

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

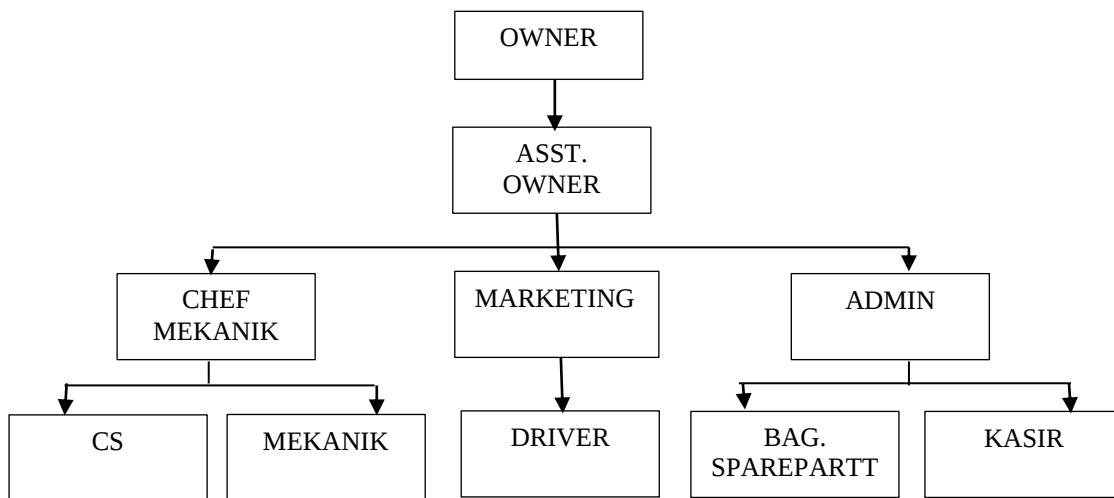
4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian

4.1.1.1 Sejarah Singkat PT. SJKM Titipapan Marelان

Yamaha Motor Indonesia merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang industri otomotif, tepatnya produksi sepeda motor yang kemudian di distribusikan ke berbagai dealer resmi Yamaha di berbagai daerah. PT. SJKM (Sumber Jadi Kencana Motor) merupakan salah satu dealer resmi motor Yamaha yang terletak di Jalan Platina Raya No. 1 ABCD Titipapan Kota Medan. PT. SJKM Titipapan memiliki berbagai peran penjualan yang diantaranya sebagai pendistribusi berbagai macam sparepart sepeda motor Yamaha, suku cadang dan terdapat juga bengkel resmi untuk service sepeda motor. Melalui dealer ini, Yamaha menawarkan produk-produk motor terbaru mulai dari Yamaha Nmax, Mio, Fino, Scorpio, FreeGo, Aerox, Go-Ride hingga Yamaha R-15. Selain kelebihan tersebut, Yamaha di PT. SJKM Titipapan Medan juga menawarkan pembelian secara tunai atau lewat skema kredit motor Yamaha di Kota Medan.

4.1.1.2 Struktur Organisasi Dan Pembagian Tugas



Gambar 4.1
Struktur Organisasi PT. SJKM Titipapan Marelán 2023

A. Tugas dan Tanggung Jawab Struktur Organisasi

1. Owner
 - a. Bertanggung jawab penuh dalam mengkoordinir dan mengendalikan seluruh kegiatan
 - b. Bertanggung jawab atas tercapainya tujuan perusahaan secara keseluruhan
 - c. Mendelegasikan wewenang dan tanggung jawab kepada masing-masing bagian sesuai bidangnya
 - d. Menilai dan menyetujui serta merekomendasikan semua kegiatan
 - e. Mengesahkan laporan keuangan setiap akhir tahun
2. Assistant Owner
 - a. Menerima wewenang dan owner untuk mengontrol jalannya kegiatan setiap harinya
 - b. Menantau kelancaran operasional dalam penjualan, pemesanan, Gudang dan pengiriman
 - c. Mengevaluasi setiap laporan-laporan yang dihasilkan dari kegiatan

operasional

- d. Menyampaikan Laporan bulanan kepada Owner
- e. Merencanakan dan mengawasi kegiatan penjualan unit, sparepart
- f. Menentukan strategi memajukan perusahaan

3. Marketing Unit

- a. Berupaya melakukan penjualan sebanyak-banyaknya
- b. Bertanggung jawab terhadap image produk dan nama baik perusahaan
- c. Menjaga hubungan baik dan sehat dengan customer
- d. Memenuhi pesanan customer dengan baik, tepat waktu dan sesuai dengan yang dipesan
- e. Melaporkan laporan penjualan unit setiap bulannya

4. Admin

- a. Pengurusan dokumen STNK dan BPKB
- b. Menangani kegiatan yang berhubungan dengan administrasi
- c. Bertanggung jawab terhadap hal-hal yang berhubungan dengan keuangan perusahaan
- d. Memberikan laporan keuangan dari kas kecil sampai kas besar setiap bulannya
- e. Pembukaan data perusahaan
- f. Mengeluarkan kas operasional perusahaan
- g. Membuat laporan pengeluaran kas operasional perusahaan
- h. Memastikan kebenaran penghitungan kas dengan jumlah yang tercantum dalam bukti-bukti yang ada

5. Chef Mekanik

- a. Bertanggung jawab penuh terhadap bengkel

- b. Bertanggung jawab terhadap karyawan bengkel
 - c. Bertanggung jawab secara penuh terhadap kegiatan yang terjadi pada bengkel termasuk kegiatan administrasi
 - d. Menangani pengaduan pelanggan terhadap cara kerja mekanik
6. Mekanik
- a. Bertanggung jawab terhadap kendaraan yang masuk ke bengkel
 - b. Melayani pelanggan yang datang ke bengkel
 - c. Memperbaiki kendaraan pelanggan yang datang ke bengkel
 - d. Melakukan pengecekan ulang sebelum kendaraan diserahkan kepada pelanggan
7. Bag. Sparepart
- a. Membuat catatan pengeluaran dan pemakaian suku cadang
 - b. Membuat laporan suku cadang yang dibutuhkan agar dapat segera dilakukan pemesanan
 - c. Membuat PO pemesanan barang
 - d. Memperhatikan stok sparepart agar selalu tersedia
 - e. Melakukan SO rutin terhadap persediaan suku cadang
8. *Customer Service* (CS) dan Kasir
- a. Menerima telepon masuk
 - b. Menerima pendaftaran service saat ada pelanggan masuk
 - c. Mencatat keluhan-keluhan pada kendaraan yang akan di service
 - d. Mencatat Data kendaraan pelanggan
 - e. Melayani customer saat melakukan pembayaran pengurusan KSG
 - f. Membuat laporan penerimaan kas harian
 - g. Bertanggung jawab terhadap kas kecil bengkel beserta pengeluarnya

4.1.1.3 Deskripsi Karakteristik Responden

Pada bagian ini akan dibahas mengenai gambaran karakteristik responden berdasarkan usia, jenis kelamin, total pembelian. Penelitian dilakukan pada PT. SJKM Titipapan Medan Jl. Platina Raya No.1, Titipapan Medan Deli, Kota Medan, Sumatera Utara 20255, Indonesia.

1. Jenis Kelamin

Jenis Kelamin yang dijadikan sampel pada penelitian ini untuk mengetahui jumlah tingkat persentase berdasarkan jenis kelamin dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki- laki	65	65.0	65.0	65.0
	Perempuan	35	35.0	35.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (SPSS 25)

Dari tabel 4.1 menunjukan bahwa dari 100 responden yang diteliti bahwa responden yang berjenis kelamin Laki-laki adalah sebanyak 65 orang (65%). Dapat disimpulkan bahwa responden pada penelitian ini berdasarkan jenis kelamin yaitu lebih banyak laki-laki dan sisanya adalah perempuan. Hal ini terjadi karena jenis kelamin laki-laki lebih banyak meminati kendaraan roda 2 (dua) untuk kebutuhan sehari-hari dan gaya hidup.

