

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Honda didirikan pada 24 September 1948 oleh Soichiro Honda. Honda merupakan produsen sepeda motor terbesar di dunia sejak 1959 dan juga produsen mesin pembakar dalam terbesar dengan produksi lebih dari 14 juta unit tiap tahun. PT Astra Honda Motor (AHM) merupakan pelopor industri sepeda motor di Indonesia. Didirikan pada 11 Juni 1971 dengan nama awal PT Federal Motor. Saat itu, PT Federal Motor hanya merakit, sedangkan komponennya diimpor dari Jepang dalam bentuk CKD (completely knock down). PT. Tunas Dwipa Marta merupakan anak dari perusahaan PT Astra Honda Motor (AHM) merupakan pelopor industri sepeda motor di Indonesia. Di dirikan pada 11 Juni 1971 dengan nama awal PT Federal Motor. Seiring dengan perkembangan kondisi ekonomi serta tumbuhnya pasar sepeda motor terjadi perubahan komposisi kepemilikan saham di pabrikan sepeda motor honda ini.

1. Tempat dan Waktu Penelitian

Dalam penyusunan penelitian ini peneliti melakukan penelitian dan pengumpulan data mengenai konsumen sepeda motor Honda di PT PT. Tunas Dwipa Matra Bekasi yang terletak di Jalan Baru Perjuangan No. 88 A-B, RT.03/RW08, Marga Mulya, Kec. Bekasi Utara, Kota Bekasi, Jawa Barat 17143. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Juni 2022 hingga Juni 2023

2. Karakteristik Profil Responden

Pada bab ini akan dibahas mengenai data yang diperoleh dalam penelitian. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian sepeda motor Honda dengan jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 100 responden. Penelitian dilakukan pada bulan Juni 2022 sampai dengan Desember 2022. Sebagai analisis awal, akan terlebih dahulu dilakukan tinjauan mengenai karakteristik responden. Data mengenai karakteristik responden diperoleh dari kuesioner yang telah diisi oleh responden didapat karakteristik responden, yaitu jenis kelamin, usia, jenis pekerjaan, dan penghasilan per-bulan. Oleh karena itu, untuk memperjelas karakteristik responden yang dimaksud, maka disajikan tabel mengenai responden seperti dibawah ini :

a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh gambaran tentang jenis kelamin dari responden yang dapat dilihat pada Tabel 4.1 sebagai berikut :

TABEL 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	53	53%
Perempuan	47	47%
Total	100	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 23

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa dari 100 responden dalam penelitian ini lebih banyak berjenis kelamin laki-laki, yakni sebanyak 53%, dan sisanya berjenis kelamin perempuan, yakni sebanyak 47%. Hal ini mengindikasikan bahwa keputusan pembelian di PT. Tunas Dwipa Matra Bekasi lebih didominasi oleh laki-laki dibanding perempuan.

b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh gambaran tentang usia dari responden yang dapat dilihat pada tabel 4.2 sebagai berikut:

TABEL 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase (%)
< 25 tahun	17	17%
25-35 tahun	31	31%
35-45 tahun	29	29%
> 45 tahun	23	23%
Total	100	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 23

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, diketahui bahwa sebagian besar responden yang membeli sepeda motor Honda paling banyak usia dari 25–35 tahun sebanyak 31 orang atau sebesar 31%. Hal ini dikarenakan motor Honda Vario diperuntukan untuk anak muda.

c. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh gambaran tentang pekerjaan dari responden yang dapat dilihat sebagai berikut:

TABEL 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
Mahasiswa/pelajar	14	14%
Pegawai Negeri Sipil	28	28%
Pegawai Swasta	47	47%
Wiraswasta	10	10%
Lainnya	1	1%
Total	100	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 23

Berdasarkan tabel 4.3 di atas, diketahui bahwa data pekerjaan responden yang membeli sepeda motor Honda paling banyak bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 47 orang atau sebesar 47%.

d. Deskripsi Responden Berdasarkan Penghasilan Per-Bulan

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh gambaran tentang penghasilan per-bulan dari responden yang dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per-

Bulan

Penghasilan	Frekuensi	Persentase (%)
< Rp1.000.000	9	9%
Rp1.000.000 - Rp5.000.000	7	7%
Rp5.000.000 - Rp10.000.000	59	59%
> Rp10.000.000	25	25%
Total	100	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 23

Berdasarkan tabel 4.4 di atas, diketahui bahwa penghasilan per-bulan responden yang membeli sepeda motor Honda paling banyak penghasilan per-bulan sebesar Rp5.000.000 – Rp10.000.000 sebanyak 59 orang atau sebesar 59%. Hal ini dikarenakan harga dari sepeda motor Honda terjangkau.

