

BAB IV

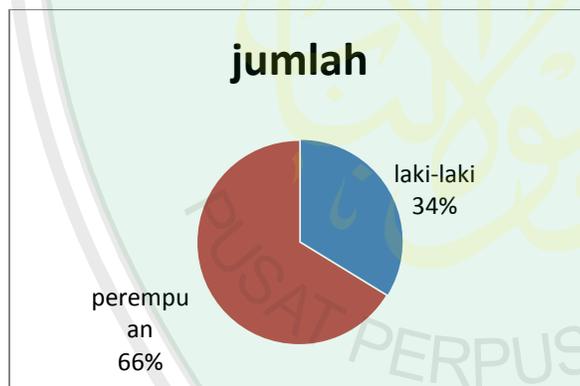
PAPARAN DAN PEMBAHASAN DATA HASIL PENELITIAN

4.1 Analisis Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Responden

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 80 sampel/responden, untuk keperluan pengolahan data tersebut, maka telah disebar 100 kuisisioner, kuisisioner yang kembali 90, kuisisioner yang dianalisis 80 dan yang tidak digunakan 10 kuisisioner. Kemudian data hasil kuisisioner dianalisis, hasil dari kuisisioner tersebut dapat dilihat pada penjelasan dibawah ini:

4.1.1.1 Berdasarkan Jenis Kelamin



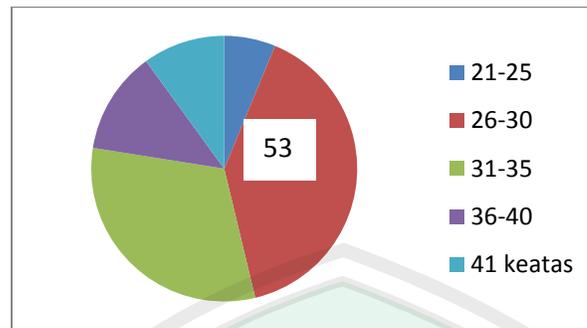
Gambar 4.1

Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

Sumber : Kuisisioner Diolah Peneliti (2014)

Dari gambar 4.1 Dapat diketahui bahwa responden terbanyak yaitu Laki-laki 28 responden (34%) sedangkan 52 responden (66%) berjenis kelamin perempuan. Yang mendominasi adalah responden perempuan, karena sebagian besar konsumen yang melakukan pembelian sepeda motor Yamaha mio adalah perempuan.

4.1.1.2 berdasarkan Usia



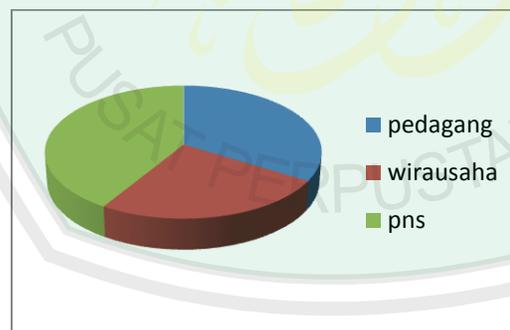
Gambar 4.2

Karakteristik Responden Menurut Usia

Sumber : Kuisisioner Diolah Peneliti (2014)

Pada gambar 4.2 dapat diketahui usia responden, usia 21-25 tahun sebanyak 5 responden, usia 26-30 tahun sebanyak 32 responden, usia 31-35 tahun sebanyak 25 responden, usia 36--40 tahun sebanyak 10 responden, dan usia 41 keataas sebesar 8 responden. Dari data tersebut responden terbanyak adalah usia antara 26-30 tahun.

4.1.1.3. berdasarkan profesi



Gambar 4.3

Karakteristik Responden Menurut profesi

Sumber : Kuisisioner Diolah Peneliti (2014)

Dari gambar 4.3 dapat diketahui bahwa pekerjaan paling banyak dari konsumen Yamaha mio yakni PNS yakni sebesar 33 responden, sedangkan konsumen yang bekerja sebagai pedagang 27

responden, Wiraswasta sebesar 20 responden Sebagian besar konsumen yang ditemui peneliti yaitu berprofesi sebagai PNS

4.1.2 Distribusi Variabel

4.1.2.1 Variabel Bebas

Adapun Variabel-variabel dalam variabel dimensi kualitas produk ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1
Distribusi Frekuensi Variabel Kinerja

Indikator	Keterangan	Frekuensi	Prosentase
Kecepatan (X1.1)	1 = Sangat Tidak Setuju	10	12,7 %
	2 = Tidak Setuju	23	28,8%
	3 = Netral	15	18,8%
	4 = Setuju	19	23,8%
	5 = Sangat Setuju	13	16,2%
	Total	80	100%
Konsumsi bahan bakar (X1.2)	1 = Sangat Tidak Setuju	9	1,2%
	2 = Tidak Setuju	6	7,5%
	3 = Netral	13	16,2%
	4 = Setuju	40	50,0%
	5 = Sangat Setuju	12	15,0%
	Total	80	100%
Mudah di kendarai (X1.3)	1 = Sangat Tidak Setuju	15	18,8%
	2 = Tidak Setuju	15	18,8%
	3 = Netral	11	13,8%
	4 = Setuju	21	26,2%
	5 = Sangat Setuju	18	22,5%
	Total	80	100%

Sumber: Kuisisioner Diolah Peneliti (2014)

Berdasarkan tabel 4.1 diatas dapat diketahui bahwa hasil dari jawaban responden tentang Indikator kinerja ditemukan 10 responden (12.7%) menjawab sangat tidak setuju, 23 responden (28,8%) menjawab tidak setuju, 15 responden (18,8%) menjawab netral, 19 responden (23,8%) menjawab setuju dan 13 responden (16,2%) menjawab sangat setuju,hal ini menunjukkan

sebagian besar responden menyatakan tidak setuju dengan kecepatan sebagai kelompok acuan pemberi pengaruh dalam keputusan pembelian sepeda motor Yamaha mio.

