

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Objek Penelitian

4.1.1 Analisis Data

4.1.1.1 Karakteristik Responden

A. Karakter Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah penduduk yang tinggal di kota Jakarta Selatan, jumlah responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 132 orang dengan yang terdiri dari 92 orang berjenis kelamin laki-laki dan 40 orang yang berjenis kelamin perempuan

Tabel 4. 1 Karakter Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| Responden | Jumlah | Presentase (%) |
|-----------|--------|----------------|
| Laki-laki | 92 | 69,70% |
| Perempuan | 40 | 30,30% |
| Total | 132 | 100% |

Sumber: Data diolah (2024)

B. Karakter Responden Berdasarkan Umur

Berdasarkan tabel 4.2 dapat disimpulkan sampel responden berdasarkan umur, paling banyak berdasarkan kelompok yang sudah ditetapkan kelompok umur 17 – 22 tahun dengan jumlah sebanyak 65 orang dan total presentase sebesar 49,24%. Kemudian kelompok umur 23 – 28 tahun sebanyak 32 orang dengan total presentase sebesar 24,24%. Kelompok berikutnya yaitu umur 29 – 34 tahun dengan jumlah sebanyak 28 orang dan total presentase sebesar 21,1%. Terakhir kelompok umur > 35 tahun yaitu sebanyak 7 orang dengan nilai presentase sebesar 5,30%.

Tabel 4. 2 Karakter Responden Berdasarkan Umur

| Kelompok umur | Jumlah | Presentase (%) |
|---------------|--------|----------------|
| 17 – 22 tahun | 65 | 49,24% |
| 23 – 28 tahun | 32 | 24,24% |
| 29 – 34 tahun | 28 | 21,21% |
| > 35 tahun | 7 | 5,30% |
| Total | 132 | 100% |

Sumber: Data diolah (2024)

C. Karakter Responden Berdasarkan Pendidikan

Berdasarkan pada tabel 4.3 dapat disimpulkan jika sampel responden berdasarkan kategori jenis pendidikan maka S1 ke atas adalah jenis pendidikan terbanyak sebanyak 67 orang dengan presentase sebesar 50,76%. SMA sederajat sebanyak 55 orang dengan presentase 41,67%. Kemudian Diploma sebanyak 7 orang dengan nilai presentase 5,30%. Terakhir pendidikan paling sedikit yaitu SMP ke bawah sebanyak 3 orang dengan jumlah presentase sebesar 2,27%.

Tabel 4. 3 Karakter Responden Berdasarkan Pendidikan

| Pendidikan | Jumlah | Presentase (%) |
|---------------|--------|----------------|
| SMP ke bawah | 3 | 2,27% |
| SMA sederajat | 55 | 41,67% |
| Diploma | 7 | 5,30% |
| S1 ke atas | 67 | 50,76% |
| Total | 132 | 100% |

Sumber: Data diolah (2024)

D. Karakter Responden Berdasarkan Pekerjaan

Dari data tabel 4.4 dapat disimpulkan jika sampel responden berdasarkan jenis pekerjaan karyawan sebanyak 37 orang dengan nilai presentase 24,67%. Freelance sebanyak 17 orang dengan presentase sebesar 11,33%. Jenis pekerjaan wiraswasta sebanyak 16 orang dengan presentase 10,67%. Guru sebanyak 5 orang dengan presentase 3,33%. Terakhir di isi oleh lainnya sebanyak 75 orang dengan presentase sebesar 50,00%.

Tabel 4. 4 Karakter Responden Berdasarkan Pekerjaan

| Jenis Pekerjaan | Jumlah | Presentase (%) |
|-----------------|--------|----------------|
| Karyawan | 37 | 25,52% |
| Freelance | 17 | 11,72% |
| Wiraswasta | 16 | 11,03% |
| Guru | 5 | 3,45% |
| Mahasiswa | 28 | 19,31% |
| Koki | 3 | 2,07% |
| Polisi | 2 | 1,38% |
| Bengkel | 3 | 2,07% |
| Ojol | 5 | 3,45% |
| Lainnya | 29 | 20,00% |
| Total | 132 | 100% |

Sumber: Data diolah (2024)

E. Karakter Responden Berdasarkan Pendapatan

Terakhir, sampel dibagi berdasarkan pendapatan per bulan dengan pendapatan Rp 6.000.000 – Rp 7.000 000 sebanyak 54 orang dengan presentase sebesar 40,91%. Rp 5.000.000 – Rp 6.000.000 sebanyak 42 orang dengan total presentase 31,82% dan terakhir pendapatan Rp > 7.000.000 sebanyak 36 orang dengan nilai total presentase 27,27%.