2. Usia Responden

Usia responden yang dijadikan sampel pada penelitian ini untuk mengetahui jumlah tingkat presentase berdasarkan usia responden dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	46-60 tahun	13	13.0	13.0	13.0
	31-45 tahun	25	25.0	25.0	38.0
	20-30 tahun	62	62.0	62.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (SPSS 25)

Dari tabel 4.2 menunjukkan bahwa responden yang paling dominan berusia 20-30 tahun adalah sebanyak 62 orang (62%). Kesimpulan dari tabel diatas bahwa mayoritas usia responden pada penelitian ini yaitu responden yang berusia 20-30 tahun sebanyak 62 orang dari total keseluruhan. Hal ini dikarenakan usia tersebut adalah usia yang masih dikatakan produktif dan juga mengingat era modern sehingga dituntut harus memiliki kendaraan roda 2 (dua).

3. Pembelian Dalam Setahun

Untuk mengetahui tingkat persentase pembelian dalam setahun dari 100 responden dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Dalam Setahun

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 kali	76	76.0	76.0	76.0
	2 kali	16	16.0	16.0	92.0
	3 kali	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Penelitian 2023 (SPSS 25)

Dari tabel 4.3 menyatakan bahwa untuk data konsumen, responden yang memilih pembelian 1 kali dalam setahun sebanyak 76 orang (76%). Dapat disimpulkan konsumen yang memilih pembelian 1 (satu) kali dalam setahun sebanyak 78 orang (78%). Hal ini terjadi karena kondisi ekonomi

yang minim menuntut konsumen untuk melakukan pembelian hanya cukup sekali dalam setahun.

1.1.2 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Berikut ini peneliti akan menyajikan data tabel frekuensi hasil skor jawaban responden dari kuisioner yang peneliti sebar. Diantaranya dapat dikemukakan sebagai berikut:

4.1.2.1 Analisis Deskriptif Brand Image

Berdasarkan hasil penyebaran kuisioner kepada konsumen di PT.

SJKM Titipapan Medan, Jl. Platina Raya No.1 Titipapan, Medan Deli,

Kota Medan, Sumatera Utara 20255, Indonesia.

Tabel 4.4
Skor Angket Untuk Variabel Brand Image (X1)

No	Pertanyaan (X1)	Skor Jawaban					Rata-Rata Skor
		STS	TS	KS	S	SS	
		F (%)	F (%)	F (%)	F (%)	F (%)	
1.	Yamaha Nmax PT. SJKM memiliki popularitas yang baik sebagai salah satu perusahaan di bidang otomotif	4	3	18	50	25	3.89
		4%	3%	18%	50%	25%	
2.	Yamaha perusahaan yang mampu bersaing dengan perusahaan Honda lain yang tersebar di Medan	2	2	17	44	35	4.08
		2%	2%	17%	44%	35%	
3.	Yamaha merupakan perusahaan otomotif yang dikenal luas	1	2	23	47	27	3.97
		1%	2%	23%	47%	27%	
4.	Sepeda Motor Yamaha Nmax yang dijual PT. SJKM memiliki kualitas /	5	13	30	32	20	3.49
		5%	13%	30%	32%	20%	

	mutu yang tinggi						
5.	PT. SJKM menawarkan Nmax dengan harga dan kualitas produk yang sebanding	8 8%	13 13%	19 19%	48 48%	12 12%	3.43

Tabel 4.4
Skor Angket Untuk Variabel *Brand Image* (X1) (Lanjutan)

No	Pertanyaan (X1)	Skor Jawaban					Rata-Rata Skor
		STS	TS	KS	S	SS	
		F	F	F	F	F	
		(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	
6.	Percaya diri meningkat Ketika membeli dan menggunakan produk Yamaha Nmax	3 3%	9 9%	27 27%	47 47%	14 14%	3.60
7.	Adanya kepuasan tersendiri saat menikmati produk Nmax dari PT. SJKM	1 1%	2 2%	15 15%	52 52%	30 30%	4.08
8.	Adanya kepuasan tersendiri saat menikmati suasana saat menggunakan Nmax pada PT. SJKM	2 2%	7 7%	9 9%	47 47%	35 35%	4.06
9.	Image yang dibuat PT. SJKM dapat memberikan kesan yang baik	13 13%	4 4%	16 16%	43 43%	24 24%	3.61
10.	Saya mengingat merek Nmax memberikan kesan positif	1 1%	8 8%	23 23%	44 44%	24 24%	3.82

Sumber: Hasil Olah Data (SPSS 25)

Dari tabel 4.4 dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Yamaha Nmax PT.SJKM memiliki popularitas yang baik sebagai salah satu perusahaan di bidang otomotif.” maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan di PT. SJKM Titipapan Marelan memperoleh nilai rata-rata 3.89 dikategorikan jawaban setuju. Hal ini mengidentifikasi bahwa PT. SJKM memiliki popularitas yang baik sebagai

salah satu perusahaan otomotif.

2. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Yamaha perusahaan yang mampu bersaing dengan perusahaan Honda lain yang tersebar di Medan.” maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan di PT. SJKM Titipapan Marelan memperoleh nilai rata-rata 4.08 dikategorikan jawaban setuju. Hal ini mengidentifikasi bahwa Yamaha mampu bersaing dengan perusahaan Honda lain yang tersebar di Medan.
3. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Yamaha merupakan perusahaan otomotif yang dikenal luas.” maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan di PT. SJKM Titipapan Marelan memperoleh nilai rata-rata 3.97 dikategorikan jawaban setuju. Hal ini mengidentifikasi bahwa Yamaha merupakan perusahaan otomotif yang dikenal luas.
4. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Sepeda Motor Yamaha Nmax yang dijual PT. SJKM memiliki kualitas / mutu yang tinggi.” maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan di PT. SJKM Titipapan Marelan memperoleh nilai rata-rata 3.49 dikategorikan jawaban setuju. Hal ini mengidentifikasi bahwa Yamaha Nmax yang dijual PT. SJKM memiliki kualitas yang tinggi.
5. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “PT. SJKM menawarkan Nmax dengan harga dan kualitas produk yang sebanding.” maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan di PT. SJKM Titipapan Marelan memperoleh nilai rata-rata 3.43 dikategorikan jawaban setuju. Hal ini mengidentifikasi bahwa PT. SJKM menawarkan nmax dengan harga dan kualitas yang sebanding.
6. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Percaya diri meningkat Ketika membeli dan menggunakan produk Yamaha Nmax.” maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan di PT. SJKM Titipapan Marelan memperoleh nilai rata-rata

- 3.60 dikategorikan jawaban setuju. Hal ini mengidentifikasi bahwa percaya diri akan meningkat Ketika membeli dan menggunakan produk Yamaha nmax.
7. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Adanya kepuasan tersendiri saat menikmati produk Nmax dari PT. SJKM” maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan di PT. SJKM Titipapan Marelان memperoleh nilai rata-rata 4.08 dikategorikan jawaban setuju. Hal ini mengidentifikasi bahwa ada kepuasan tersendiri saat menikmati produk Yamaha Nmax.
 8. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Adanya kepuasan tersendiri saat menikmati suasana saat menggunakan Nmax pada PT. SJKM.” maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan di PT. SJKM Titipapan Marelان memperoleh nilai rata-rata 4.06 dikategorikan jawaban setuju. Hal ini mengidentifikasi bahwa adanya kepuasan tersendiri saat menikmati suasana menggunakan Nmax.
 9. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Image yang dibuat PT. SJKM dapat memberikan kesan yang baik.” maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan di PT. SJKM Titipapan Marelان memperoleh nilai rata-rata 3.61 dikategorikan jawaban setuju. Hal ini mengidentifikasi bahwa image yang dibuat PT. SJKM dapat memberikan kesan yang baik.
 10. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “saya mengingat merek nmax memberikan kesan yang positif.” maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan di PT. SJKM Titipapan Marelان memperoleh nilai rata-rata 3.82 dikategorikan jawaban setuju. Hal ini mengidentifikasi bahwa Ketika mengingat produk Nmax memberikan kesan yang positif yang baik.

4.1.2.2 Analisis Deskriptif Desain Produk

Berdasarkan hasil penyebaran kuisisioner kepada konsumen di PT.

