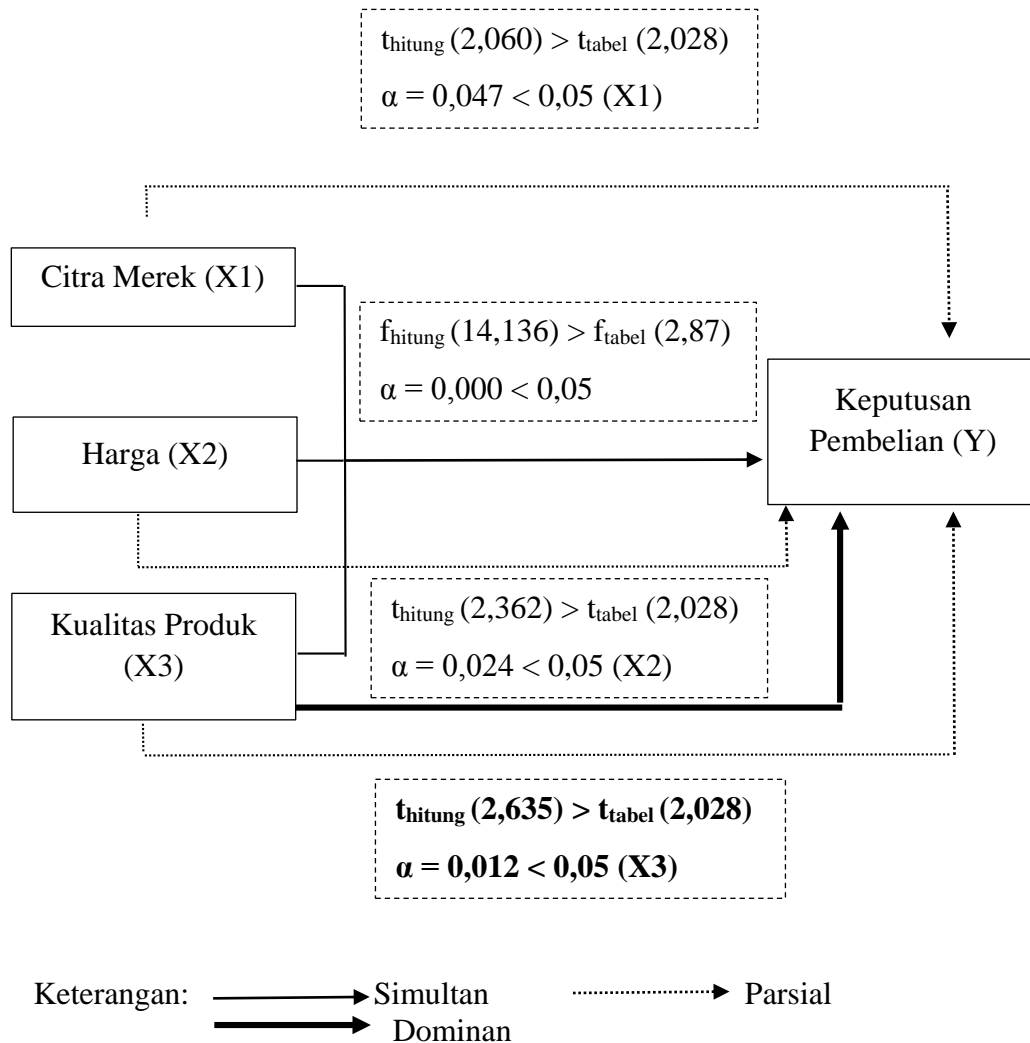
b. Dependent Variable: KeputusanPembelian

Sumber : Data primer hasil olahan SPSS 23

Dilihat dari tabel 16 diatas diketahui nilai Adjust R Square adalah sebesar 0,503 Hal ini berarti 50,3% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel citra merek, harga dan kualitas produk, sedangkan sisanya yaitu 49,7% (100%- 50,3%) keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Menggunakan nilai Adjust R Square karena dalam penelitian ini menggunakan lebih dari dua variabelin dependen.