Tabel 4. 5 Karakter Responden Berdasarkan Pendapatan

| Pendapatan | Jumlah | Presentase (%) |
|-----------------------------|--------|----------------|
| Rp 5.00.000 – Rp 6.000.000 | 42 | 31,82% |
| Rp 6.000.000 – Rp 7.000 000 | 54 | 40,91% |
| Rp > 7.000.000 | 36 | 27,27% |
| Total | 132 | 100% |

Sumber: Data diolah (2024)

4.1.2 Analisis Statistik Deskriptif Responden Penelitian

Tabel 4. 6 *Descriptive Statistics*

| Variabel | Item | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|---------------------|------|-----|---------|---------|------|----------------|
| Harga | H1 | 132 | 1 | 5 | 4.01 | 0.777 |
| | H2 | 132 | 1 | 5 | 3.74 | 0.870 |
| | H3 | 132 | 1 | 5 | 4.07 | 0.668 |
| | H4 | 132 | 1 | 5 | 3.91 | 0.824 |
| | H5 | 132 | 1 | 5 | 3.86 | 0.866 |
| Citra Merek | CM1 | 132 | 1 | 5 | 3.96 | 0.860 |
| | CM2 | 132 | 1 | 5 | 4.19 | 0.802 |
| | CM3 | 132 | 1 | 5 | 4.05 | 0.823 |
| | CM4 | 132 | 1 | 5 | 3.86 | 0.884 |
| | CM5 | 132 | 2 | 5 | 3.85 | 0.833 |
| Kualitas Produk | KP1 | 132 | 1 | 5 | 3.62 | 1.000 |
| | KP2 | 132 | 1 | 5 | 3.93 | 0.764 |
| | KP3 | 132 | 1 | 5 | 4.22 | 0.794 |
| | KP4 | 132 | 1 | 5 | 3.96 | 0.776 |
| | KP5 | 132 | 1 | 5 | 3.96 | 0.766 |
| | KP6 | 132 | 1 | 5 | 4.25 | 0.850 |
| | KP7 | 132 | 1 | 5 | 4.16 | 0.697 |
| Keputusan Pembelian | KPM1 | 132 | 1 | 5 | 4.13 | 0.776 |
| | KPM2 | 132 | 1 | 5 | 3.59 | 1.041 |
| | KPM3 | 132 | 1 | 5 | 3.56 | 1.072 |
| | KPM4 | 132 | 1 | 5 | 3.83 | 0.833 |
| | KPM5 | 132 | 1 | 5 | 3.94 | 0.872 |

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan hasil data deskriptif pada tabel dengan variabel yang di uji yaitu harga, citra merek, kualitas produk, dan keputusan pembelian. Pengujian dilakukan dengan menggunakan skala *likert* 1 – 5, dengan skala 1 yaitu sangat tidak setuju dan 5 yaitu sangat setuju.

1. Dari total 132 responden, informasi tersedia berdasarkan temuan data yang disebutkan pada tabel deskriptif. Data Harga minimal 1 dan maksimal 5. Pada variabel harga memiliki total nilai *mean* sebesar 3.91. Hal ini menunjukkan

bahwa mayoritas responden memilih setuju (S) pada item pernyataan variabel harga. Nilai mean tertinggi pada variabel harga terdapat pada pernyataan indikator H3 sebesar 4.07, sehingga dapat di asumsikan bahwa responden setuju (S) ketika ditanya mempertimbangkan untuk membeli Honda PCX karena harga yang ditawarkan terasa wajar mengingat spesifikasi dan reputasinya.

