

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN DESAIN, TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR ALL NEW HONDA VARIO 150 CC DI**

KABUPATEN KULONPROGO

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagai Prasyarat Mencapai Derajat Sarjana S1

Program Studi Sarjana Manajemen



Oleh :

JOHAN KHOIRU RIZAL

2116 29427

PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN

STIE YKPN YOGYAKARTA

YOGYAKARTA

2020

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN DESAIN, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR ALL NEW HONDA VARIO 150CC DI KABUPATEN KULON PROGO

Dipersiapkan dan disusun oleh:

JOHAN KHOIRU RIZAL

No. Mhs.: 211629427

telah dipresentasikan di depan Tim Dosen pada hari Jumat tanggal 5 Maret 2021 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen.

SUSUNAN TIM DOSEN:

Pembimbing,



Rahmat Purbandono Hardani, Drs., M.Si.



Ketua/Penguji,



Dr. Wisnu Prajogo, MBA.

Yogyakarta, 5 Maret 2021
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN
Ketua,



Dr. Haryono Subiyakto, M.Si.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk (X1), harga (X2) dan desain (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) sepeda motor all new honda vario 150cc di Kabupaten Kulonprogo. Penelitian ini mengambil responden, yaitu masyarakat kulonprogo yang memiliki minimal usia 17 tahun. Jumlah responden dalam penelitian ini berjumlah 62 responden. Teknik pengambilan *sample* adalah *purposive sampling*. Kuesioner disebarakan melalui media *online*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y), harga (X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) dan desain (X) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). akan tetapi jika dilihat dari hasil penelitian ini variabel kualitas produk (X1) berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), harga (X2) berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) dan desain (X3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

Kata Kunci: kualitas produk, harga, desain, keputusan pembelian.



PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of product quality (X1), price (X2) and design (X3) on purchasing decisions (Y) for all new Honda Vario 150cc motorcycles in Kulonprogo Regency. This research takes respondents, namely Kulon Progo people who have a minimum age of 17 years. The number of respondents in this study amounted to 62 respondents. The sampling technique is purposive sampling. Questionnaires were distributed through online media. The results of this study indicate that the product quality variable (X1) has an effect on purchasing decisions (Y), price (X2) has an effect on purchasing decisions (Y) and design (X) has a significant effect on purchasing decisions (Y). However, if viewed from the results of this study, the product quality variable (X1) has no significant effect on purchasing decisions (Y), price (X2) has no significant effect on purchasing decisions (Y) and design (X3) has a significant effect on purchasing decisions (Y).

Keywords: product quality, price, design, purchase decision.



PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, menyatakan bahwa Skripsi dengan judul:

“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN DESAIN, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR ALL NEW HONDA VARIO 150 CC DI KABUPATEN KULONPROGO”

Telah diajukan untuk diuji pada tanggal 5 Maret 2021, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian atau karya tulis orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah – olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah – olah hasil pemikiran saya sendiri, maka saya bersedia menerima pembatalan gelar dan ijazah yang diberikan oleh Program sarjana STIE YKPN Yogyakarta batal saya terima.

Yogyakarta, 5 Maret 2021

Yang memberi pernyataan
Nama : Johan Khoiru Rizal
NIM : 2116 29427

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Rumusan Masalah

Honda Vario telah tersebar di berbagai negara, terutama negara-negara di Asia. Di Jepang sendiri yang merupakan negara induk dari Honda tidak banyak yang menggunakan transportasi ini, mereka cenderung lebih menyukai berjalan kaki dan menggunakan transportasi umum. Sebaliknya, mengingat mobilitas masyarakatnya yang tinggi, kondisi yang tidak memungkinkan untuk berjalan kaki dan menggunakan transportasi umum, Indonesia menjadi pasar yang menjanjikan.

Honda Vario sendiri telah mengeluarkan berbagai varian sejak awal mula di pasarkan mulai dari Vario 110 (2006-2009), Vario Techno dan Vario Techno CBS (2009-2013), Vario Techno 125 FI (2012-2015), Vario eSP 110 (2015), Vario 125 dan 150 (2015-2018), dan juga All new Honda Vario 125 dan 150 (2018- saat ini).