B. Hasil Uji Deskriptif

Analisis kategori data penelitian ini adalah analisis yang berkaitan langsung dengan data penelitian. Analisis ini bersumber dari angket (kuesioner) yang peneliti sebarakan kepada responden dimana untuk mengukur variabel penelitian, kemudian dianalisis secara deskriptif dengan menggunakan metode analisis *overall mean square* yang mana terdapat empat variabel dalam penelitian ini, yaitu: Keputusan Pembelian, Ekuitas Merek, dan Harga. Keseluruhan variabel diukur dengan menggunakan 100 responden, berikut adalah hasil jawaban dari responden beberapa variabel-variabel :

TABEL 4.5

Hasil Uji Statistik Deskriptif

	http://digilib.mercubuana.ac.id/		
--	---	--	--

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Ekuitas Merek	100	12.00	24.00	19.7200	3.33054
Harga	100	8.00	20.00	15.7400	3.15787
Kep Pembelian	100	20.00	39.00	31.3100	5.01854
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan Program SPSS 23

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat diketahui:

- 1) Variabel Ekuitas Merek (X1), dari data tabel 4.5 bisa di deskripsikan bahwa nilai minimum 12 sedangkan nilai maksimum 24, nilai rata-rata (mean) keputusan pembelian sebesar 19,72 dan nilai dari Standar Deviasi dari keputusan pembelian adalah 3.33054
- 2) Variabel Harga (X2), dari data table 4.5 tersebut bisa di deskripsikan bahwa nilai minimum 8 sedangkan nilai maksimum 20, nilai rata-rata (mean) Harga sebesar 15,74 dan nilai Standar Deviasi dari Harga adalah 3,15787.
- 3) Variabel Keputusan Pembelian (Y), dari data table 4.5 bisa di deskripsikan bahwa nilai minimum 20 sedangkan nilai maksimum 39, nilai rata-rata Keputusan Pembelian sebesar 31,31 dan nilai Standar Deviasi dari Keputusan Pembelian adalah 5,01854.

C. Hasil Uji Kualitas Data

1. Hasil Uji Validitas

Pengujian Validitas dilakukan untuk mengetahui valid tidaknya suatu kuesioner dari masing-masing variabel tersebut. Uji

validitas yang telah dilakukan dalam penelitian ini ditampilkan dalam tabel berikut:

Tabel 4.6

Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>
Kp1	0,511
Kp2	0,752
Kp3	0,747
Kp4	0,446
Kp5	0,736
Kp6	0,793
Kp7	0,809
Kp8	0,790

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan Program SPSS 23

Pada Tabel 4.6 tersebut memiliki sebanyak 8 pernyataan pada variabel Keputusan Pembelian dinyatakan valid karena memiliki nilai Pearson Correlation (r hitung) lebih besar dari pada r tabel (0.1966).

Tabel 4.7

Hasil Uji Validitas Variabel Ekuitas Merek

Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>
EM1	0,542
EM2	0,797
EM3	0,764
EM4	0,865
EM5	0,814

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan Program SPSS 23

Pada Tabel 4.7 tersebut memiliki sebanyak 4 pernyataan pada variabel Ekuitas Merek dinyatakan valid karena memiliki nilai Pearson Correlation (r hitung) lebih besar dari pada r tabel (0.1966).

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Variabel Harga

Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>
HG1	0,873
HG2	0,794
HG3	0,833
HG4	0,865

Sumber : Hasil Pengolahan Data dengan Program SPSS 23

Pada Tabel 4.8 tersebut memiliki sebanyak 7 pernyataan pada variabel Harga dinyatakan valid karena memiliki nilai Pearson Correlation (r hitung) lebih besar dari pada r tabel (0.1966).

2. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner. Artinya, apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali. Metode yang sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala rentangan (seperti skala Likert 1-5) adalah Cronbach's Alpha. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika Cronbach's Alpha memiliki nilai minimal 0,60.

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
1	Ekuitas Merek	0,793	5
2	Harga	0,862	4
3	Keputusan Pembelian	0,853	8

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 23

Berdasarkan Tabel 4.9, variabel Ekuitas Merek, Harga, dan Keputusan Pembelian menunjukkan nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60 yang artinya semua variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel. Hal ini berarti item pernyataan yang digunakan mampu memperoleh data yang konsisten, dalam arti jika pernyataan tersebut diajukan kembali akan diperoleh jawaban yang relatif sama.

D. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau nilai residual terdistribusi secara normal.