2. Dari total 132 responden, informasi tersedia berdasarkan temuan data yang disebutkan pada tabel deskriptif. Data Citra Merek minimal 1 dan maksimal 5. Pada variabel harga memiliki total nilai *mean* sebesar 3.98. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memilih setuju (S) pada item pernyataan variabel Citra Merek. Nilai *mean* tertinggi pada variabel Citra Merek terdapat pada pernyataan indikator CM2 sebesar 4.19, sehingga dapat di asumsikan bahwa responden setuju (S) ketika ditanya yakin bahwa layanan purna jual Honda sangat baik, yang membuat saya merasa aman saat membeli motor ini.
3. Dari total 132 responden, informasi tersedia berdasarkan temuan data yang disebutkan pada tabel deskriptif. Data Kualitas Produk minimal 1 dan maksimal 5. Pada variabel harga memiliki total nilai *mean* sebesar 4.01. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memilih setuju (S) pada item pernyataan variabel Kualitas Produk. Nilai *mean* tertinggi pada variabel Kualitas Produk terdapat pada pernyataan indikator KP6 sebesar 4.25, sehingga dapat di asumsikan bahwa responden setuju (S) ketika ditanya Honda PCX mempunyai kemudahan dalam suku cadang yang murah.
4. Dari total 132 responden, informasi tersedia berdasarkan temuan data yang disebutkan pada tabel deskriptif. Data Keputusan Pembelian minimal 1 dan maksimal 5. Pada variabel Keputusan Pembelian memiliki total nilai *mean* sebesar 3.81. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memilih setuju (S) pada item pernyataan variabel Keputusan Pembelian. Nilai *mean* tertinggi pada variabel Keputusan Pembelian terdapat pada pernyataan indikator KPM1 sebesar 4.13, sehingga dapat di asumsikan bahwa responden setuju (S) ketika ditanya membeli motor Honda PCX karena kebutuhan sehari-hari.

4.1.3 Uji Validitas

Sebuah kuesioner dianggap valid jika pertanyaan-pertanyaannya berhasil mengungkap variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini, validitas dievaluasi melalui nilai korelasi item dengan menganalisis korelasi keseluruhan dari setiap pertanyaan. Sebuah indikator dianggap valid jika nilai r hitung melebihi r tabel dan bernilai positif, dengan ukuran validitas lebih besar dari 0,05. Menggunakan rumus *Degrees of Freedom* (df) = $n - 2$, sampel dalam penelitian sebanyak 132 – 2 mendapatkan 130 dengan R_{tabel} yaitu sebesar 0,1438

Tabel 4. 7 Hasil Uji Variabel Harga

| Pernyataan | rhitung | rtabel | Keterangan |
|------------|---------|--------|------------|
| H1 | 0.707 | 0.1438 | Valid |
| H2 | 0.660 | 0.1438 | Valid |
| H3 | 0.672 | 0.1438 | Valid |
| H4 | 0.728 | 0.1438 | Valid |
| H5 | 0.712 | 0.1438 | Valid |

Sumber: Data diolah (2024)

Tabel 4. 8 Hasil Uji Variabel Citra Merek

| Pernyataan | rhitung | rtabel | Keterangan |
|------------|---------|--------|------------|
| CM1 | 0.756 | 0.1438 | Valid |
| CM2 | 0.637 | 0.1438 | Valid |
| CM3 | 0.639 | 0.1438 | Valid |
| CM4 | 0.689 | 0.1438 | Valid |
| CM5 | 0.622 | 0.1438 | Valid |

Sumber: Data diolah (2024)

Tabel 4. 9 Hasil Uji Variabel Kualitas Produk

| Pernyataan | rhitung | rtabel | Keterangan |
|------------|---------|--------|------------|
| KPR1 | 0.694 | 0.1438 | Valid |
| KPR2 | 0.595 | 0.1438 | Valid |
| KPR3 | 0.484 | 0.1438 | Valid |
| KPR4 | 0.573 | 0.1438 | Valid |

| | | | |
|------|-------|--------|-------|
| KPR5 | 0.681 | 0.1438 | Valid |
| KPR6 | 0.541 | 0.1438 | Valid |
| KPR7 | 0.619 | 0.1438 | Valid |

Sumber: Data diolah (2024)

Tabel 4. 10 Hasil Uji Variabel Keputusan Pembelian

| Pernyataan | rhitung | rtabel | Keterangan |
|------------|---------|--------|------------|
| KP1 | 0.501 | 0.1438 | Valid |
| KP2 | 0.744 | 0.1438 | Valid |
| KP3 | 0.676 | 0.1438 | Valid |
| KP4 | 0.775 | 0.1438 | Valid |
| KP5 | 0.728 | 0.1438 | Valid |

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel diatas, menunjukkan jika seluruh variabel yang diteliti dalam penelitian ini menunjukkan hasil valid karena rhitung > rtabel. Maka variabel penelitian layak dan bisa digunakan untuk uji selanjutnya.