SJKM Titipapan Marelan Jl. Platina Raya No.1 Titipapan Marelan,
Sumatera Utara 20255, Indonesia

Tabel 4.5
Skor Angket Variabel Desain Produk (X2)

No	Pertanyaan (X2)	Skor Jawaban					Rata-Rata Skor
		STS	TS	KS	S	SS	
		F	F	F	F	F	
		(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	
1.	Yamaha Nmax mempunyai keindahan bentuk desainnya	4	2	16	49	29	3.97
		4%	2%	16%	49%	29%	
2.	Sepeda Motor Nmax mempunyai bentuk yang unik	2	2	17	46	33	4.06
		2%	2%	17%	46%	33%	
3.	Saya membeli Nmax karena motifnya yang menarik	1	2	19	50	28	4.02
		1%	2%	19%	50%	28%	
4.	Produk Yamaha Nmax merupakan produk yang bermutu	5	8	24	39	24	3.69
		5%	8%	24%	39%	24%	
5.	Yamaha Nmax memiliki jenis bahan yang berkualitas	6	8	19	44	23	3.70
		6%	8%	19%	44%	23%	

Tabel 4.5
Skor Angket Untuk Variabel Desain Produk (X2) (Lanjutan)

No	Pertanyaan (X2)	Skor Jawaban					Rata-Rata Skor
		STS	TS	KS	S	SS	
		F	F	F	F	F	
		(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	
6.	Saya merasa Yamaha Nmax memiliki daya tahan yang kuat	3	5	21	53	18	3.78
		3%	5%	21%	53%	18%	
7.	Yamaha Nmax memiliki performan yang baik dan dapat diandalkan untuk berpergian jauh	1	2	16	46	35	4.12
		1%	2%	16%	46%	35%	
8.	Yamaha Nmax memiliki kecepatan yang tinggi	2	7	10	45	36	4.06
		2%	7%	10%	45%	36%	
9.	Saat mengendarai sepeda motor Nmax saya merasa keren dan gagah	13	3	16	38	30	3.69
		13%	3%	16%	38%	30%	
10.	Saya menggunakan Nmax terlihat percaya diri	1	8	21	44	26	3.86
		1%	8%	21%	44%	26%	

Sumber: Hasil Olah Data (SPSS 25)

Dari tabel 4.5 dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Yamaha Nmax mempunyai keindahan bentuk desainnya” maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan di PT. SJKM Titipapan Marelan memperoleh nilai rata-rata 3.97 dikategorikan jawaban setuju. Hal ini mengidentifikasi bahwa Yamaha Nmax memiliki keindahan dari segi bentuk desainnya.
2. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “sepeda motor Nmax mempunyai bentuk yang unik” maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan di PT. SJKM Titipapan Marelan memperoleh nilai rata-rata 4.06 dikategorikan jawaban setuju. Hal ini mengidentifikasi bahwa Nmax memiliki bentuk yang unik dan mengikuti zaman sesuai gaya hidup.
3. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “saya membeli Nmax karena motifnya yang menarik” maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan di PT. SJKM Titipapan Marelan memperoleh nilai rata-rata 4.02 dikategorikan jawaban setuju. Hal ini mengidentifikasi bahwa Yamaha Nmax dibeli karena motifnya yang menarik dan trendy.
4. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “produk Yamaha Nmax merupakan produk yang bermutu.” maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan di PT. SJKM Titipapan Marelan memperoleh nilai rata-rata 3.69 dikategorikan jawaban setuju. Hal ini mengidentifikasi bahwa Yamaha Nmax mempunyai kualitas dan mutu yang baik.
5. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Yamaha nmax memiliki jenis bahan yang berkualitas.” Maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan di PT. SJKM Titipapan Marelan memperoleh nilai rata-rata 3.70 dikategorikan jawaban setuju. Hal ini mengidentifikasi bahwa Nmax memiliki bahan yang

berkualitas dan bermutu.

6. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “saya merasa Yamaha Nmax memiliki daya tahan yang kuat.” maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan di PT. SJKM Titipapan Marelan memperoleh nilai rata-rata 3.78 dikategorikan jawaban setuju. Hal ini mengidentifikasi bahwa Nmax mempunyai daya tahan yang kuat dan Tangguh.
7. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Yamaha Nmax memiliki performan yang baik dan dapat diandalkan untuk berpergian jauh.” maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan di PT. SJKM Titipapan Marelan memperoleh nilai rata-rata 4.12 dengan kategori jawaban setuju. Hal ini mengidentifikasi bahwa sepeda motor Nmax memiliki performan yang baik dan dapat diandalkan Ketika berpergian jauh.
8. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Yamaha Nmax memiliki kecepatan yang tinggi” maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan di PT. SJKM Titipapan Marelan nilai rata-rata 4.06 dengan kategori setuju. Hal ini mengidentifikasi bahwa Yamaha Nmax memiliki kecepatan yang tinggi.
9. Pada pernyataan yang menyatakan “saat mengendarai sepeda motor Yamaha nmax saya merasa keren dan gagah” maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan PT. SJKM Titipapan Marelan nilai rata-rata 3.69 dengan kategori jawaban setuju. Hal ini mengidentifikasi bahwa mengendarai Nmax merasa keren dan gagah tampak terlihat tampan ketika mengendarai.
10. Pada pernyataan yang menyatakan “saya menggunakan Nmax terlihat percaya diri” maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan PT. SJKM Titipapan Marelan nilai 3.86 dengan kategori jawaban setuju. Hal ini mengidentifikasi bahwa menggunakan Nmax tampak terlihat lebih percaya diri.

4.1.2.3 Analisis Deskriptif Harga

Berdasarkan hasil penyebaran kuisioner kepada konsumen di PT.

SJKM Tiipapan Marelان, Jl. Platina Raya No.1 Titipapan, Medan Deli,

Kota Medan, Sumatra Utara 20255, Indonesia.

Tabel 4.6
Skor Angket Variabel Harga (X3)

No	Pertanyaan (X3)	Skor Jawaban					Rata-Rata Skor
		STS	TS	KS	S	SS	
		F	F	F	F	F	
		(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	
1.	Harga sepeda motor Yamaha Nmax di PT. SJKM lebih terjangkau dibandingkan dengan dealer lainnya.	3	15	20	38	24	3.65
		3%	15%	20%	38%	24%	
2.	Harga Yamaha Nmax di PT. SJKM bervariasi sesuai tipe dan model	1	6	27	43	23	3.81
		1%	6%	27%	43%	23%	
3.	Harga sepeda motor Yamaha yang ditawarkan PT. SJKM Tiipapan sesuai dengan kualitasnya	4	7	17	43	29	3.86
		4%	7%	17%	43%	29%	
4.	Harga Yamaha Nmax sesuai dengan hasil yang diinginkan	7	2	17	43	31	3.89
		7%	2%	17%	43%	31%	
5.	Harga untuk pembelian Yamaha Nmax dengan pembayarancash/credit lebih murah dibandingkan lainnya.	2	18	16	34	30	3.72
		2%	18%	16%	34%	30%	
6.	Harga sepeda motor Yamaha Nmax dapat bersaing dengan produk lain	5	9	25	47	14	3.56
		5%	9%	25%	47%	14%	
7.	Harga sepeda motor Yamaha di PT. SJKM Nmax lebih ekonomis dibandingkan yang lain.	2	10	11	37	40	4.03
		2%	10%	11%	37%	40%	

Tabel 4.6
Skor Angket Variabel Harga (X3) (Lanjutan)

No	Pertanyaan (X3)	Skor Jawaban					Rata-Rata Skor
		STS	TS	KS	S	SS	
		F	F	F	F	F	
		(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	
8.	Harga untuk pembelian sepeda motor Yamaha Nmax di PT. SJKM sudah sesuai dengan kemampuan para pelanggan	0	8	24	47	21	3.81
		0%	8%	24%	47%	21%	
9.	Harga Yamaha Nmax PT. SJKM sesuai dengan manfaat yang didapatkan	1	2	22	45	30	4.01
		1%	2%	22%	45%	30%	
10.	Harga sepeda motor Yamaha Nmax di PT. SJKM sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan pelanggan	1	2	26	29	42	4.09
		1%	2%	26%	29%	42%	

Sumber: Hasil Olah data (SPSS 25)

Dari tabel 4.6 dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Harga sepeda motor Yamaha Nmax di PT. SJKM lebih terjangkau dibandingkan dengan dealer lainnya” maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan di PT. SJKM Titipapan Marelan memperoleh nilai rata-rata 3.65 dikategorikan jawaban setuju. Hal ini mengidentifikasi bahwa Yamaha Nmax harganya lebih terjangkau dibanding dealer lain.
2. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “ harga Yamaha nmax di PT. SJKM bervariasi sesuai tipe dan model” maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan di PT.SJKM Titipapan Marelan memperoleh nilai rata- rata 3.81 dikategorikan jawaban setuju. Hal ini mengidentifikasi bahwa harga Nmax sangat bervariasi.
3. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “harga sepeda motor Yamaha yang ditawarkan sesuai dengan kualitasnya” maka dapat disimpulkan bahwa

pelanggan di PT. SJKM Titipapan Marelان memperoleh nilai rata-rata 3.86 dikategorikan jawaban setuju. Hal ini mengidentifikasi bahwa harga yang ditawarkan oleh PT. SJKM sesuai dengan kualitasnya.

4. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “ harga Yamaha nmax sesuai dengan hasil yang diinginkan” maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan di PT. SJKM Titipapan Marelان memperoleh nilai rata-rata 3.89 dikategorikan jawaban setuju. Hal ini mengidentifikasi bahwa harga yang diperoleh sesuai dengan hasil yang diinginkan.
5. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “harga untuk pembelian sepeda motor Yamaha di PT. SJKM Titipapan dengan pembayaran cash/credit lebih murah dibandingkan dealer lain” Maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan di PT. SJKM Titipapan Marelان memperoleh nilai rata-rata 3.72 dikategorikan jawaban setuju. Hal ini mengidentifikasi bahwa pembayaran sepeda motor secara cash lebih murah dibandingkan dealer lain.
6. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “harga sepeda motor Yamaha nmax dapat bersaing dengan produk lain.” maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan di PT. SJKM Titipapan Marelان memperoleh nilai rata-rata 3.56 dikategorikan jawaban setuju. Hal ini mengidentifikasi bahwa Nmax mampu bersaing dengan produk lainnya
7. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “harga sepeda motor Yamaha Nmax di PT. SJKM lebih ekonomis dibandingkan yang lain” maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan di PT. SJKM Titipapan Marelان memperoleh nilai rata-rata 4.03 dengan kategori jawaban sangat setuju. Hal ini mengidentifikasi bahwa harga sepeda motor nmax di PT. SJKM jauh lebih ekonomis.

8. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “harga untuk pembelian sepeda motor Yamaha Nmax sudah sesuai dengan dengan kemampuan para pelanggan” maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan di PT. SJKM Titipapan Marelan nilai rata-rata 3.81 dengan kategori setuju. Hal ini mengidentifikasi bahwa harga Yamaha nmax sesuai dengan kemampuan pelanggan sesuai budget.
9. Pada pernyataan yang menyatakan “harga Yamaha nmax sesuai dengan manfaat yang didapatkan” maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan PT. SJKM Titipapan Marelan nilai rata-rata 4.01 dengan kategori jawaban setuju. Hal ini mengidentifikasi bahwa harga yang didapatkan sesuai dengan manfaat yang didapatkan.
10. Pada pernyataan yang menyatakan “harga sepeda motor Yamaha Nmax di PT. SJKM sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan pelanggan” maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan PT. SJKM Titipapan Marelan nilai rata-rata 4.09 dengan kategori jawaban sangat setuju. Hal ini mengidentifikasi bahwa menggunakan Nmax tampak terlihat lebih percaya diri.

4.1.2.4 Analisis Kualitas Produk

Berdasarkan hasil penyebaran kuisioner kepada konsumen di PT. SJKM Titipapan Marelan Jl. Platina Raya No.1 Titipapan Marelan, Sumatera Utara 20255, Indonesia

Tabel 4.7
Skor Angket Variabel Kualitas Produk (X4)

No	Pertanyaan (X4)	Skor Jawaban					Rata-Rata Skor
		STS	TS	KS	S	SS	
		F	F	F	F	F	
		(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	
1.	Kualitas yang diberikan Nmax pada PT. SJKM	2	2	18	52	26	3.98
		2%	2%	18%	52%	26%	

	sesuai dengan spesifikasi yang diberikan						
2.	Kualitas yang diberikan Yamaha nmax pada PT. SJKM sesuai dengan harganya	2 2%	7 7%	33 33%	37 37%	21 21%	3.68
3.	Apakah penggunaan bahan bakar sepeda motor Yamaha nmax cukup irit Ketika digunakan dalam perjalanan jauh	4 4%	6 6%	14 14%	53 53%	23 23%	3.85
4.	Yamaha nmax memiliki daya tahan yang baik sesuai dengan spesifikasi kendaraan bermotor yang saya inginkan	7 7%	6 6%	22 22%	36 36%	29 29%	3.74

Tabel 4.7
Skor Angket Variabel Kualitas Produk (X4) (Lanjutan)

No	Pertanyaan (X4)	Skor Jawaban					Rata-Rata Skor
		STS	TS	KS	S	SS	
		F	F	F	F	F	
		(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	
5	Yamaha nmax PT.SJKM memiliki daya tahan mesin yang handal untuk menempuh perjalanan jauh	4 4%	10 10%	15 15%	41 41%	30 30%	3.83
6.	Yamaha nmax PT. SJKM memiliki jenis bahan bakar yang berkualitas	6 6%	9 9%	27 27%	42 42%	16 16%	3.53
7.	Apakah Yamaha nmax memiliki desain body yang unik dan sesuai dengan trend masa kini	2 2%	2 2%	12 12%	39 39%	45 45%	4.23
8.	Apakah sepeda motor Yamaha nmax PT.SJKM memiliki	2 2%	6 6%	19 19%	49 49%	24 24%	3.87

	desain yang bagus dan trendy						
9.	Saat menggunakan sepeda motor Yamaha namx saya terlihat lebih percaya diri	14	2	12	40	32	3.74
		14%	2%	12%	40%	32%	
10.	Apakah saat mengendarai Yamaha nmax saya terlihat lebih keren dan gagah	2	6	13	34	45	4.14
		2%	6%	13%	34%	45%	

Sumber: Hasil Olah Data (SPSS 25)

Dari tabel 4.7 dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “kualitas yang diberikan PT. SJKM tentang Yamaha Nmax sesuai dengan spesifikasi yang diberikan” maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan di PT. SJKM Titipapan Marelان memperoleh nilai rata-rata 3.98 dikategorikan jawaban setuju. Hal ini mengidentifikasi bahwa kualitas yang diberikan oleh Yamaha nmax sesuai dengan spesifikasi yang diberikan.
2. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “ kualitas yang diberikan Yamaha namx PT. SJKM sesuai dengan harganya” maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan di PT.SJKM Titipapan Marelان memperoleh nilai rata- rata 3.68 dikategorikan jawaban setuju. Hal ini mengidentifikasi bahwa kualitas yang diberikan sesuai dengan harga yang didapatkan.
3. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “penggunaan bahan bakar Yamaha nmax cukup irit ketika digunakan dalam perjalanan jauh” maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan di PT. SJKM Titipapan Marelان memperoleh nilai rata-rata 3.85 dikategorikan jawaban setuju. Hal ini mengidentifikasi bahwa bahan bakar Yamaha nmax irit Ketika digunakan pada saat perjalanan jauh.
4. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “yamaha nmax memiliki daya

tahan yang baik sesuai dengan spesifikasi kendaraan bermotor yang saya inginkan” maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan di PT. SJKM Titipapan Marelan memperoleh nilai rata-rata 3.74 dikategorikan jawaban setuju. Hal ini mengidentifikasi bahwa daya tahan yang dimiliki nmax sesuai dengan spesifikasi yang diinginkan oleh pelanggan.

5. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Yamaha nmax PT. SJKM memiliki daya tahan mesin yang handal untuk menempuh perjalanan jauh” Maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan di PT. SJKM Titipapan Marelan memperoleh nilai rata-rata 3.83 dikategorikan jawaban setuju. Hal ini mengidentifikasi bahwa Nmax memiliki daya tahan mesin yang handal
6. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Yamaha nmax pada PT. SJKM memiliki jenis bahan bakar yang berkualitas.” maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan di PT. SJKM Titipapan Marelan memperoleh nilai rata-rata 3.53 dikategorikan jawaban setuju. Hal ini mengidentifikasi bahwa Nmax menggunakan jenis bahan bakar yang berkualitas.
7. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Yamaha Nmax memiliki desain body yang unik dan sesuai dengan trend masa kini” maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan di PT. SJKM Titipapan Marelan memperoleh nilai rata-rata 4.23 dengan kategori jawaban sangat setuju. Hal ini mengidentifikasi bahwa desain body nmax unik dan mengikuti trend masa kini untuk kalangan anak muda.
8. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “sepeda motor Yamaha nmax memiliki desain yang bagus dan trendy” maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan di PT. SJKM Titipapan Marelan nilai rata-rata 3.87 dengan kategori setuju. Hal ini mengidentifikasi bahwa nmax memiliki desain yang

bagus trendy.

9. Pada pernyataan yang menyatakan “saat menggunakan sepeda motor Yamaha nmax saya terlihat lebih percaya diri” maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan PT. SJKM Titipapan Marelan nilai rata-rata 3.74 dengan kategori jawaban setuju. Hal ini mengidentifikasi bahwa Ketika menggunakan atau mengendarai Nmax akan terlihat lebih percaya diri karena desain body nya yang unik.
10. Pada pernyataan yang menyatakan “saat mengendarai sepeda motor Yamaha nmax saya terlihat lebih keren dan gagah” maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan PT. SJKM Titipapan Marelan nilai rata-rata 4.14 dengan kategori jawaban sangat setuju. Hal ini mengidentifikasi bahwa menggunakan Ketika sedang mengendarai nmax terlihat lebih keren dan tampan.

4.1.2.5 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penyebaran kuisioner kepada konsumen di PT. SJKM Titipapan Marelan Jl. Platina Raya No.1 Titipapan Marelan, Sumatera Utara 20255, Indonesia

Tabel 4.8
Skor Angket Untuk Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No	Pertanyaan (X1)	Skor Jawaban					Rata-Rata Skor
		STS	TS	KS	S	SS	
		F	F	F	F	F	
		(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	
1.	Pelanggan PT. SJKM membeli sepeda motor Yamaha Nmax karena sesuai dengan kebutuhannya	3	2	21	48	26	3.92
		3%	2%	21%	48%	26%	

Tabel 4.8
Skor Angket Untuk Variabel Keputusan Pembelian (Y) (Lanjutan)

No	Pertanyaan (Y)	Skor Jawaban					Rata-Rata Skor
		STS	TS	KS	S	SS	
		F	F	F	F	F	
		(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	
2.	Saya membeli Nmax untuk memenuhi kebutuhan transportasi	3	6	32	36	23	3.70
		3%	6%	32%	36%	23%	
3.	Pelanggan memutuskan untuk membeli sepeda motor Yamaha Nmax karena menyukai merek tersebut	1	7	17	55	20	3.86
		1%	7%	17%	55%	20%	
4.	Saya membeli sepeda motor Yamaha Nmax karena motor impian saya	7	8	22	37	26	3.67
		2%	2%	12%	37%	26%	
5.	Pelanggan memutuskan membeli sepeda motor Yamaha Nmax karena sesuai dengan keinginannya	5	10	19	40	26	3.72
		5%	10%	19%	40%	26%	
6.	Saya membeli Yamaha Nmax karena dapat diandalkan dan mendukung aktivitas saya sehari-hari	4	8	30	42	16	3.58
		4%	8%	30%	42%	16%	
7.	Saya membeli sepeda motor Yamaha Nmax karena terlihat gagah saat mengendarai	2	2	14	47	35	4.11
		2%	6%	14%	47%	35%	
8.	Pelanggan membeli sepeda motor Yamaha Nmax karena mendapatkan informasi dari orang lain bahwa di PT. SJKM lebih bagus dan murah	2	5	16	53	24	3.92
		2%	5%	16%	53%	24%	

Tabel 4.8
Skor Angket Untuk Variabel Keputusan Pembelian (Y) (Lanjutan)

9.	Saya tertarik untuk membeli yamaha Nmax setelah	14	2	11	44	29	3.72
		14%	2%	11%	44%	29%	

	mendapatkan informasi dari teman atau orang terdekat						
10.	Pelanggan memutuskan untuk membeli sepeda motor Yamaha berdasarkan dari ketepatan dalam membeli	2 2%	6 6%	23 23%	36 36%	33 33%	3.92

Sumber: Hasil Olah Data (SPSS 25)

Dari tabel 4.8 dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “Pelanggan PT. SJKM membeli karena sesuai dengan kebutuhannya” maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan di PT. SJKM Titipapan Marelان memperoleh nilai rata-rata 3.92 dikategorikan jawaban setuju. Hal ini mengidentifikasi bahwa pelanggan membeli sepeda motor Nmax karena sesuai dengan kebutuhannya untuk memuat kapasitas boncengan lebih dari dua.
2. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “ saya membeli nmax untuk memenuhi kebutuhan transportasi” maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan di PT.SJKM Titipapan Marelان memperoleh nilai rata- rata 3.70 dikategorikan jawaban setuju. Hal ini mengidentifikasi bahwa membeli Nmax dikarenakan memenuhi kapasitas kebutuhan transportasi.
3. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “pelanggan memutuskan untuk membeli sepeda motor Yamaha nmax karena menyukai merek tersebut” maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan di PT. SJKM Titipapan Marelان memperoleh nilai rata-rata 3.86 dikategorikan jawaban setuju. Hal ini mengidentifikasi bahwa membeli Yamaha nmax karena menyukai merek tersebut dan desainnya unik.
4. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “saya membeli Yamaha nmax

karena motor impian saya” maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan di PT. SJKM Titipapan Marelان memperoleh nilai rata-rata 3.67 dikategorikan jawaban setuju. Hal ini mengidentifikasi bahwa pelanggan membeli dikarenakan sepeda motor Yamaha Nmax sudah lama menjadi motor impian.

5. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “pelanggan memutuskan membeli sepeda motor Yamaha nmax karena sesuai dengan keinginannya” Maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan di PT. SJKM Titipapan Marelان memperoleh nilai rata-rata 3.72 dikategorikan jawaban setuju. Hal ini mengidentifikasi bahwa membeli sepeda motor Yamaha nmax karena sudah sesuai dengan keinginan pelanggan.
6. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “saya membeli Yamaha nmax karena dapat diandalkan dan mendukung aktivitas sehari-hari.” maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan di PT. SJKM Titipapan Marelان memperoleh nilai rata-rata 3.58 dikategorikan jawaban setuju. Hal ini mengidentifikasi bahwa Yamaha namax dapat diandalkan dalam segala aktivitas saat berkendara di jalan.
7. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “saya membeli sepeda motor Yamaha nmax karena terlihat gagah saat mengendarai” maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan di PT. SJKM Titipapan Marelان memperoleh nilai rata-rata 4.11 dengan kategori jawaban setuju. Hal ini mengidentifikasi bahwa pelanggan memutuskan membeli Yamaha nmax dikarenakan terlihat gagah saat mengendarai sepeda motor tersebut.
8. Pada pernyataan yang menyatakan bahwa “pelanggan membeli sepeda motor Yamaha nmax karena mendapatkan informasi dari orang lain ” maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan di PT. SJKM Titipapan Marelان nilai rata-rata

3.92 dengan kategori setuju. Hal ini mengidentifikasi bahwa pelanggan PT. SJKM membeli sepeda motor Nmax karena mendapatkan informasi dari orang lain bahwa lebih bagus dan murah.