Berdasarkan tabel 4.1 diatas dapat diketahui bahwa hasil jawaban responden tentang indikator konsumsi bahan bakar ditemukan 9 responden (11.2%) menjawab sangat tidak setuju, 6 responden (7.5%) menjawab tidak setuju, 13 responden (16.2%) menjawab netral, 40 responden (50%) menjawab setuju dan 12 responden (15%) menjawab sangat setuju, hal ini menunjukkan sebagian besar responden menyatakan setuju dengan konsumsi bahan bakar sebagai kelompok acuan pemberi pengaruh dalam keputusan pembelian sepeda motor Yamaha mio.

Berdasarkan tabel 4.1 diatas dapat diketahui bahwa hasil jawaban responden tentang indikator mudah dikendarai ditemukan 15 responden (18,8%) menjawab sangat tidak setuju, 15 responden (18.8%) menjawab tidak setuju, 11 responden (13,8%) menjawab netral, 21 responden (26,2%) menjawab setuju, 18 responden (22,5%) menjawab sangat setuju, hal ini menunjukkan sebagian besar responden menyatakan setuju dengan kemudahan mengendarai sepeda sebagai kelompok acuan pemberi pengaruh dalam keputusan pembelian sepeda motor yamaha mio.

Tabel 4.2
Distribusi Frekuensi Variabel Keistimewaan

Indikator	Keterangan	Frekuensi	Prosentase
Fitur elegan (X2.1)	1 = Sangat Tidak Setuju	11	13,8%
	2 = Tidak Setuju	24	
	3 = Netral	16	30,3%
	4 = Setuju	18	20,0%
	5 = Sangat Setuju	11	22,5%
	Total	80	13,8%
Mudah dimodifikasi (X2.2)	1 = Sangat Tidak Setuju	7	8,8%
	2 = Tidak Setuju	25	31,2%
	3 = Netral	25	31,2%
	4 = Setuju	14	17,5%
	5 = Sangat Setuju	9	11,2%
	Total	80	100%

Sumber: Kuisisioner Diolah Peneliti (2014)

Berdasarkan tabel 4.2 diatas dapat diketahui bahwa hasil jawaban responden tentang indikator fitur elegan ditemukan 11 responden (13,8%) menjawab sangat tidak setuju, 24 responden (30,3%) menjawab tidak setuju, 16 responden (20,0%) menjawab netral, 18 responden (22,5%) menjawab setuju, 11 responden (13,8%) menjawab sangat setuju, hal ini menunjukkan sebagian besar responden menyatakan tidak setuju dengan fitur yang elegan sebagai pengaruh dalam keputusan pembelian sepeda motor Yamaha mio.

Berdasarkan tabel 4.2 diatas dapat diketahui bahwa hasil jawaban responden tentang indikator lingkungan ditemukan 7 responden (8,8%) menjawab sangat tidak setuju, 25 responden (31,2%) menjawab tidak setuju, 25 responden (31,2%) menjawab netral, 14 responden (17,5%) menjawab setuju, 9 responden (11,2%) menjawab sangat setuju, hal ini menunjukkan sebagian besar responden menyatakan netral dan tidak setuju dengan yamahamudah dimodifikasi sebagai pengaruh dalam keputusan pembelian sepeda motor Yamaha mio.

Tabel 4.3
Distribusi Frekuensi Variabel Keandalan

Indikator	Keterangan	Frekuensi	Prosentase
System injection (X3.1)	1 = Sangat Tidak Setuju	7	8,8%
	2 = Tidak Setuju	14	17,5%
	3 = Netral	18	22,5%
	4 = Setuju	30	37,5%
	5 = Sangat Setuju	11	13,8%
	Total	80	100%
Mesin tidak mudah mati (X3.2)	1 = Sangat Tidak Setuju	9	11,2%
	2 = Tidak Setuju	6	7,5%
	3 = Netral	19	23,8%
	4 = Setuju	31	38,8%
	5 = Sangat Setuju	15	18,8%
	Total	80	100%

Sumber: Kuisisioner Diolah Peneliti (2014)

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat diketahui bahwa hasil jawaban responden tentang indikator system injection ditemukan 7 responden (8,8%) menjawab sangat tidak setuju, 14

responden (17.5%) menjawab tidak setuju, 18 responden (22,5%) menjawab netral, 30 responden (37.5%) menjawab setuju, 11 responden (13,8%) menjawab sangat setuju, hal ini menunjukkan sebagian besar responden menyatakan setuju dengan system injection sebagai pengaruh keputusan pembelian sepeda motor Yamaha mio.

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat diketahui bahwa hasil jawaban responden tentang indikator mesin tidak mudah mati ditemukan 9 responden (11,2.2%) menjawab sangat tidak setuju, 6 responden (7,5%) menjawab tidak setuju, 19 responden (23.8%) menjawab netral, 31 responden (38,8%) menjawab setuju, 15 responden (18.8%) menjawab sangat setuju, hal ini menunjukkan sebagian besar responden menyatakan setuju dengan mesin tidak mudah mati sebagai pengaruh keputusan pembelian sepeda motor Yamaha mio.

Tabel 4.4
Distribusi Frekuensi Variabel Konformasi

Indikator	Keterangan	Frekuensi	Prosentase
SOP desain produk (X4.1)	1 = Sangat Tidak Setuju	8	10,0%
	2 = Tidak Setuju	20	25,0%
	3 = Netral	12	15,0%
	4 = Setuju	27	33,8%
	5 = Sangat Setuju	13	16,2%
	Total	80	100% %
SOP karakteristik operasi (X4.2)	1 = Sangat Tidak Setuju	10	12,5%
	2 = Tidak Setuju	11	13,8%
	3 = Netral	12	15,0%
	4 = Setuju	30	37,5%
	5 = Sangat Setuju	17	21,2%
	Total	80	100%

Sumber: Kuisisioner Diolah Peneliti (2014)

Berdasarkan tabel 4.4 diatas dapat diketahui bahwa hasil jawaban responden tentang indikator SOP desain produk ditemukan 8 responden (10,0%) menjawab sangat tidak setuju, 20 responden (25,0%) menjawab tidak setuju, 12 responden (15,0%) menjawab netral, 27 responden (33,8%) menjawab setuju, 13 responden (16,2%) menjawab sangat setuju, hal ini menunjukkan

sebagian besar responden menyatakan setuju dengan SOP desain produk sebagai pengaruh dalam keputusan pembelian sepeda motor yamaha mio.