4.1.4 Uji Reliabilitas

Kuesioner dianggap reliabel jika respon individu terhadap item tetap konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. *Cronbach's alpha* adalah metode yang digunakan untuk menilai reliabilitas. Reliabilitas suatu variabel ditentukan oleh nilai *Cronbach alpha* yang diperoleh, dengan variabel dianggap reliabel jika nilai ini melebihi 0,60.

Tabel 4. 11 Uji Reliabilitas

| Variabel | <i>Cronbach alpha</i> | Keterangan |
|---------------------|-----------------------|------------|
| Harga | 0.730 | Reliabel |
| Citra Merek | 0.692 | Reliabel |
| Kualitas Produk | 0.699 | Reliabel |
| Keputusan Pembelian | 0.716 | Reliabel |

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan tabel 4.11, pada uji reliabilitas yang dilakukan pada variabel harga (X_1), citra merek (X_2), kualitas produk (X_3), terhadap keputusan pembelian (Y) menunjukkan bahwa seluruh variabel yang di uji sudah melewati syarat *Cronbach alpha* yang diperoleh, dengan variabel dianggap reliabel jika nilai ini melebihi 0,60. Artinya bahwa variabel layak digunakan.

4.1.5 Uji Asumsi Klasik

4.1.5.1 Uji Normalitas

Menurut Ghazali, (2021) model regresi yang efektif ditandai dengan data yang berdistribusi normal atau mendekati normal. Dalam penelitian ini, uji *Kolmogorov-Smirnov* digunakan untuk mengevaluasi normalitas data. Nilai signifikansi (*sig*) yang melebihi 0,05 menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal, sedangkan nilai signifikansi di bawah 0,05 menunjukkan bahwa data tidak mengikuti distribusi normal.

Tabel 4. 12 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | | |
|------------------------------------|----------------|-----------------------------|
| | | Unstand ardized Residual |
| N | | 132 |
| Normal | Mean | .000000 |
| Parameters ^{a,b} | | 0 |
| | Std. Deviation | 2.46210 |
| | | 157 |
| Most | Absolute | .095 |
| Extreme | Positive | .046 |
| Differences | Negative | -.095 |
| Test Statistic | | .095 |

| | | | |
|-----------------------------|-------------------------|-------------|-------------------|
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | | .005 ^c |
| Monte Carlo Sig. (2-tailed) | Sig. | | .172 ^d |
| | 99% Confidence Interval | Lower Bound | .162 |
| | | Upper Bound | .182 |

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sumber: Data diolah (2024)

Hasil pengujian Kolmogorov-Smirnov asymp.sig (2-tailed) menunjukkan nilai $0,005 < 0,05$. Dari hasil tersebut data tidak berdistribusi normal, sehingga penelitian ini menggunakan opsi lain, yaitu dengan metode Monte Carlo. Setelah melakukan uji normalitas dengan model Monte Carlo Sig. (2-tailed) nilai menunjukkan $0,172 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa residual atau data penelitian berdistribusi normal.

4.1.5.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui adanya korelasi linier atau tidak variabel-variabel independen dalam penelitian. Menurut Ghazali (2021) untuk melakukannya, melibatkan dua indikator utama, yaitu nilai tolerance dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai tolerance menunjukkan seberapa besar variabel independen tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen lainnya, sementara VIF adalah kebalikannya. Jika nilai tolerance $> 0,10$ dan VIF kurang dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi.

Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinieritas

| Variabel | Tolerance | VIF |
|----------|-----------|-------|
| Harga | 0.547 | 1.829 |

| | | |
|-----------------|-------|-------|
| Citra Merek | 0.530 | 1.888 |
| Kualitas Produk | 0.392 | 2.551 |

Sumber: Data diolah (2024)

Dalam uji multikolinearitas yang dilakukan, semua variabel menunjukkan nilai VIF yang kecil berada di bawah 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,1. Hal ini berarti semua variabel bebas dalam penelitian ini menunjukkan tidak terjadi gejala multikolonieritas.

4.1.5.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain, sehingga dapat dilakukan ke uji berikutnya. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas Ghazali (2021).

Tabel 4. 14 Hasil Uji Heteroskedastisitas

| Correlations | |
|---------------------|---------------|
| Variabel | (Sig.) |
| Harga | 0.213 |
| Citra Merek | 0.684 |
| Kualitas Produk | 0.571 |

Sumber: Data diolah (2024)

Hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan bahwa signifikansi lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung heteroskedastisitas.