9. Pada pernyataan yang menyatakan “saya tertarik untuk membeli yamaha nmax setelah mendapatkan informasi dari teman atau orang terdekat” maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan PT. SJKM Titipapan Marelan nilai rata-rata 3.72 dengan kategori jawaban setuju. Hal ini mengidentifikasi bahwa membeli Yamaha nmax setelah mendapatkan informasi dari pihak keluarga.
10. Pada pernyataan yang menyatakan “pelanggan memutuskan untuk membeli sepeda motor Yamaha berdasarkan dari ketepatan dalam membeli” maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan PT. SJKM Titipapan Marelan nilai rata-rata 3.92 dengan kategori jawaban setuju. Hal ini mengidentifikasi bahwa membeli Yamaha nmax sudah berdasarkan kesepakatan dan ketepatan dalam membeli.

4.1.3 Analisis Statistik

4.1.3.1 Analisis Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah sampel yang digunakan mempunyai distribusi normal atau tidak. Dalam model regresi linear, asumsi ini ditunjukkan oleh nilai *error* yang berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah model regresi yang dimiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak dilakukan pengujian secara statistik. Pengujian normalitas data menggunakan *Test of Normality Kolmogorov-Smirnov* dalam program SPSS versi 25. Menurut Singgih Santoso (2017:293) dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan

probabilitas (*Asymotic Significance*) yaitu:

1. Jika probabilitas $> 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah normal
2. Jika probabilitas $< 0,05$ maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal

Tabel 4.9
Output SPSS Kolmogorov-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.59469845
Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	.030
	Negative	-.066
Test Statistic		.066
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal
- b. Calculated from data
- c. Lilliefors Significance Correction
- d. This is a lower bound of the true significance

Berdasarkan tabel 4.9 output SPSS *Kolmogorov-Smirnov*, diketahui bahwa nilai signifikansi Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar .200 lebih besar dari 0,05 maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas *kolmogorov-smirnov* diatas, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi secara normal. Dengan demikian, asumsi atau pernyataan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.

2. Uji Multikolinearitas

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas adalah mempunyai angka *tolerance* mendekati 1, Batas VIF adalah 10, jika nilai VIF dibawah 10, maka tidak terjadi gejala multikolinearitas (Gujarat, 2018:432).

Tabel 4.10
Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model		Unstandarized Coefficients		Standarized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	24.911	6.042		4.123	.000		
	Brand Image	.239	.100	.253	2.401	.018	.842	1.188
	Desain Produk	-.136	.098	-.144	-1.388	.168	.872	1.147
	Harga	.000	.115	.000	.002	.999	.861	1.161
	Kualitas Produk	.243	.101	.244	2.146	.018	.918	1.089

a. Dependent Variabel: Keputusan Pembelian

Dari tabel 4.10 Uji Multikolinearitas diatas dapat dijelaskan bahwa:

a. Dengan nilai *tolerance* >0,10 yaitu untuk variabel penelitian:

1. Brand Image dengan nilai 0,842 yang berarti $0,842 > 0,10$.
2. Desain Produk dengan nilai 0,872 yang berarti $0,872 > 0,10$.
3. Harga dengan nilai 0,861 yang berarti $0,861 > 0,10$.
4. Kualitas Produk dengan nilai 0,918 yang berarti $0,918 > 0,10$

Maka hal ini membuktikan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

b. Dengan nilai VIF < 10 untuk variabel penelitian:

1. Brand Image yaitu sebesar 1.188 yang berarti $1.188 \text{ VIF} < 10$
2. Desain Produk yaitu sebesar 1.147 yang berarti $1.147 \text{ VIF} < 10$
3. Harga yaitu sebesar 1.161 yang berarti $1.161 \text{ VIF} < 10$
4. Kualitas Produk sebesar 1.089 yang berarti $1.089 \text{ VIF} < 10$

Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada multikolinearitas dalam model regresi sehingga data dikatakan baik dan dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

3. Uji Heteroskedastisitas

Dalam menguji heteroskedastisitas peneliti menggunakan cara uji Glejser. Dasar pengambilan keputusan uji heteroskedastisitas dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai Signifikan lebih besar dari 0,05, maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.
- b. Sebaliknya, jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05, maka kesimpulannya adalah terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Tabel 4.11
Uji Glejser
Coefficients

Model		Unstandarized Coefficients		Standarized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.857	3.729		.498	.620
	Brand Image	-.027	.061	-.048	-.438	.662
	Desain Produk	.034	.060	.061	.560	.577
	Harga	.095	.071	.147	1.351	.180
	Kualitas Produk	-.038	.062	-.065	-.613	.541

a. Dependent Variabel: res_2

Dari tabel 4.11 Uji Glejser diatas dapat dijelaskan bahwa:

- a. Nilai sig pada variabel Brand Image yaitu 0,662 yang artinya bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dengan ketentuan sig > dari 0,05.
- b. Pada pengujian yang kedua variabel desain produk yaitu dengan nilai 0,577 yang artinya tidak terjadi heteroskedastisitas dengan ketentuan sig > dari 0,05
- c. Pada pengujian ketiga variabel harga yaitu dengan nilai 0,180 yang artinya tidak

terjadi heteroskedastisitas dengan ketentuan $\text{sig} > \text{dari } 0,05$

- d. Pada variabel kualitas produk yaitu dengan nilai 0,541 yang artinya tidak terjadi heteroskedastisitas dengan ketentuan $\text{sig} > \text{dari } 0,05$.

Kesimpulannya adalah item pernyataan disetiap variabel tidak terjadi heteroskedastisitas dengan melihat uji glejser memenuhi ketentuan $> \text{dari } 0,05$, maka dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.1.3.2 Regresi Linier Berganda

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh brand image (X1), desain produk (X2), harga (X3), kualitas produk (X4) terhadap keputusan pembelian (Y) dapat diketahui sebagai berikut:

Tabel 4.12
Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients

Model		Unstandarized Coefficients		Standarized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	24.911	6.042		.4.123	.000
	Brand Image	.239	.100	.253	.2.401	.018
	Desain Produk	-.136	.098	-.144	-1.388	.168
	Harga	.000	.115	.000	.002	.999
	Kualitas Produk	.243	.101	.244	2.416	.018

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Diolah, 2023

Pengaruh antara brand image (X1), desain produk (X2), harga (X3), kualitas produk (X4) terhadap keputusan pembelian (Y) ini juga dapat dilihat dari besarnya intersep yang diperoleh dari hasil perhitungan yang digunakan alat bantu *SPSS for Windows* versi 25 besarnya konstanta $Y\alpha = 24.911$, $\beta_{X_1} = 0.253$, $\beta_{X_2} = -144$, $\beta_{X_3} = 000$, $\beta_{X_4} = 0.244$. Selanjutnya dimasukan ke dalam persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

$$Y = 24.911 + 0.253X_1 - 0.144X_2 + 0.000X_3 + 0.244X_4$$

Keterangan:

1. Dari persamaan regresi ini menunjukkan besarnya nilai konstanta $\alpha = 24.911$ yang artinya apabila variable independent yaitu Brand Image (X1), Desain Produk (X2), Harga (X3), Kualitas Produk (X4) apabila memiliki nilai sama dengan nol (0), maka variable dependent yaitu Keputusan Pembelian (Y) sebesar 24.911 dalam keadaan konsta atau tetap tidak berubah.
2. Dari persamaan regresi ini menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi $b_1 = 0,253$ dan bernilai positif yang berarti apabila variable Brand Image naik sebesar 1 satuan, maka variable dependent Keputusan Pembelian akan naik juga sebesar 0.253 begitu juga sebaliknya.
3. Dari persamaan regresi ini menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi $b_2 = -0.144$ dan bernilai negatif yang berarti apabila variabel Desain Produk turun sebesar 1 satuan, maka variabel dependent Keputusan Pembelian akan menurun juga sebesar -0.144 begitu juga sebaliknya.
4. Dari persamaan regresi ini menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi $b_3 = 0,000$ hasil tersebut yang berarti apabila variabel Harga naik sebesar 1 satuan, maka variabel dependent Keputusan Pembelian tidak akan mengalami peningkatan atau penurunan karena nilai koefisiennya 0.000.
5. Dari persamaan regresi ini menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi $b_4 = 0,244$ dan bernilai positif yang berarti apabila variabel Kualitas Produk naik sebesar 1 satuan, maka variabel dependent Keputusan Pembelian akan

naik juga sebesar 0.244 begitu juga sebaliknya.