Untuk mengetahui apakah data terdistribusi normal atau tidak, maka cukup membaca nilai signifikansi (Asymp. Sig 2-tailed) yang terdapat pada tabel One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test. Jika nilai signifikansi yang diperoleh lebih besar dari 0,05, maka data terdistribusi normal.

Tabel 4.10

Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
http://digilib.mercubuana.ac.id/	

N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.00345439
Most Extreme Differences	Absolute	.079
	Positive	.037
	Negative	-
		.079 Test Statistic
		.079 Asymp. Sig. (2-tailed)
		.128 ^c

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 23

Berdasarkan tabel 4.10 tersebut, besarnya nilai signifikansi pada rata-rata variabel Ekuitas Merek, Harga dan Keputusan Pembelian lebih besar daripada 0,05, hal ini berarti data residual terdistribusi normal.

2. Hasil Uji multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi korelasi pada variabel bebas. Dinyatakan tidak terjadi gejala multikolonieritas jika nilai Tolerance lebih besar daripada 0,10 dan nilai VIF lebih kecil daripada 10.

MERCU BUANA

Tabel 4.11

Hasil Uji Multikolonieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	5.722	1.222		4.684	.000		
Ekuitas Merek	.580	.118	.385	4.920	.000	.268	3.729
Harga	.899	.124	.566	7.225	.000	.268	3.729

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 23

Berdasarkan Tabel 4.11, dapat diketahui bahwa ketiga variabel bebas dalam penelitian ini memiliki nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF sebesar 3.729 yang dimana kurang dari 10. Dengan demikian, dapat dinyatakan tidak terjadi gejala multikolonieritas di antara variabel bebas dalam penelitian ini.

3. Hasil Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas jika nilai signifikansi Sig. (2-tailed) pada Unstandardized Residual lebih besar dari 0,05.

Tabel 4.12

Hasil Uji Heterokedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.260	.764		-.340	.735
Ekuitas Merek	.027	.074	.070	.367	.714
Harga	.079	.078	.193	1.017	.312

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 23

Berdasarkan Tabel 4.12 dengan menggunakan metode korelasi Spearman's rho, dapat dilihat bahwa variabel Ekuitas Merek dan Harga memiliki nilai signifikansi 0,714 dan 0,312 lebih besar dari 0,05. Maka dapat dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi ini.

4. Hasil Uji Linearitas

Tabel 4.13

Hasil Uji Linearitas Keputusan Pembelian dan Ekuitas Merek

Variabel	Signifikansi
Keputusan Pembelian & Merek	0,834

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 23

Berdasarkan tabel 4.13 hasil Uji Linearitas antara variabel Keputusan Pembelian dan Ekuitas Merek diketahui memiliki nilai signifikansi $0.834 > 0,05$, maka dapat disimpulkan terdapat hubungan linearitas antara variabel Keputusan Pembelian dan Ekuitas Merek.

Tabel 4.14

Hasil Uji Linearitas Keputusan Pembelian dan Harga

Variabel	Signifikansi
Keputusan Pembelian & Harga	0,313

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 23

Berdasarkan tabel 4.14 hasil Uji Linearitas antara variabel Keputusan Pembelian dan Harga diketahui memiliki nilai signifikansi $0.313 > 0,05$, maka dapat disimpulkan terdapat hubungan linearitas antara variabel Keputusan Pembelian dan Harga.

E. Hasil Uji Kesesuaian Model

1. Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi (R²) bertujuan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 4.15

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.917 ^a	.841	.837	2.02400

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 23

Berdasarkan tabel 4.15 diatas nilai Adjusted R Square (R^2) adalah 0,841 = 84,1%. Artinya, besarnya pengaruh variabel keputusan pembelian terhadap variabel independent dalam penelitian ini adalah sebesar 84,1% dan sisanya sebesar 15,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini seperti: iklan, kualitas pelayanan, gaya hidup, dan lain sebagainya.

2. Uji F ANOVA

Uji F ANOVA bertujuan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel bebas secara bersamaan terhadap variabel terikat, serta untuk mengetahui apakah model regresi yang digunakan sesuai atau tidak. Dinyatakan sudah sesuai jika nilai F hitung lebih besar daripada F tabel dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05.

Tabel 4.16

Hasil Uji F ANOVA

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2096.021	2	1048.010	255.825	.000 ^b
Residual	397.369	97	4.097		

Total	2493.390	99			
-------	----------	----	--	--	--

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 23

Berdasarkan Tabel 4.16, Hasil uji F ANOVA diperoleh F hitung sebesar 255,825 yang mana lebih besar dari 2,70 dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu = 0,000. Jadi Ekuitas Merek, dan Harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini telah sesuai dan dapat digunakan untuk uji analisis regresi linier berganda.