Berdasarkan tabel 4.4 diatas dapat diketahui bahwa hasil jawaban responden tentang indikator SOP karakteristik operasi ditemukan 10 responden (12,5%) menjawab sangat tidak setuju, 11 responden (13,8%) menjawab tidak setuju, 12 responden (15,0%) menjawab netral, 30 responden (37,5%) menjawab setuju, 17 responden (21,2%) menjawab sangat setuju, hal ini menunjukkan sebagian besar responden menyatakan setuju dengan SOP karakteristik operasi sebagai pengaruh keputusan pembelian sepeda motor Yamaha mio.

Tabel 4.5
Distribusi Frekuensi Variabel Daya tahan

Indikator	Keterangan	Frekuensi	Prosentase
Umur ekonomis (X5.1)	1 = Sangat Tidak Setuju	11	13,8%
	2 = Tidak Setuju	3	3,8%
	3 = Netral	11	13,8%
	4 = Setuju	20	25,0%
	5 = Sangat Setuju	35	43,8%
	Total	80	100%
Umur teknis (X5.2)	1 = Sangat Tidak Setuju	12	15,0%
	2 = Tidak Setuju	8	10,05%
	3 = Netral	16	20,0%
	4 = Setuju	32	40,0%
	5 = Sangat Setuju	12	15,0%
	Total	80	100%

Sumber: Kuisisioner Diolah Peneliti (2014)

Berdasarkan tabel 4.5 diatas dapat diketahui bahwa hasil jawaban responden tentang indikator umur ekonomis ditemukan 11 responden (13,8%) menjawab sangat tidak setuju, 3 responden (3,8%) menjawab tidak setuju, 11 responden (13,8%) menjawab netral, 20 responden (25,0%) menjawab setuju, 35 responden (43,8%) menjawab sangat setuju, hal ini menunjukkan sebagian besar responden menyatakan sangat setuju dengan indikator umur ekonomis dalam mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor yamaha mio.

Berdasarkan tabel 4.5 diatas dapat diketahui bahwa hasil jawaban responden tentang indikator umur teknis ada 12 responden (15,0%) menjawab sangat tidak setuju, 8 responden (10,0%) menjawab tidak setuju, 16 responden (20%) menjawab netral, 32 responden (40%) menjawab setuju, 12 responden (15%) menjawab sangat setuju, hal ini menunjukkan sebagian besar responden menyatakan setuju dengan umur teknis sebagai pengaruh dalam keputusan pembelian sepeda motor Yamaha mio

Tabel 4.6
Distribusi Frekuensi Variabel Ketepatan Pelayanan

Indikator	Keterangan	Frekuensi	Prosentase
informasi produk (X6.1)	1 = Sangat Tidak Setuju	10	12,5%
	2 = Tidak Setuju	7	8,8%
	3 = Netral	13	16,2%
	4 = Setuju	22	27,55
	5 = Sangat Setuju	28	35%
	Total	80	100%
keramahan dan kesopanan (X6.2)	1 = Sangat Tidak Setuju	11	13,8%
	2 = Tidak Setuju	12	15%
	3 = Netral	12	15%
	4 = Setuju	19	23,8%
	5 = Sangat Setuju	26	32,5%
	Total	80	100%

Sumber: Kuisisioner Diolah Peneliti (2014)

Berdasarkan tabel 4.6 diatas dapat diketahui bahwa hasil jawaban responden tentang indikator informasi produk ditemukan 10 responden (12,5%) menjawab sangat tidak setuju, 7 responden (8,8%) menjawab tidak setuju, 13 responden (16,2%) menjawab netral, 22 responden (27,5%) menjawab setuju, 28 responden (35%) menjawab sangat setuju, hal ini menunjukkan sebagian besar responden menyatakan sangat setuju dengan informasi produk dalam mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor Yamaha mio.

Berdasarkan tabel 4.6 diatas dapat diketahui bahwa hasil jawaban responden tentang keramahan dan kesopanan ditemukan 11 responden (13,8%) menjawab sangat tidak setuju, 12

responden (15%) menjawab tidak setuju, 12 responden (15%) menjawab netral, 19 responden (23,8%) menjawab setuju, 26 responden (32,5%) menjawab sangat setuju, hal ini menunjukkan sebagian besar responden menyatakan sangat setuju dengan keramahan dan kesopanan dalam mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor Yamaha mio.

Tabel 4.7
Distribusi Frekuensi Variabel Eateetika

Indikator	Keterangan	Frekuensi	Prosentase
Bentuk fisik menarik (X7.1)	1 = Sangat Tidak Setuju	11	13,8%
	2 = Tidak Setuju	12	15,0%
	3 = Netral	30	37,5%
	4 = Setuju	16	20%
	5 = Sangat Setuju	11	13,8%
	Total	80	100%
Desain artistic(X7.2)	1 = Sangat Tidak Setuju	13	16,2%
	2 = Tidak Setuju	10	12,5%
	3 = Netral	6	7,5%
	4 = Setuju	22	27,5%
	5 = Sangat Setuju	29	36,2%
	Total	80	100%
Warna cerah (X7.3)	1 = Sangat Tidak Setuju	12	15%
	2 = Tidak Setuju	17	21,2%
	3 = Netral	21	26,2%
	4 = Setuju	20	25%
	5 = Sangat Setuju	10	12,5%
	Total	80	100%

Sumber: Kuisiner Diolah Peneliti (2014)