Berdasarkan nilai regresi variabel independent (bebas) disimpulkan bahwa yang paling berpengaruh terhadap variabel dependen (terikat) Keputusan Pembelian yaitu variabel Brand Image sebesar 0.253. berdasarkan keterangan tersebut diketahui bahwa peningkatan terhadap Keputusan Pembelian di pengaruhi oleh Brand Image.

4.1.3.3 Uji Hipotesis

1. Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Uji parsial (Uji t) bertujuan untuk mengetahui apakah variabel secara individu mempunyai pengaruh terhadap variabel tidak bebas dengan asumsi variabel bebas lainnya konsta. Kriteria pengambilan keputusan dalam pengujian yang menggunakan uji t (Ghozali,2018) adalah sebagai berikut:

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $P\ value < 0,5$, maka H_1 diterima dan H_0 ditolak yang artinya salah satu variabel bebas mempengaruhi variabel terikat (dependen) secara signifikan.
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan $P\ value > 0.5$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak yang artinya salah satu variabel bebas (independent) tidak mempengaruhi variabel terikat (dependen) secara signifikan.

Tabel 4.13
Hasil Uji t
Coefficients

Model		Unstandarized Coefficients		Standarized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	24.911	6.042		.4.123	.000
	Brand Image	.239	.100	.253	.2.401	.018
	Desain Produk	-.136	.098	-.144	-1.388	.168
	Harga	.000	.115	.000	.002	.999
	Kualitas Produk	.243	.101	.244	2.416	.018

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel 4.13 diatas hasil pengujian uji t maka kriteria uji hipotesis diterima yaitu $T_{hitung} > T_{tabel}$. Untuk itu, kriteria pengujian uji t pada tingkat sig 5% yaitu diketahui (n-k) yang dimana n ialah jumlah responden dan k jumlah variable independent $= 100 - 4 = 96$. Nilai t_{tabel} untuk $n = 96$ adalah 1.984.

1. Pengujian Hipotesis satu (H1)

Pengujian pertama dalam penelitian ini untuk menguji apakah Brand Image berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian diperoleh nilai $t_{hitung} 2.401 > 1.984$ maka dasar ketentuan uji parsial dapat disimpulkan H1 diterima yang berarti secara parsial Brand Image berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian karena ketentuan dalam Uji t adalah $T_{hitung} > T_{tabel}$.

2. Pengujian Hipotesis dua (H2)

Pengujian kedua dalam penelitian ini untuk menguji apakah Desain Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian diperoleh nilai $t_{hitung} - 1.388 < 1.984$ maka dasar ketentuan uji parsial dapat disimpulkan H2 ditolak yang berarti secara parsial Desain Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian karena ketentuan dalam Uji t adalah $T_{hitung} > T_{tabel}$.

3. Pengujian Hipotesis tiga (H3)

Pengujian ketiga dalam penelitian ini untuk menguji apakah Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian diperoleh nilai $t_{hitung} 0.002 < 1.984$ maka dasar ketentuan uji parsial dapat disimpulkan H3 ditolak yang berarti secara parsial Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian karena ketentuan dalam Uji t adalah $T_{hitung} > T_{tabel}$.

4. Pengujian Hipotesis empat (H4)

Pengujian keempat dalam penelitian ini untuk menguji apakah Kualitas Produk

berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian diperoleh nilai $t_{hitung} 2.416 > 1.984$ maka dasar ketentuan uji parsial dapat disimpulkan H4 diterima yang berarti secara parsial Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian karena ketentuan dalam Uji t adalah $T_{hitung} > T_{tabel}$.

1. Uji Simultan r hitung (Uji F)

Selanjutnya untuk mengetahui keeratan hubungan (signifikan) perlu dilakukan pengujian nilai koefisien korelasi. Adapun hasil pengujian dengan bantuan program SPSS dapat diketahui melalui tabel *Model Anova* berikut:

Tabel 4.14
Hasil Uji F
ANOVA^a

Model						
		Sum Of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	391.796	4	97.949	3.003	.022 ^b
	Residual	3098.764	95	32.619		
	Total	3490.560	99			

a. Dependent Variabel: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Brand Image, Desain Produk, Harga

Berdasarkan tabel 4.14 diatas diketahui bahwa nilai F tabel sebesar 2.47, dan nilai F hitung sebesar 3.003 dengan signifikansi 0.022. Karena nilai F hitung lebih besar dari F tabel ($3.003 > 2.47$) dan signifikansinya lebih kecil dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Brand Image (X1), Desain Produk (X2), Harga (X3), Kualitas Produk (X4) secara Bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian di PT. Sumber Jadi Kencana Motor Titipapan Marelan.

4.1.3.4 Koefisien Determinasi (R Square)

Koefisien determinasi (R Square) digunakan dalam penelitian untuk melihat bagaimana variasi nilai variabel terikat dipengaruhi oleh variasi nilai variabel bebas. Untuk mengetahui sejauh mana kontribusi atau presentasi

pengaruh Brand Image, Desain Produk, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di PT. Sumber Jadi Kencana Motor Titipapan Marelan.

Tabel 4.15
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.335 ^a	.112	.075	5.711

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Brand Image, Desain Produk, Harga

Berdasarkan tabel 4.15 diatas dapat dilihat pada nilai adjusted R Square menunjukan bahwa:

1. $R = 0.335$ berarti hubungan (relation) antara Brand Image, Desain Produk, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di PT. SJKM Titipapan Marelan sebesar 33,5% yang berarti memiliki hubungan yang erat. Semakin besar R berarti hubungan semakin erat.
2. *Standart Error of Estimated* artinya mengukur variasi dari nilai yang diprediksi. Standart error of Estimated juga bisa disebut standar diviasi. Dari tabel diatas *Standart Error of Estimated* adalah 0.75. Semakin kecil standar deviasi berarti model semakin baik.

R *Square* sebesar 0.112 maka berarti 11,2% faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian di PT. SJKM Titipapan Marelan dapat dijelaskan oleh Brand Image, Desain Produk, Harga dan Kualitas Produk. Sedangkan sisanya (100-11,2%) yaitu 88.8% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Nmax Pada PT. SJKM Titipapan Marelan

Hasil analisis data *statistic* membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan variabel *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Berdasarkan hasil pengujian uji t dapat dilihat pada tabel diatas, maka kriteria uji hipotesis diterima yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$. Untuk itu, kriteria pengujian uji t pada tingkat sig 5% yaitu diketahui $(n-k)$ yang dimana n ialah jumlah responden dan k jumlah variabel independent = $100-4=96$. Nilai t_{tabel} untuk $n = 96$ adalah 1.984. dari tabel diatas dapat dilihat pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian diperoleh nilai $t_{hitung} 2.401 > t_{tabel} 1.984$ maka dasar ketentuan uji secara parsial dapat disimpulkan H_1 diterima yang berarti secara parsial Brand Image mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini berarti image brand atau merek dari sepeda motor Yamaha sangatlah berdasar pada niatan dari konsumen untuk membeli produk tersebut sehingga setiap penjual harus mampu membangun image atau merek yang baik dari barang yang akan dijual.

Dalam proses menyampaikan brand atau merek kepada pelanggan dan untuk mencapai tujuan perusahaan yang berupa penjualan produk yang optimal maka kegiatan pemasaran dijadikan tolak ukur oleh setiap perusahaan sebelum meluncurkan produknya ke perusahaan harus mampu melihat atau mengetahui apa yang dibutuhkan oleh pelanggan, sehingga jika seorang pemasar mampu mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dengan baik, mengembangkan produk yang berkualitas, memperindah desain, menetapkan harga, serta memproduksi barang yang bagus dan berkualitas. Sewajarnya jika segala kegiatan perusahaan

harus selalu dicurahkan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan kemudian pelanggan akan memutuskan untuk membeli merek pada produk tersebut. Dan pada akhirnya tujuan perusahaan yaitu untuk memperoleh laba yang besar dan akan tercapai. Berdasarkan tabel distribusi frekuensi kuisioner variabel Brand Image menunjukkan bahwa umumnya kuisioner di dominasi oleh jawaban setuju.