3. Uji Analisis Linear Berganda

Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda Uji analisis linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel bebas dengan satu variabel terikat. **Tabel**

4.17

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.722	1.222		4.684	.000
Ekuitas Merek	.580	.118	.385	4.920	.000
	.899	.124	.566	7.225	.000

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 23

Berdasarkan tabel 4.17 hasil perhitungan menggunakan program SPSS dapat diketahui persamaan regresi linear berganda sebagai berikut : $Y = 5,722 + 0,385 X_1 + 0,566 X_2$

Dari hasil persamaan linear diatas, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. $X_1 = 0,385$: Ekuitas Merek berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian itu berarti variabel Ekuitas Merek naik 1 maka keputusan pembelian (Y) akan naik sebesar 0,381 dan sebaliknya.
2. $X_2 = 0,566$: Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, yang artinya apabila Harga naik 1 maka keputusan pembelian (Y) akan naik sebesar 0,566 dan sebaliknya.

4. Hasil Uji Hipotesis (T)

Pada uji hipotesis, terdapat dua hipotesis yang berusaha peneliti teliti. Pertama mengenai pengaruh Ekuitas merek terhadap keputusan pembelian, kedua mengenai pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian. Pada Uji Hipotesis ini dinyatakan berpengaruh signifikan jika nilai t hitung lebih besar daripada t tabel dan nilai signifikansinya lebih kecil daripada 0,05.

Tabel 4.18

Hasil Uji Hipotesis (T)

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
-------	-----------------------------	---------------------------	---	------

	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.722	1.222		4.684	.000
Ekuitas Merek	.580	.118	.385	4.920	.000
	.899	.124	.566	7.225	.000

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 23

Berdasarkan dari hasil tabel 4.18 di atas, diperoleh data sebagai berikut:

1. Dari hasil pengujian uji t pada tabel 4.18 menunjukkan nilai t hitung variabel Ekuitas Merek sebesar 4,920 yang mana lebih besar dari nilai t-table yaitu 4,684 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang mana lebih kecil dari 0,05. Artinya, Ekuitas Merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Yang berarti hipotesis 1 diterima.
2. Dari hasil pengujian uji t pada tabel 4.18 menunjukkan nilai t-hitung variabel Harga sebesar 7,225 yang mana lebih besar dari nilai t-table yaitu 4,684 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang mana lebih kecil dari 0,05. Artinya, Harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Yang berarti hipotesis 1 diterima.

F. Pembahasan Hasil Penelitian

Untuk memperjelas hasil yang telah diperoleh berdasarkan hasil uji analisis regresi linier berganda dan hasil uji hipotesis, maka berikut ini akan dibahas satu persatu pengaruh variabel bebas berupa Ekuitas Merek, dan Harga terhadap keputusan pembelian

1. Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil perhitungan uji t menunjukan hasil nilai t-hitung sebesar 4,920 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel 1,660 dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai 0,05, Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Ekuitas Merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda di PT. Tunas Dwipa Matra Bekasi. Artinya, Hal ini bisa

mengindikasikan bahwa semakin meningkatnya Ekuitas Merek, maka keputusan pembelian juga akan ikut naik. Dalam keputusan pembelian konsumen melihat dari Ekuitas Merek yang dimiliki produk tersebut. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Amirudin M. Amin dan Arie Ardyanto (2018), Eigis Yani Pramularso (2022), Eko Wahyu Hidayat (2022) yang menjelaskan bahwa Ekuitas Merek berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian..

2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil perhitungan uji t menunjukkan hasil nilai t-hitung sebesar 7,225 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel 1,660 dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai 0,05, Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian Honda di dealer PT. Tunas Dwipa Matra Bekasi. Harga merupakan sesuatu yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu barang. Konsumen akan sangat sensitif dalam merespon tingkat penetapan harga yang diterapkan oleh produk tersebut. Apabila harga yang ditetapkan tidak sesuai dengan kualitas yang diharapkan, maka konsumen akan dengan cepat menyadari hal tersebut. Harga yang terlalu murah juga berdampak pada kualitas suatu barang, namun harga yang terlalu mahal konsumen juga harus mempertimbangkannya, arti bahwa setiap peningkatan ataupun penurunan dalam hal harga akan mempengaruhi peningkatan ataupun penurunan Keputusan Pembelian. Hasil penelitian ini diperkuat dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yusroni Akhmad Syahril (2015), Acai Sudirman (2017), Wahyudin Sidik

(2022) yang menjelaskan bahwa variabel Harga berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