4.1.6 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Perhitungan statistik

yang di gunakan dalam analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah menggunakan SPSS24.

Tabel 4. 15 Persamaan Regresi Linier Berganda

| Coefficients | | | | |
|---------------------|---------------------|-------------------|----------|-------------|
| Variabel | Coefficients | Std. Error | t | Sig. |
| | (B) | | | |
| (Constant) | 1.918 | 1.907 | 1.006 | 0.316 |
| Harga | 0.299 | 0.106 | 2.836 | 0.005 |
| Citra Merek | 0.303 | 0.106 | 2.854 | 0.005 |
| Kualitas Produk | 0.186 | 0.103 | 1.814 | 0.072 |

Sumber: Data diolah (2024)

● Model persamaan regresi dari hasil perhitungan tersebut dapat dituliskan dalam bentuk persamaan regresi standardized adalah sebagai berikut:

$$Y = 1,918 + 0,299X_1 + 0,303X_2 + 0,186X_3$$

Penjelasan persamaan regresi:

1. Nilai konstanta Keputusan Pembelian (Y) sebesar 1,918 yang menyatakan jika variabel X_1 , X_2 , X_3 Sama dengan nol yaitu Harga, Citra Merek, dan Kualitas Produk, maka keputusan pembelian adalah 1,918.
2. Koefisien X_1 sebesar 0,299 berarti bahwa setiap peningkatan variabel X_1 (Harga) sebesar 1% maka keputusan pembelian meningkat sebesar 0,299 (29,9%) atau sebaliknya setiap terjadi penurunan variabel Harga sebesar 1% maka keputusan pembelian menurun sebesar 0,299 (29,9%).
3. Koefisien X_2 sebesar 0,276 berarti bahwa setiap peningkatan variabel X_2 (Citra Merek) sebesar 1% maka keputusan pembelian meningkat sebesar 0,303 (30,3%) atau sebaliknya setiap terjadi penurunan variabel Citra Merek sebesar 1% maka keputusan pembelian menurun sebesar 0,303 (30,3%).

4. Koefisien X_3 sebesar 0,186 berarti bahwa setiap peningkatan variabel X_3 (Kualitas Produk) sebesar 1% maka keputusan pembelian meningkat sebesar 0,186 (18,6%) atau sebaliknya setiap terjadi penurunan variabel Kualitas Produk sebesar 1% maka keputusan pembelian menurun sebesar 0,186 (18,6%).

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa Harga, Citra Merek, dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

4.1.7 Uji Hipotesis

4.1.7.1 Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4. 16 Determinasi R

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|--------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | 0.630 ^a | 0.396 | 0.382 | 2.491 |

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga, Citra Merek
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan hasil uji tabel 4.16 diperoleh koefisien determinasi R square yaitu sebesar 0.382 (38,2%). Artinya sebesar 38,2% keputusan pembelian dapat dijelaskan dan di pengaruhi oleh variable harga, citra merek, dan kualitas produk. Sedangkan sisanya 61,8% keputusan pembelian dapat di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.1.7.2 Uji F

Uji ini digunakan untuk menilai pengaruh keseluruhan variabel bebas terhadap variabel terikat. Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 0,05 atau 5%. Jika nilai signifikan $F < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen, dan sebaliknya (Ghozali, 2021).

Tabel 4. 17 Uji F

| ANOVA | | | | | |
|------------|----------------|-----|-------------|--------|-------------------|
| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| Regression | 521.613 | 3 | 173.871 | 28.026 | .000 ^b |
| Residual | 794.115 | 128 | 6.204 | | |
| Total | 1315.727 | 131 | | | |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga, Citra Merek

Sumber: Data diolah (2024)

Ftabel dalam penelitian ini adalah 2.68, untuk mencari Ftabel maka menggunakan rumus yaitu *Degrees of Freedom* ($df1 = k - 1$ (k adalah jumlah keseluruhan variabel / $x + y$), kemudian *Degrees of Freedom* $df2 = n - k$ (n adalah jumlah data, k adalah jumlah keseluruhan variabel / $x + y$) maka diperoleh lah Ftabel yaitu 2.68. Maka $28.026 > 2.68$ artinya Fhitung sudah lebih besar dari Ftabel, maka seluruh variabel dalam penelitian ini Harga, Citra Merek, dan

Kualitas Produk berpengaruh secara positif terhadap Keputusan Pembelian motor Honda PCX di Jakarta Selatan. Model regresi boleh untuk digunakan penelitian

4.1.7.3 Uji T

Pengambilan keputusan dalam uji T didasarkan pada nilai signifikansi (sig.) 5% dan perbandingan antara nilai estimasi dengan t tabel. Hal ini membantu memastikan apakah variabel independen signifikan mempengaruhi variabel dependen.