Mengingat pendapatan mayoritas masyarakat Indonesia termasuk rendah, terutama untuk daerah Kulon Progo yang Upah Minimum Kabupaten (UMK) sebesar Rp 1.750.500 (jogjapro.go.id) dan dikelilingi pegunungan, All New Honda Vario 150 bisa menjadi solusi dengan harganya lebih rendah dan desainnya lebih mendukung untuk wilayah pegunungan dibandingkan dengan kompetitornya. Honda juga terkenal dengan harga jual yang tinggi dan tetap stabil, yang membuat konsumen akan lebih memilih produk ini dibanding dengan kompetitornya.

Setelah memahami latar belakang di atas, berikut adalah rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas produk menjadi faktor yang dipertimbangkan dalam keputusan pembelian sepeda motor *all new* Honda Vario 150 di Kabupaten Kulonprogo?
2. Apakah harga menjadi faktor yang dipertimbangkan dalam keputusan pembelian sepeda motor *all new* Honda Vario 150 di Kabupaten Kulonprogo?

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

3. Apakah desain menjadi faktor yang dipertimbangkan dalam keputusan pembelian sepeda motor *all new* Honda Vario 150 di Kabupaten Kulonprogo?
4. Apakah kualitas produk, harga, dan desain secara bersama menjadi faktor yang dipertimbangkan dalam keputusan pembelian sepeda motor *all new* Honda Vario 150 di Kabupaten Kulonprogo?

Tujuan Penelitian

1. Mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor *all new* Honda Vario 150 di Kabupaten Kulonprogo.
2. Mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor *all new* Honda Vario 150 di Kabupaten Kulonprogo.
3. Mengetahui apakah desain berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor *all new* Honda Vario 150 di Kabupaten Kulonprogo.
4. Mengetahui apakah kualitas produk, harga, dan desain berpengaruh terhadap pembelian sepeda motor *all new* Honda Vario 150 di Kabupaten Kulonprogo.

Manfaat penelitian

- a) Bagi peneliti, penelitian ini dapat memberikan pengalaman serta pemahaman yang berguna dan juga dapat diterapkan di dunia nyata.
- b) Bagi akademisi, di masa mendatang penelitian ini dapat menjadi referensi yang dapat digunakan dalam variabel yang sama.

Kontribusi Penelitian

Melalui variabel-variabel yang telah ditentukan, penulis berharap dapat memberikan sumbangan pemikiran yang sekiranya dapat membantu atau memberikan informasi tentang keputusan pembelian yang nantinya dapat membantu dalam meningkatkan pemasaran.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

TELAAH LITERATUR

Landasan teori

Pemasaran

Pemasaran merupakan nyawa bagi sebuah perusahaan untuk melangsungkan usahanya. Jika pemasaran tidak berjalan dengan sebagaimana mestinya, tentu saja perusahaan akan mengalami berbagai kendala yang akan berdampak negatif. Pemasaran juga berarti berbagai kegiatan bisnis tersistematis, yang ditunjukkan guna merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang ataupun jasa yang bertujuan memuaskan konsumen (Dharmmesta dan Irawan, 2001, 5).

Kualitas Produk

Arti produk adalah sesuatu yang ditawarkan kepada konsumen untuk dimiliki, dan dimanfaatkan guna memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen (Kotler, 2009).

Kualitas produk memiliki arti barang atau jasa yang memiliki prospektif penawaran yang memberikan manfaat bagi penggunaannya (Tjiptono, 2008).

Harga

Harga menurut (Dharmmesta dan Irawan, 2001, 204) jumlah uang yang digunakan guna memperoleh barang atau jasa.