Berdasarkan tabel 4.7 diatas dapat diketahui bahwa hasil jawaban responden tentang indikator adanya bentuk fisik menarik ditemukan 11 responden (13,8%) menjawab sangat tidak setuju, 12 responden (15%) menjawab tidak setuju, 30 responden (37,5%) menjawab netral, 16 responden (20%) menjawab setuju, 11 responden (13,8%) menjawab sangat setuju, hal ini menunjukkan sebagian besar responden menyatakan netral dengan adanya bentuk fisik menarik sebagai indicator yang mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor Yamaha mio

Berdasarkan tabel 4.7 diatas dapat diketahui bahwa hasil jawaban responden tentang indikator desain artistic ditemukan 13 responden (16,2%) menjawab sangat tidak setuju, 10 responden (12,5%) menjawab tidak setuju, 6 responden (7,5%) menjawab netral, 22 responden (27,5%) menjawab setuju, 29 responden (36,2%) menjawab sangat setuju, hal ini menunjukkan sebagian besar responden menyatakan sangat setuju setuju dengan adanya desain artistic sebagai pengaruh keputusan dalam pembelian sepeda motor Yamaha mio.

Berdasarkan tabel 4.7 diatas dapat diketahui bahwa hasil jawaban responden tentang indikator warna cerah ditemukan 12 responden (15%) menjawab sangat tidak setuju, 17 responden (21,2%) menjawab tidak setuju, 21 responden (26,2%) menjawab netral, 20 responden (25%) menjawab setuju, 10 responden (12,5%) menjawab sangat setuju, hal ini menunjukkan sebagian besar responden menyatakan netral dengan adanyawarna cerah sepeda yang mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor Yamaha mio.

Tabel 4.8
Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas yang dirasakan

Indikator	Keterangan	Frekuensi	Prosentase
Harga lebih murah(X8.1)	1 = Sangat Tidak Setuju	2	2,5%
	2 = Tidak Setuju	6	7,5%
	3 = Netral	20	25%
	4 = Setuju	39	48,8%
	5 = Sangat Setuju	13	16,2%
	Total	80	100%
Merk mudah diingat (X8.2)	1 = Sangat Tidak Setuju	4	5%
	2 = Tidak Setuju	18	22,5%
	3 = Netral	36	45%
	4 = Setuju	19	23,8%
	5 = Sangat Setuju	3	3,85
	Total	80	100%
iklan (X8.3)	1 = Sangat Tidak Setuju	7	8,8%
	2 = Tidak Setuju	24	30%
	3 = Netral	25	31,2%
	4 = Setuju	15	18,8%
	5 = Sangat Setuju	9	11,2%

	Total	80	100%
--	-------	----	------

Sumber: Kuisisioner Diolah Peneliti (2014)

Berdasarkan tabel 4.8 diatas dapat diketahui bahwa hasil jawaban responden tentang indikator harga lebih murah ditemukan 2 responden (2,5%) menjawab sangat tidak setuju, 6 responden (7,5%) menjawab tidak setuju, 20 responden (25%) menjawab netral, 39 responden (48,8%) menjawab setuju, 13 responden (16,2%) menjawab sangat setuju, hal ini menunjukkan sebagian besar responden menyatakan setuju dengan adanya harga lebih murah sebagai indicator yang mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor Yamaha mio

Berdasarkan tabel 4.8 diatas dapat diketahui bahwa hasil jawaban responden tentang indikator merk mudah diingat ditemukan 4 responden (5%) menjawab sangat tidak setuju, 8 responden (22,5%) menjawab tidak setuju, 36 responden (45%) menjawab netral, 19 responden (23,8%) menjawab setuju, 3 responden (3,8%) menjawab sangat setuju, hal ini menunjukkan sebagian besar responden menyatakan netral dengan adanya desain artistic sebagai pengaruh keputusan dalam pembelian sepeda motor Yamaha mio.

Berdasarkan tabel 4.8 diatas dapat diketahui bahwa hasil jawaban responden tentang indikator iklan ditemukan 7 responden (8,8%) menjawab sangat tidak setuju, 24 responden (30%) menjawab tidak setuju, 25 responden (31,2%) menjawab netral, 15 responden (18,8%) menjawab setuju, 9 responden (11,2%) menjawab sangat setuju, hal ini menunjukkan sebagian besar responden menyatakan netral dengan adanya iklan yang mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor Yamaha mio.

4.1.2.2 Variabel Terikat

Adapun variable terikat yaitu keputusan pembelian sepeda motor Yamaha mio.

Tabel 4.9
Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian

Indikator	Keterangan	Frekuensi	Prosentase
-----------	------------	-----------	------------

Memilih mio sebagai sepeda matic yang dimiliki (Y1.1)	1 = Sangat Tidak Setuju	1	1,2%
	2 = Tidak Setuju	2	2,5%
	3 = Netral	13	16,2%
	4 = Setuju	41	51,2%
	5 = Sangat Setuju	23	28,8%
	Total	80	100%
Memilih mio sebagai gaya hidup (Y2.2)	1 = Sangat Tidak Setuju	1	1,2%
	2 = Tidak Setuju	5	6,2%
	3 = Netral	15	18,8%
	4 = Setuju	42	52,5%
	5 = Sangat Setuju	17	21,2%
	Total	80	100%

Sumber: Kuisisioner Diolah Peneliti (2014)

Berdasarkan tabel 4.9 diatas dapat diketahui bahwa hasil jawaban responden tentang indikator memilih mio sebagai sepeda motor yang dimiliki ditemukan 1 responden (1.2%) menjawab sangat tidak setuju, 2 responden (2,5 %) menjawab tidak setuju, 13 responden (16,2%) menjawab netral, 41 responden (51.2%) menjawab setuju, 23 responden (28.8%) menjawab sangat setuju, hal ini menunjukkan sebagian besar responden menyatakan setuju dengan memilih Yamaha mio sebagai sepeda motor yang digunakan, sebagai pertimbangan dalam melakukan keputusan pembelian sepeda motor.