Berdasarkan tabel 4.15 Berdasarkan setelah data di olah menggunakan Regresi linier berganda spss hasil uji pada tabel di atas, untuk menentuka apakah uji hipotesis t dikatakan berpengaruh positif maka perlu di ketahui terlebih dahulu Ttabel dengan menggunakan rumus *Degrees of Freedom* ($df = n - k - 1$ (n adalah jumlah variabel bebas x) maka $132 - 3 - 1 = 128$. Maka pada daftar Ttabel nomor 128 ditemukan Ttabel yakni 1.978. Kemudian nilai signifikansi < 0.05 maka hipotesis nya adalah:

1. Karena nilai Thitung $2.836 > T$ tabel 1.978 atau nilai signifikan $0.005 < 0.05$
 $H_1: \beta_1 > \emptyset$, Adanya pengaruh positif signifikan antara Harga terhadap Keputusan pembelian.
2. Karena nilai Thitung $2.854 > T$ tabel 1.978 atau nilai signifikan $0.005 < 0.05$
 $H_1: \beta_2 > \emptyset$, Adanya pengaruh positif signifikan antara Citra Merek terhadap Keputusan pembelian.
3. Karena nilai Thitung $1.814 < T$ tabel 1.978 atau nilai signifikan $0.072 > 0.05$
 $H_0: \beta_3 \leq \emptyset$, Tidak ada pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk terhadap Keputusan pembelian.

Pada uji nilai t *two-tailed* menggunakan rumus *Degrees of Freedom* ($df = n - k - 1$ (n adalah jumlah variabel bebas x) maka $132 - 3 - 1 = 128$. Maka pada daftar Ttabel nomor 128 ditemukan Ttabel yakni 1.65 dengan nilai sig < 0.05 maka hipotesisnya adalah:

1. $H_0: \beta_3 \leq \emptyset$, Terdapat hubungan negatif antara Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian.

4.1.8 Pembahasan

Secara umum dalam penelitian ini dilihat dari hasil analisis deskriptif berdasarkan jawaban yang telah diberikan oleh responden terhadap pernyataan - pernyataan pada setiap variabel di kuesioner yang sudah dibagikan secara umum sudah baik. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya tanggapan responden tentang kesetujuan yang tinggi terhadap kondisi dari masing-masing variabel. Dari hasil tersebut juga diperoleh dari ketiga variabel tersebut yaitu harga, citra merek, dan kualitas produk memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian motor Honda PCX di Jakarta Selatan.

4.1.8.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan dari hasil analisis regresi yang juga sudah dijabarkan sebelumnya, maka dapat di simpulkan harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian motor Honda PCX di Jakarta Selatan. Secara keseluruhan responden menjawab setuju bahwa harga mempunyai pengaruh dalam keputusan pembelian khususnya sepeda motor PCX di Jakarta Selatan tersebut. Harga merupakan faktor yang ada pada konsumen motor di Jakarta Selatan serta harga yang terlampaui tinggi dapat mengakibatkan kendaraan dianggap tidak terjangkau, sedangkan harga yang terlalu rendah dapat menimbulkan keraguan terhadap kualitasnya. Hal ini dapat mempengaruhi keputusan pembelian karena konsumen merasa mendapat manfaat lebih dari harga yang lebih tinggi.

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan mengungkapkan hasil yang mendukung hasil penelitian sebelumnya yang di lakukan dalam penelitian Maryam, (2023) variabel harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian oleh konsumen. Penelitian tersebut juga didukung oleh Putu & Ni, (2021) bahwa variabel harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengilustrasikan bahwa harga memberikan dampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian terkait sepeda motor Honda PCX di Pos Mertha Buana Motor serta memberikan harga yang lebih terjangkau dalam suatu pembelian produk.