4.2 Hasil Kerangka Berfikir dan Pembahasan

4.2.1 Hasil Kerangka Berfikir



Gambar 7 : Hasil Kerangka Berfikir
 Sumber : Data Primer yang diolah, 2022

Dapat dibuktikan bahwa variabel Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian dimana F hitung =14,136. Sedangkan dari uji parsial dibuktikan bahwa variabel Citra Merek berpengaruh signifikan

terhadap variabel Keputusan Pembelian t hitung = 2,060. Sedangkan variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian t hitung = 2,362 dan variabel Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian t hitung = 2,635. Variabel Kualitas Produk mempunyai pengaruh dominan terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Yamaha N-MAX pada PT. Surya Inti Putra Pahlawan Kota Probolinggo dengan Koefisien beta = 0,407.

4.2.2 Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Secara Simultan

Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha N-MAX secara Simultan Pada PT. Surya Inti Putra Pahlawan Kota Probolinggo.

Melalui hasil penghitungan Uji F pada tabel 11 diperoleh F hitung sebesar 14,136 yang lebih besar dari F tabel sebesar 2,87 atau ($14,136 > 2,87$) dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 yang lebih kecil dari α ($0,000 < 0,05$). Maka berarti bahwa Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha N-MAX Pada PT. Surya Inti Putra Pahlawan Kota Probolinggo.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Indah dkk (2020) Hasil penghitungan statistik menunjukkan nilai F

hitung = 82,602 > F tabel = 2,70 dan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Berdasarkan pengujian tersebut menyimpulkan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi secara bersama-sama dan signifikan oleh variabel citra merek, harga dan kualitas produk. Dengan demikian H_0 ditolak.

4.2.3 Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Secara Parsial

Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha N-MAX secara Parsial Pada PT. Surya Inti Putra Pahlawan Kota Probolinggo.

Melalui hasil penghitungan Uji T pada tabel 12 variabel Citra Merek diperoleh sebesar t hitung 2,060 yang lebih besar dari t tabel 2,028 atau ($2,060 > 2,028$) dengan tingkat signifikan sebesar 0,047 yang lebih kecil dari α ($0,047 < 0,05$). Untuk variabel Harga diperoleh sebesar t hitung 2,362 yang lebih besar dari t tabel 2,028 atau ($2,362 > 2,028$) dengan tingkat signifikan sebesar 0,024 yang lebih kecil dari α ($0,024 < 0,05$). Dan variabel Keputusan Pembelian diperoleh sebesar t hitung 2,635 yang lebih besar dari t tabel 2,028 atau ($2,635 > 2,028$) dengan tingkat signifikan sebesar 0,012 yang lebih kecil dari α ($0,012 < 0,05$). Maka berarti bahwa Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha N-MAX Pada PT. Surya Inti Putra Pahlawan Kota Probolinggo.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Amilia dan Asmara (2017) Hasil penelitian ini menunjukkan hasil uji statistik citra merek (X1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y). Hal ini terlihat dengan adanya hasil t hitung (1,981) > t tabel (1,661) dengan nilai signifikan (0,022) < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian handphone Xiaomi di Kota Langsa.

Penelitian terdahulu Prabowo dkk (2020) hasil penelitian ini menunjukkan hasil uji statistik harga (X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y). Hal ini terlihat dengan adanya hasil t hitung (3,060) > t tabel (1,984) dengan nilai signifikan (0,003) < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu olahraga merek Adidas di Kota Semarang.

Dan penelitian Dewi dan Elwisam (2021) hasil penelitian ini menunjukkan hasil uji statistik kualitas produk (X3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y). Hal ini terlihat dengan adanya hasil t hitung (3,029) > t tabel (1,984) dengan nilai signifikan (0,003) < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk proyektor Espon di Jakarta.

4.2.4 Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Secara Dominan

Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha N-MAX secara Dominan Pada PT. Surya Inti Putra Pahlawan Kota Probolinggo.

Melalui hasil penghitungan pada tabel 12 dilakukan diperoleh nilai Koefisien Beta untuk variabel Citra Merek sebesar 0,320, Harga sebesar 0,271 dan Kualitas Produk sebesar 0,407 dengan demikian maka variabel Kualitas Produk lebih besar dari variabel Citra Merek dan Harga. Variabel Kualitas Produk memiliki pengaruh lebih banyak atau dominan terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha N-MAX Pada PT. Surya Inti Putra Pahlawan Kota Probolinggo.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yustiawan (2016) kualitas produk berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian Honda Vario pada MPM Motor Sidoarjo, karena nilai *Standardized Coefficients Beta* Kualitas Produk terbesar.



Gambar 8 : Produk Sepeda Motor Yamaha N-MAX
Sumber : PT. Surya Inti Putra Pahlawan