Berdasarkan tabel 4.9 diatas dapat diketahui bahwa hasil jawaban responden tentang indicator memilih mio sebagai gaya hidup ditemukan 1 responden (1,2%) menjawab sangat tidak setuju, 5 responden (6,2%) menjawab tidak setuju, 15 responden (18.8%) menjawab netral, 42 responden (52,5%) menjawab setuju, 17 responden (21,2%) menjawab sangat setuju, hal ini menunjukkan sebagian besar responden menyatakan setuju dengan lebih memilih Yamaha mio sebagai gaya hidup dalam perimbangan melakukan keputusan pembelian sepeda motor.

4.1.3 Uji Instrumen

4.1.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Adapun Variabel-variabel dalam variabel kinerja sepeda motor Yamaha mio dapat dilihat pada tabel berikut: Untuk perhitungan validitas dan reliabilitas instrumen item masing-masing

variabel pada penelitian yang dilakukan menggunakan program SPSS versi 16.0 for Windows.

Pengujian validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah korelasi Product Moment Person dan dianggap valid jika nilai $r \geq 0,60$ maka instrumen tersebut dapat dikatakan valid dan apabila nilai $r \leq 0,60$ maka instrumen tersebut dikatakan tidak valid atau jika $P \leq 0,05$ maka pertanyaan tersebut dapat dikatakan valid dan apabila $P \geq 0,05$ maka pertanyaan tersebut dapat dikatakan tidak valid.

Tabel 4.10
Ringkasan Hasil Tes Validitas

NO	Varibel	Item	r	a	Keterangan
1	Kinerja (X1)	X1.1	0,680	0,000	Valid
		X1.2	0,801	0,000	Valid
		X1.3	0,709	0,000	Valid
2	Keistimewaan (X2)	X2.1	0,807	0,000	Valid

		X2.2	0,737	0,000	Valid
3	Keandalan (X3)	X3.1	0,840	0,000	Valid
		X3.2	0,803	0,000	Valid
4	Kesesuaian dengan spesifikasi (X4)	X4.1	0,846	0,000	Valid
		X4.2	0,872	0,000	Valid
5	Daya tahan (X5)	X5.1	0,699	0,000	Valid
		X5.2	0,851	0,000	Valid
6	Pelayanan (X6)	X6.1	0,700	0,000	Valid
		X6.2	0,811	0,000	Valid
7	Estetika (X7)	X7.1	0,670	0,000	Valid
		X7.2	0,731	0,000	Valid
		X7.3	0,782	0,000	Valid
8	Kualitas yang dipersepsikan (X8)	X8.1	0,726	0,000	Valid
		X8.2	0,758	0,000	Valid
		X8.3	0,855	0,000	Valid
9	Keputusan pembelian (Y)	X9.1	0,859	0,000	Valid
		X9.2	0,876	0,000	Valid

\Sumber : data diolah peneliti (2014)

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, tentang hasil uji instrument (validitas) secara keseluruhan dari item variabel dependent dan variabel independent dinyatakan valid. Artinya, instrument penelitian tersebut dapat dijadikan alat untuk mengukur keputusan pembelian sepeda motor Yamaha mio.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan konsistensi alat ukur yang digunakan atau sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Hasil uji reliabilitas dinyatakan reliabel jika hasil perhitungan memiliki koefisien keandalan sebesar $\sigma > 0,05$.

Tabel 4.11
Uji Reliabilitas

No	Variabel	Alpha	Keterangan
1	Kinerja (X1)	0,602	Reliabel
R	Keistimewaan (X2)	0,707	Reliabel
3	Keandalan (X3)	0,640	Reliabel
4	Kesesuaian dengan spesifikasi (X4)	0,612	Reliabel
5	Daya Tahan (X5)	0,684	Reliabel
6	Pelayanan (X6)	0,694	Reliabel
7	Estetika (X7)	0,831	Reliabel
8	Kualitas yang Dipersepsikan	0,667	Reliabel
9	Keputusan Pembelian (Y)	0,627	Reliabel

Sumber : data diolah peneliti (2014)

tabel 4.9 di atas, dapat diketahui bahwa seluruh variabel dimensi kualitas produk yang terdiri dari kinerja (X1), keistimewaan (X2), keandalan (X3), kesesuaian dengan spesifikasi (X4), daya tahan (X5), pelayanan (X6), estetika (X7), kualitas yang dipersepsikan (X8), dan keputusan pembelian (Y) mempunyai koefisien keandalan sebesar $\sigma > 0,05$. Hal ini berarti seluruh variabel dimensi kualitas produk dinyatakan reliabel dan instrumen tersebut dapat digunakan sebagai alat untuk mengumpulkan data primer.

1.1.3.2 Uji Regresi dan Korelasi

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual model regresi yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Jika nilai signifikansi dari hasil uji *kolmogorov-smirnov* $> 0,05$, maka asumsi normalitas terpenuhi.

Tabel 4.15
Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.21254819
Most Extreme Differences	Absolute	.089
	Positive	.051
	Negative	-.089
Kolmogorov-Smirnov Z		.793
Asymp. Sig. (2-tailed)		.555

Sumber : data diolah peneliti 2014

Dari tabel 4.14 diperoleh hasil signifikansi sebesar $0.555 > 0.05$ maka asumsi normalitas terpenuhi. Nilai hasil pengujian *kolmogorov-smirnov Z asymp.sig. (2-tailed)* sebesar 0,555, sehingga dapat disimpulkan bahwa residual berdistribusi Normal. Hal ini memberikan makna bahwa persamaan yang dibangun oleh variabel X terhadap variabel Y memberikan distribusi normal karena probabilitas $> 0,05$ sehingga layak untuk digunakan pengujian selanjutnya.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya bebas tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat masalah multikolinearitas. Nilai yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* $< 0,1$ atau sama dengan nilai *VIF* > 10 . Dan sebaliknya apabila *VIF* < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 4.12
Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.083	1.102		3.706	.000		
kulitas yang dirakan	.124	.072	.196	1.719	.090	.742	1.347
Kinerja	.073	.051	.145	1.409	.163	.908	1.101
Keistimewaan	.262	.076	.382	3.457	.001	.794	1.260
Keandalan	.106	.075	.148	1.422	.159	.890	1.123
Konformasi	.111	.066	.167	1.675	.098	.978	1.022
daya tahan	.005	.064	.008	.083	.934	.943	1.061
kemampuan pelayanan	.078	.062	.130	1.258	.212	.906	1.104