Dalam penelitian lain Arifin et al, (2021) penelitian ini menunjukkan pengaruh positif yang signifikan dari harga terhadap keputusan pembelian Honda PCX di PT. Nagamas Mitra Sejati. Temuan tersebut menunjukkan adanya pengaruh langsung terhadap keputusan pembelian individu. Demi kepuasan pelanggan PT Nagamas Mitra Sejati Tegal sudah berusaha semaksimal mungkin dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, memberikan potongan harga untuk konsumen yang telah membeli lebih dari 2 (dua) kali produk PT Nagamas Mitra Sejati Tegal berusaha, memberikan service gratis selama 3 bulan setelah pembelian produk di PT Nagamas Mitra Sejati Tegal berusaha. Dengan adanya identifikasi masalah dan penyelesaian masalah diharapkan agar penjualan produk Honda PCX di PT Nagamas Mitra Sejati Tegal akan mengalami kenaikan.

Menurut Solomon (2020) harga tidak hanya dipertimbangkan dari sudut pandang moneter, tetapi juga didasarkan pada pandangan konsumen terhadap sejumlah nilai yang mereka terima dari pembelian. Penetapan target harga harus konsisten dengan strategi perusahaan dalam menentukan posisi kompetitifnya.

Berdasarkan uji deskriptif nilai *mean* tertinggi pada variabel harga terdapat pada pernyataan “Mempertimbangkan untuk membeli Honda PCX karena harga yang ditawarkan terasa wajar mengingat spesifikasi dan reputasinya”. Sehingga dapat di asumsikan bahwa responden setuju. Honda PCX memberikan yang terbaik dalam produk motor keluaran mereka karena hal tersebutlah Honda PCX dengan harga yang di tawarkan meskipun dengan harga yang tergolong tidak murah namun hal tersebut sebanding dengan spesifikasi yang diberikan dan juga reputasinya.

4.1.8.2 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan dari hasil uji regresi linier yang juga sudah dijabarkan sebelumnya, maka dapat di simpulkan citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian motor Honda PCX di Jakarta Selatan. Secara keseluruhan responden menjawab setuju bahwa citra merek mempunyai pengaruh dalam keputusan pembelian khususnya sepeda motor PCX di Jakarta Selatan tersebut. Citra merek dari sebuah produk maupun perusahaan yang memiliki kesan positif memungkinkan untuk dapat menarik konsumen lebih banyak

dibandingkan kompetitornya, hal ini dikarenakan berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan, responden memberikan kesan positif adanya pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Menurut Efendi & Taufik, (2022) dalam penelitian ini menetapkan adanya pengaruh positif yang signifikan antara citra merek dan pilihan pembelian yang terkait dengan sepeda motor Honda PCX. Hasilnya menunjukkan bahwa citra merek suatu perusahaan memainkan peran penting dalam memengaruhi persepsi individu, sehingga membimbing keputusan pembelian mereka. Pembelian kendaraan yang lebih tahan lama tidak memiliki proses yang sama dengan pembelian produk lain, karena pasar kendaraan ini terdiri dari industri baja, elektronik, plastik dan asuransi dll. Meskipun Indonesia memiliki beberapa jenis kendaraan, kemauan konsumen untuk membeli kendaraan mewah sangat rendah jika dibandingkan dengan kategori kendaraan ringan sementara menjadi negara berpenghasilan menengah ke bawah. Persaingan dalam industri sepeda motor di Indonesia terus berkembang dari tahun ke tahun. Ada variasi besar kepemilikan kendaraan sementara lalu lintas yang besar dan ruang jalan yang tidak memadai untuk kendaraan besar menciptakan bentuk perkotaan dengan kepadatan tinggi di Indonesia.

Suryantari & Respati, (2022) penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek berperan penting dalam membentuk keputusan pembelian terkait motor Honda PCX di Denpasar. Transportasi merupakan alat yang berguna untuk memindahkan orang atau barang dalam kuantitas tertentu, ke suatu tempat tertentu, dan dalam jangka waktu tertentu. Kebutuhan akan alat transportasi dewasa ini sudah menjadi kebutuhan primer dibandingkan dengan alat transportasi umum, sebagian besar masyarakat lebih memilih untuk menggunakan alat transportasi pribadi terutama sepeda motor guna menunjang aktivitas sehari-hari. Sepeda motor merupakan alat transportasi yang praktis dan lincah apabila digunakan untuk melewati kemacetan baik didalam kota maupun di luar kota, konsumsi bahan bakar sepeda motor lebih rendah jika dibandingkan dengan kendaraan roda empat. Pemilihan berdasarkan kepada citra merek menjadi alasan mengapa masyarakat memilih Honda PCX.