Seperti halnya penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Rinda Romdonah, Azis Fathoni, Andi tri Haryono (2015), menyatakan bahwa hasil pengujian menunjukkan bahwa Brand Image berpengaruh signifikan atau positif Terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini berarti semakin baik Brand Image yang diberikan pihak perusahaan maka akan semakin besar peluang perusahaan dalam memperoleh pelanggan untuk pembelian.

4.2.2 Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Nmax Pada PT. SJKM Titipapan Marelان

Hasil analisis data statistik membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan variabel Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini berarti bahwa semakin baik desain suatu produk maka akan semakin meningkat kualitas produk tersebut. Desain produk yang memiliki berbagai variasi, model terbaru, mengikuti trend dan memiliki tingkat keamanan dan kenyamanan yang baik menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen yang mampu meningkatkan kepercayaan dari penggunaanya sehingga mampu mempengaruhi dalam keputusan pembelian. Semakin baik desain produk yang ditawarkan, maka tingkat ketertarikan konsumen untuk melakukan pembelian akan semakin tinggi.

Berdasarkan hasil pengujian uji t dapat dilihat pada tabel diatas, maka kriteria uji hipotesis diterima yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$. Untuk itu, kriteria pengujian uji t

pada tingkat sig 5% yaitu diketahui $(n-k)$ yang dimana n ialah jumlah responden dan k jumlah variabel independent = $100-4=96$. Nilai t_{tabel} untuk $n=96$ adalah 1.984. dari tabel diatas dapat dilihat pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian diperoleh nilai $t_{\text{hitung}} .1.388 < t_{\text{tabel}} 1.984$ maka dasar ketentuan uji secara parsial dapat disimpulkan H_2 ditolak yang berarti secara parsial Desain Produk mempunyai pengaruh negatif dan tidak signifikan Terhadap Keputusan Pembelian.

Seperti halnya penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh Irfan Rizkullah, Ariella (2018), menyatakan bahwa hasil pengujian menunjukkan bahwa Desain Produk tidak berpengaruh secara signifikan Terhadap Keputusan Pembelian.

4.2.3 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Nmax Pada PT. SJKM Titipapan Marelان

Hasil analisis data statistik membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan variabel Harga terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini berarti bahwa semakin tepat penentuan harga yang dilakukan, maka akan semakin baik juga tanggapan para konsumen terhadap perusahaan itu sendiri dikarenakan pihak konsumen khususnya para pelanggan PT. Sumber Jadi Kencana Motor Titipapan Marelان menginginkan harga yang murah dan juga manfaat yang baik kepada mereka. Terdapat perbandingan harga yang signifikan dimana harga dari sepeda motor Yamaha setiap type atau mereknya lebih rendah atau lebih murah dibandingkan harga sepeda motor Honda. Untuk pembelian sepeda motor seken/bekas harga sepeda motor Yamaha terdapat penurunan harga karena kualitasnya yang mulai menurun dibandingkan dengan penjualan seken/bekas dari sepeda motor Honda yang akan tetap sama dengan harga asli atau ada

penurunan yang tidak terlalu jauh dari harga sebenarnya. Bagi Sebagian besar masyarakat, penilaian terhadap produk tidak terlepas dari *brand* atau merek dari produk itu sendiri.

Harga diatas adalah harga untuk pembelian sepeda motor secara cash/tunai, namun untuk pembelian sepeda motor dengan pembayaran *credit*/ cicilan maka besar kemungkinan pengeluaran kita akan lebih besar dimana pembelian secara kredit akan dikenakan biaya dua kali lipat dari harga sebenarnya dan bunga yang cukup besar, serta biaya lainnya seperti denda jika melakukan pembayaran tidak tepat waktu. Hal tersebut sangat berpengaruh terhadap pelanggan dalam pembelian sepeda motor di perusahaan tersebut.

Berdasarkan hasil pengujian uji t dapat dilihat pada tabel diatas, maka kriteria uji hipotesis diterima yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$. Untuk itu, kiteria pengujian uji t pada tingkat sig 5% yaitu diketahui (n-k) yang dimana n ialah jumlah responden dan k jumlah variabel independent = $100-4=96$. Nilai t_{tabel} untuk n=96 adalah 1.984. Dari tabel diatas dapat dilihat pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian diperoleh nilai $t_{hitung} 0.002 < t_{tabel} 1.984$ maka dasar ketentuan uji parsial dapat disimpulkan H3 ditolak yang berarti secara parsial Harga mempunyai pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Seperti halnya penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Fiza Anisa, Heri Prasuhanda Manurung(2021), menyatakan bahwa hasil pengujian mennunjukkan bahwa Harga berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

4.2.4 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Nmax Pada PT. SJKM Titipapan Marelان

Hasil analisis data statistic membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan variabel Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. Berdasarkan hasil pengujian uji t dapat dilihat pada tabel diatas, maka kriteria uji hipotesis diterima $t_{hitung} > t_{tabel}$. Untuk itu, kriteria pengujian uji t pada tingkat sig 5% yaitu diketahui $(n-k)$ yang dimana n ialah jumlah responden dan k jumlah variabel independent $=100-4=96$. Nilai t_{tabel} untuk $n=96$ adalah 1.984. dari tabel diatas dapat dilihat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian diperoleh nilai $t_{hitung} 2.416 > t_{tabel} 1.984$ maka dasar ketentuan uji secara parsial dapat disimpulkan H4 diterima yang berarti secara parsial Kualitas Produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini berarti kualitas dari sebuah produk sangatlah berdasar pada niatan konsumen untuk membeli produk tersebut sehingga setiap penjual harus mampu membangun kualitas produk dari barang yang dijual.

Dalam proses penyampaian produk kepada pelanggan dan untuk mencapai tujuan perusahaan yang berupa penjualan produk yang optimal, maka kegiatan pemasaran dijadikan tolak ukur oleh setiap perusahaan sebelum meluncurkan produknya perusahaan harus mampu melihat atau mengetahui apa yang dibutuhkan oleh pelanggan, sehingga jika seorang pemasar mampu mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dengan baik, mengembangkan produk berkualitas, menetapkan harga, maka produk-produknya akan laris dipasaran. Sewajarnya Jika segala kegiatan perusahaan harus selalu dicurahkan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan kemudian pelanggan akan memutuskan pembelian produk tersebut. Dan pada akhirnya tujuan perusahaan yaitu

memperoleh laba yang akan dicapai.

Seperti halnya penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Mailani Mailani, Yahya Tanjung(2022), menyatakan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan Terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini berarti semakin baik kualitas produk yang diberikan pihak perusahaan maka akan semakin besar peluang perusahaan dalam mendapatkan pelanggan.

4.2.5 Pengaruh Brand Image, Desain Produk, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Nmax Pada PT. SJKM Titipapan Marelان

Pada pengujian Uji F yang dilakukan dengan pengujian hipotesis maka didapatkan hasil bahwa Brand Image, Desain Produk, Harga dan Kualitas Produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Sehingga dapat dikatakan bahwa perusahaan harus mampu meningkatkan kualitas dari barang yang dijual sehingga pelanggan akan merasa puas dengan barang yang dia beli, maka dari pihak perusahaan harus mampu meyakinkan para pelanggan untuk datang membeli produk tersebut, kemudian pada penentuan desain produk pihak perusahaan harus mampu menciptakan desain terbaru dan model terbaru yang trend yang mampu memikat daya tarik pelanggan untuk membeli atau menggunakan produk tersebut. Pada penentuan harga pihak perusahaan harus mampu menentukan harga semaksimal mungkin dikarenakan penentuan harga menjadi hal yang paling dominan terhadap pelanggan yang ingin membeli produk di perusahaan tersebut.

Pada variabel Kualitas Produk, ketika perusahaan ingin melakukan proses keputusan pembelian, pihak perusahaan harus mampu mengetahui apa yang

menjadi daya pikat konsumen untuk membeli produk tersebut. Sejalan dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Putu Vivin Tannia, Ni Nyoman Yulianthini (2021) menyatakan bahwa hasil penelitian kualitas produk, desain produk, dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda Merek PCX.