Estetika	.018	.044	.042	.406	.686	.902	1.109
----------	------	------	------	------	------	------	-------

Sumber : data diolah peneliti (2014)

Dari tabel 4.11 diatas diketahui nilai VIF (*variance inflation faktor*) < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas (non-multikolinearitas).

c. Uji Autokorelasi

Uji asumsi ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Kriteria pengambilan keputusan bebas autokorelasi dilakukan dengan cara melihat nilai Durbin-Watson, dimana jika nilai D-W dekat dengan 2, maka asumsi tidak terjadi autokorelasi.

Tabel 4.14
Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.560 ^a	.314	.936	1.27904	1.923

a. Predictors: (Constant), estetika, keistimewaan, konformasi, daya tahan, keandalan, kinerja, kemampuan pelayanan, kualitas yang dirakan

b. Dependent Variable: keputusan pembelian

Dari tabel 4.13 diatas diperoleh nilai dw sebesar 1.923. kemudian nilai tersebut kita bandingkan dengan 2. Dan karena nilai ini sangat dekat dengan 2, maka asumsi tidak terjadinya autokorelasi terpenuhi.

d. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas diuji dengan menggunakan uji koefisien korelasi *rank spearman* yaitu mengkorelasikan antara absolute residual hasil regresi dengan semua variabel bebas. Bila

signifikansi hasil korelasi lebih kecil dari 0.05 (5%) maka persamaan regresi tersebut mengandung heterokedastisitas dan sebaliknya non heterokedastisitas.

Tabel 4.13
Uji Heteroskedastisitas

			abs_res
Spearman's rho	kinerja	Correlation Coefficient	.059
		Sig. (2-tailed)	.602
		N	80
	keistimewaan	Correlation Coefficient	.034
		Sig. (2-tailed)	.766
		N	80
	keandalan	Correlation Coefficient	-.071
		Sig. (2-tailed)	.531
		N	80
	konformasi	Correlation Coefficient	-.030
		Sig. (2-tailed)	.040
		N	80
	daya tahan	Correlation Coefficient	-.021
		Sig. (2-tailed)	.856
		N	80
	kemampuan pelayanan	Correlation Coefficient	.010
		Sig. (2-tailed)	.931
		N	80
	estetika	Correlation Coefficient	-.084
		Sig. (2-tailed)	.461
		N	80
	kulitas yang dirakan	Correlation Coefficient	-.005
		Sig. (2-tailed)	.962
		N	80

Sumber : data di olah peneliti 2014

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa variabel yang diuji tidak mengandung heteroskedastisitas. Signifikansi hasil korelasi >0.05 artinya tidak ada korelasi antara besarnya

data dengan residual sehingga bila data diperbesar tidak menyebabkan residual (kesalahan) semakin besar pula.

4.1.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh dari variabel Kelompok Kinerja (X1), keistimewaan (X2), Keandalan (X3), Konformasi (X4), daya tahan (X5), kemampuan pelayanan (X6), estetika (X7), dan kualitas yang dirasakan (X8) terhadap keputusan pembelian (Y). Hasil penghitungan tersebut dapat diketahui pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.16
Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.083	1.102	.	3.706	.000
Kinerja	.073	.051	.145	2.409	.002
Keistimewaan	.262	.076	.382	3.457	.001
Keandalan	.106	.075	.148	2.422	.000
Konformasi	.111	.066	.167	2.075	.002
daya tahan	.005	.064	.008	2,083	.004
kemampuan pelayanan	.078	.062	.130	3.258	.000
Estetika	.018	.044	.042	3.406	.003
kualitas yang dirasakan	.124	.072	.196	2.719	.000
R 560					
R Square 314					
Ajusted R Square .936					
Fhitung 4.053					
Ftabel 2,02					
Sig F ,000					
Ttabel 1,96					
N 80					

Dari hasil tabel 4.16 dapat diperoleh hasil model regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 4.083 + 0.124X_1 + 0.073X_2 + 0.262X_3 + 0.106X_4 + 0.111X_5 + 0.005X_6 + 0.078X_7 + 0.18X_8$$

Berdasarkan model regresi linier berganda diatas maka diuraikan sebagai berikut:

1. Setiap kontribusi yang diberikan oleh variabel kinerja akan mempengaruhi (Y) sebesar 0,073 dengan asumsi bahwa kecepatan, konsumsi bahan bakar, kemudahan saat mengemudi, dapat meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,073.
2. Setiap kontribusi yang diberikan oleh variabel keistimewaan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,026 dengan asumsi bahwa fitur elegan dan mudah dilakukan modifikasi tidak dapat meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,026.
3. Setiap kontribusi yang diberikan oleh variabel keandalan akan mempengaruhi keputusan pembelian (Y) sebesar 0,106 dengan asumsi bahwa system injection dan mesin tidak mudah mati dapat meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,106.
4. Setiap kontribusi yang diberikan oleh variabel konformasi akan mempengaruhi keputusan pembelian (Y) sebesar 0,111 dengan asumsi bahwa SOP karakteristik disain dan SOP Karakteristik operasi dapat meningkatkan transaksi *e-commerce* sebesar 0,111
5. Setiap kontribusi yang diberikan oleh variabel daya tahan akan mempengaruhi keputusan pembelian (Y) sebesar 0,005 dengan asumsi bahwa umur ekonomis dan umur teknis dapat meningkatkan transaksi *e-commerce* sebesar 0,005

6. Setiap kontribusi yang diberikan oleh variabel ketepatan pelayanan akan mempengaruhi keputusan pembelian (Y) sebesar 0,078 dengan asumsi bahwa informasi produk, keramahan dan kesopanan dapat meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,078.
7. Setiap kontribusi yang diberikan oleh variabel estetika akan mempengaruhi keputusan pembelian (Y) sebesar 0,018 dengan asumsi bahwa bentuk fisik yang menarik, desain artistic dan warna cerah meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,018.
8. Setiap kontribusi yang diberikan oleh variabel kualitas yang dirakaan akan mempengaruhi keputusan pembelian (Y) sebesar 0,124 dengan asumsi bahwa harga, nama merk, dan iklan dapat meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,124.