Menurut Kotler et al, (2024) citra merek merupakan hubungan yang terbentuk dalam pikiran konsumen ketika mengungat ssuatu merek. Keterkaitan tersebut dapat berupa pemikiran atau gambaran yang terkait dengan merek, berdasarkan ingatan konsumen terhadap produk tersebut. Citra merek muncul dari persepsi seseorang terhadap merek, yang dapat berupa perasaan positif maupun negatif.

Berdasarkan uji deskriptif nilai *mean* tertinggi pada variabel citra merek terdapat pada pernyataan “Saya yakin bahwa layanan purna jual Honda sangat baik, yang membuat saya merasa aman saat membeli motor ini”. Sehingga dapat di asumsikan bahwa responden setuju dengan pernyataan tersebut. Maka dapat diasumsikan jika pelayanan purna jual yang diberikan oleh pihak motor Honda dapat dipercayai layanannya karena citra yang baik tersebutlah konsumen merasa aman untuk melakukan pembelian motor PCX.

4.1.8.3 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan dari hasil uji t yang juga sudah dijabarkan sebelumnya, maka dapat di simpulkan tidak ada pengaruh yang signifikan antrara kualitas produk terhadap keputusan pembelian motor Honda PCX di Jakarta Selatan. Hasil penelitian ini tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dengan variabel terikat keputusan pembelian, meskipun hipotesis awal mengasumsikan bahwa variabel kualitas produk akan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian namun pada temuan penelitian ini tidak mendukung hipotesis tersebut. Maka dengan demikian hasil penelitian ini memberikan wawasan baru dan mengindikasi bahwa terdapat faktor–faktor lain yang mempengaruhi variabel kualitas produk yang perlu di teliti lebih lanjut.

Berdasarkan temuan dari penelitian di atas, hasil dari uji tersebut menunjukkan tidak ada pengaruh yang signifikan antrara kualitas produk terhadap keputusan pembelian motor Honda PCX di Jakarta Selatan. Hal ini didukung dengan hasil temuan dari peneliti sebelumnya menurut oleh Maiza et al, (2022) ditemukan bahwa kualitas produk berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian di Kubang Tungkek Kabupaten Lima Puluh Kota. Kualitas produk mempengaruhi persepsi konsumen dan menjadi faktor keputusan pembelian.

Kualitas produk merujuk pada kemampuan suatu produk dalam memenuhi harapan dan keinginan sesuai kebutuhan konsumen. Kualitas produk tidak hanya seputar daya tahan dan performa tetapi juga persepsi konsumen terhadap keseluruhan produk, desain, fitur dan manfaat yang ditawarkan.

Menurut Yenson et al, (2022) Variabel independen Kualitas Produk memiliki nilai signifikansi. Berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan bahwa variabel Kualitas Produk tidak berpengaruh positif terhadap variabel Keputusan Pembelian. Hasil penelitian menunjukkan konsumen yang membeli produk honda tidak mengacu pada kualitas produk yang dinilai sudah menjadi standar pada sepeda motor yang sudah beredar baik dari sepeda motor honda sendiri maupun pesaing merek lain, pembelian dikarenakan sudah menjadi kebiasaan pembeli dalam menggunakan sepeda motor bermerek Honda.

Menurut Solomon (2020) kualitas produk berkaitan dengan persepsi konsumen terhadap seberapa baik produk memenuhi ekspektasi atau standar tertentu dalam memenuhi kebutuhan atau keinginan mereka. Perusahaan dapat mempertahankan keunggulan kompetitifnya saat ini di pasar dengan mengetahui indikator-indikator yang biasa digunakan oleh konsumen pada saat membedakan produknya dengan produk pesaing.

Berdasarkan uji deskriptif nilai *mean* terendah pada variabel kualitas produk terdapat pada pernyataan bahwa mesin motor Honda PCX memiliki performa menjanjikan sesuai dengan harapan dan harganya dan konsumen. Kurangnya kepercayaan terhadap mesin motor PCX yang sepertinya tidak sesuai harapan dan juga jika dibandingkan dengan harganya, maka konsumen merasa hal tersebut tidak sebanding dengan apa yang diberikan.