1.1.5 Uji Hipotesis

a. Uji Simultan

Uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas X berpengaruh signifikan terhadap variabel Y secara bersama-sama. Dalam uji simultan ini digunakan statistik uji F yang membandingkan antara F hitung dengan F tabel. Variabel bebas X dikatakan berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap variabel Y apabila nilai F hitung $>$ F tabel dan nilai sig $F < 0,05$. Dalam pengujian ini diperoleh hasil melalui SPP sebagai berikut:

Tabel 4.16
Uji Hipotesis Model Regresi Secara Simultan

Hipotesis	Nilai	Keputusan
<p>H₀ : (tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel dimensi kualitas produk yang terdiri dari kinerja(X1), keistimewaan(X2), keandalan (X3), konformasi (X4), daya tahan(X5), ketepatan pelayanan (X6), estetika(X7), dan kualitas yang dirasakan (X8) terhadap keputusan pembelian(Y).</p> <p>H₁ : (terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel dimensi kualitas produk yang terdiri</p>	<p>F = 4.053</p> <p>Sig = 0,000</p> <p>F_{tabel} = 2,02</p>	<p>Tolak H₀</p> <p>Terima H₁</p>

dari kinerja(X1), keistimewaan(X2), keandalan (X3), konformasi (X4), daya tahan(X5), ketepatan pelayanan (X6), estetika(X7), dan kualitas yang dirasakan (X8) terhadap keputusan pembelian(Y). $\alpha = 0,05$		
---	--	--

Tabel 4.17

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	53.048	8	6.631	4.053	.001 ^a
Residual	116.152	71	1.636		
Total	169.200	79			

Sumber : data diolah peneliti 2014

Berdasarkan tabel 4.19 terlihat bahwa nilai F hitung sebesar 4.053 dan perhitungan F tabel di hitung dengan melihat nilai $df_1=8$ dan $df_2=71$ kemudian dilihat pada tabel distribusi F dengan taraf signifikansi sebesar 0,05 diperoleh F tabel sebesar 2,02 dan nilai sig F sebesar $0,001 > 0,05$. Sehingga F hitung $>$ F tabel, hal ini berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima. H_0 berbunyi tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X terhadap variabel Y secara simultan (bersama-sama). Sehingga kesimpulannya adalah terdapat pengaruh yang signifikan antara dimensi kualitas produk sepeda motoryamaha mio Kab.Lamongan terhadap keputusan pembelian.

b. Uji Parsial

Pengujian parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara variabel bebas X terhadap variabel bebas Y secara parsial (individu). Dalam uji parsial ini digunakan statistik uji t yang membandingkan antara t hitung dengan t tabel. Variabel bebas X dikatakan berpengaruh signifikan secara individu terhadap variabel Y apabila nilai t hitung $>$ t tabel dan nilai sig masing-masing variabel X $<$ 0,05. Nilai t tabel dihitung dengan menggunakan tabel distribusi t dan diperoleh t tabel sebesar 1,96.

Berdasarkan tabel 4.18 diperoleh nilai t hitung dari masing-masing variabel X sebagai berikut:

1. Variabel kinerja (X_1)

Nilai t hitung dari variabel X_1 sebesar 2.409 dan nilai sig t sebesar 0,15 Sehingga t hitung $2409 > 1,96$ dan sig t $0,15 < 0,05$. Kesimpulannya adalah H_0 diterima yaitu ada pengaruh signifikan antara kinerja terhadap keputusan pembelian.

2. Variabel keistimewaan (X_2)

Nilai t hitung dari variabel X_2 sebesar 3.467 dan nilai sig t sebesar 0,001. Sehingga t hitung $23467 > 1,96$ dan sig t $0,001 < 0,05$. Kesimpulannya adalah H_0 diterima yaitu ada pengaruh signifikan antara keisrtimewaan terhadap keputusan pembelian.

3. Variabel keandalan (X_3)

Nilai t hitung dari variabel X_3 sebesar 1.422 dan nilai sig t sebesar 0,060. Sehingga t hitung $1.422 > 1,96$ dan sig t $0,060 > 0,05$. Kesimpulannya adalah H_0 diterima yaitu ada pengaruh signifikan antara keandalan terhadap keputusan pembelian.

4. Variabel konformasi (X_4)

Nilai t hitung dari variabel X_4 sebesar 1.675 dan nilai sig t sebesar 0.023,. Sehingga t hitung $1.675 < 1,96$ dan sig t $0,023 > 0,05$. Kesimpulannya adalah H_0 diterima yaitu ada pengaruh signifikan antara konformasi terhadap keputusan pembelian

5. Variabel daya tahan (X_5)

Nilai t hitung dari variabel X_5 sebesar 2.083 dan nilai sig t sebesar 0,045. Sehingga t hitung $2,083 > 1,96$ dan sig t $0,045 > 0,05$. Kesimpulannya adalah H_0 diterima yaitu ada pengaruh signifikan antara daya tahan terhadap keputusan pembelian.

6. Variabel ketepatan pelayanan (X_6)

Nilai t hitung dari variabel X_7 sebesar 3,258 dan nilai sig t sebesar 0,022. Sehingga t hitung $3,258 > 1,96$ dan sig t $0,022 > 0,05$. Kesimpulannya adalah H_0 diterima yaitu ada pengaruh signifikan antara estetika terhadap keputusan pembelian

7. Variabel Estetika (X7)

Nilai t hitung dari variabel X_7 sebesar 3,406 dan nilai sig t sebesar 0,013. Sehingga t hitung $3,406 > 1,96$ dan sig t $0,13 > 0,05$. Kesimpulannya adalah H_0 diterima yaitu ada pengaruh signifikan antara estetika terhadap keputusan pembelian.

8. Variabel Kualitas yang Dirasakan(X8)

Nilai t hitung dari variabel X_8 sebesar 2,719 dan nilai sig t sebesar 0,090. Sehingga t hitung $2,719 > 1,96$ dan sig t $0,090 > 0,05$. Kesimpulannya adalah H_0 diterima yaitu ada pengaruh signifikan antara kualitas yang dirasakan terhadap keputusan pembelian.

1.2 PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Berdasarkan hasil olah data penelitian dengan menggunakan prosedur ilmiah, maka di peroleh rumus sebagai berikut

$$Y = 4,083 + 0,073X_1 + 0,252X_2 + 0,106X_3 + 0,111X_4 + 0,005X_5 + 0,078X_6 + 0,18X_7 + 0,124X_8$$
 dapat dideskripsikan secara simultan bahwa :

a. konstanta (a) = 4,083

Konstanta sebesar 4,083 berarti bahwa Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio akan konstanta sebesar 40,83% jika tidak di pengaruhi variabel independent, dengan demikian bahwa keputusan pembelian sepeda motor Yamaha mio sudah memiliki dimensi kualitas produk yang diinginkan konsumen, namun kurang maksimal, oleh karena itu perlu adanya variabel – variabel dimensi kualitas produk yang lain dan harus di tingkatkan.

Berdasarkan nilai konstanta tersebut, secara global sepeda motor Yamaha mio telah memberikan kualitas produk yang baik terhadap para konsumen

Kenyataan ini menunjukkan bahwa kualitas produk sepeda motor Yamaha mio masih belum maksimal, sehingga dimensi kualitas produk perlu ditingkatkan, seperti kinerja, keistimewaan,

keandalan, konformasi, daya tahan, ketepatan pelayanan, estetika dan kualitas yang dirasakan. Garvin berpendapat bila dimensi kualitas produk tersebut penuh dengan baik, maka konsumen akan merasa puas dan ada kecenderungan untuk melakukan pembelian ulang

1. Dari hasil analisis data variabel kinerja (X1) yaitu Berkaitan dengan aspek fungsional dari produk inti yang di beli, misalnya kecepatan ,konsumsi bahan bakar, kemudahan dan kenyamanan dalam mengemudi, dan sebagainya. Merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan ketika ingin membeli suatu barang.dengan indicator kecepatan, hemat bbm, mudah dikendarai. Maka, jika X1 ditambah 1% maka keputusan pembelian Y bertambah 0,073.
2. Dari hasil analisis variabel keistimewaan (X2) yaitu aspek kedua dari performasi yang menambah fungsi dasar berkaitan dengan pilihan-pilihan dan pengembangannya.dengan indikator fitur elegan dan mudah dimodifikasi.. Maka, jika X2 di tambah 1% maka keputusan pembelian Y akan bertambah 0,262.
3. Dari hasil analisis variabel keandalan (X3) yaitu Berkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu barang melaksanakan fungsinya secara berhasil dalam periode waktu tertentu dibawah kondisi tertentu.Dengan demikian keandalan merupakan karakteristik yang merefleksikan kemungkinan atau probabilitas tingkat keberhasilan dalam penggunaan barang.dengan indikator system injection dan mesin tidak mudah mati.. Maka, jika variabel X3 ditambah 1% maka keputusan pembelian Y akan bertambah 0,106.
4. Dari hasil analisis variabel konformasi (X4) yaitu Berkaitan dengan tingkat kesesuaian terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan.Konformasi merefleksikan derajat dimana karakteristik desain produk dan karakteristik operasi memenuhi standar yang telah ditetapkan.dengan indikator SOP desain

produk dan SOP karakteristik operasi. Maka jika variabel X4 ditambah 1% maka keputusan pembelian Y bertambah 0,111.

5. Dari hasil analisis variabel daya tahan (X5) yaitu Yaitu ukuran masa pakai suatu barang. Karakteristik ini berkaitan dengan daya tahan dari barang itu yang berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. dengan indikator umur ekonomis dan umur teknis. Maka, jika variabel X5 ditambah 1% maka keputusan pembelian Y bertambah sebesar 0,005.
6. Dari hasil analisis variabel ketepatan pelayanan (X6) yaitu karakteristik yang berkaitan dengan kecepatan, Keramahan atau kesopanan, kompetensi, kenyamanan dan kemudahan di reparasi atau perbaikan; serta penanganan keluhan secara memuaskan. dengan indikator informasi produk dan keramahan kesopanan. Maka, jika variabel X6 ditambah 1% maka keputusan pembelian Y akan bertambah 0,078.
7. Dari hasil analisis variabel estetika (X7) yaitu karakteristik yang bersifat subyektif sehingga berkaitan dengan pertimbangan pribadi dan refleksi preferensi individual. Dengan demikian, estetika dari suatu produk lebih banyak berkaitan dengan perasaan pribadi dan mencakup karakteristik tertentu seperti : bentuk fisik motor, yang menarik, model/desain yang artistic, warna, dan sebagainya dengan indikator bentuk fisik menarik dan desain artistik.. Maka, jika variabel X7 ditambah 1% maka keputusan pembelian Y akan bertambah 0,018
8. Dari hasil analisis variabel kualitas yang dirasakan (X8) yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya. Biasanya karena kurangnya pengetahuan pembeli akan atribut atau fitur produk yang akan di beli, maka pembeli mempersepsikan kualitasnya dari aspek harga, nama merk, iklan, reputasi perusahaan, maupun Negara

pembuatnya (country-of-origin, country-of-manufacture, country-of-assembly, atau country-of-brand).dengan indikatorharga lebih murah, merk mudah diingat, iklan.Maka, jika variabel X8 ditambah 1% maka keputusan pembelian Y akan bertambah sebesar 0,124.