Desain Produk

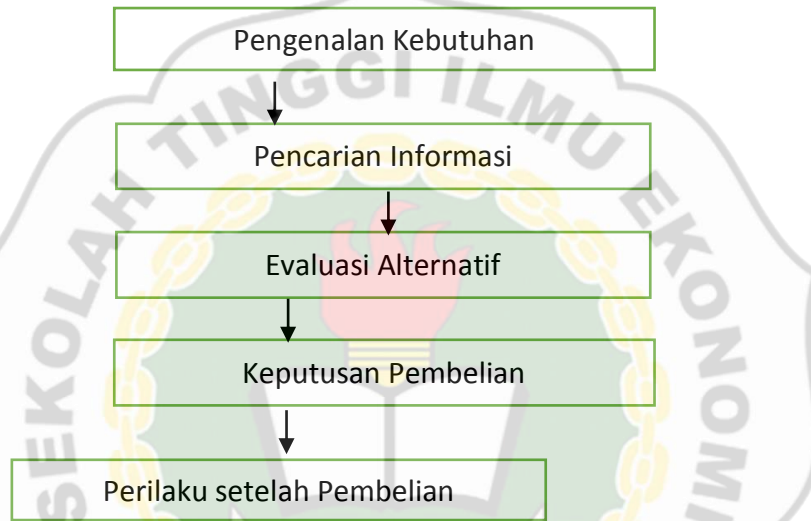
Desain produk menurut (Ulrich dan Eppinger, 2008;190) sajian profesional didalam menciptakan dan mengembangkan konsep beserta spesifikasinya yang mendukung fungsi, nilai, dan tampilan produk sehingga menambah keuntungan konsumen maupun produsen.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Keputusan Pembelian

Seseorang didalam menentukan keputusan pembelian terhadap suatu produk banyak pengaruh yang mendasarinya. Keputusan pembelian pada mayoritas orang seringkali dipengaruhi adanya pengaruh dari luar dan dari lingkungan.

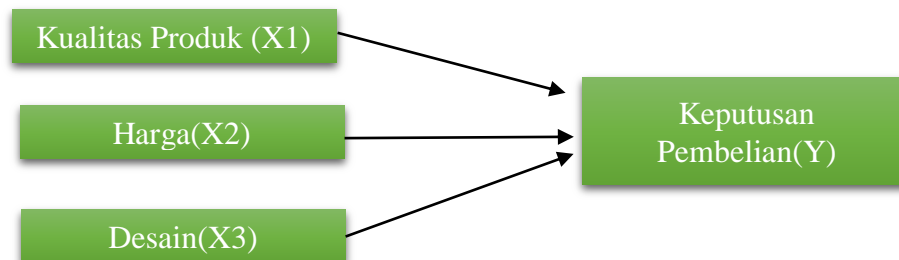
Berikut 5 proses keputusan pembelian menurut (Kotler dan Keller, 2009:284):



Gambar 2.1

Proses Keputusan Pembelian (Kotler dan Keller, 2009:185)

Pengembangan Hipotesis



Gambar 2.2

Kerangka Berfikir Teoritis

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Keterangan:

X1: Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

X2: Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian

X3: Desain berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Jawaban sementara dari sebuah rumusan masalah yang menerangkan anggapan sementara dan dibuat dalam bentuk pertanyaan adalah hipotesis. Hipotesis juga merupakan pernyataan sementara untuk memecahkan masalah dan menjelaskan suatu masalah.

1. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian

Pergulatan bisnis yang kompleks seperti saat ini, produsen diharuskan mempunyai nilai yang lebih tinggi dibanding para pesaingnya. Salah satu faktornya yaitu kualitas produk yang akan menentukan keberhasilan dari produk tersebut. Kualitas produk memiliki arti barang atau jasa yang memiliki dimensi penawaran yang menghasilkan manfaat bagi penggunanya (Tjiptono, 2008).

Dari penelitian yang dilakukan oleh (Rr. Siti Munawaroh, 2011) kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dengan hasil dari penelitian terdahulu dapat ditarik kesimpulan jika hipotesis pertama yaitu:

H₁ : kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

2. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian

Didalam pemasaran yang menjadi faktor terpenting adalah harga. Harga dapat mempengaruhi konsumen didalam memutuskan menggunakan produk atau merek yang ditawarkan. Dalam memilih dan menentukan membeli suatu produk atau merek, pada umumnya harga akan dilihat lebih dahulu oleh konsumen. Yang menjadi pertimbangan utama terhadap pelanggan adalah harga, sehingga mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian, semakin harga produk sesuai dan mampu bersaing, tentunya akan memberikan manfaat lebih bagi konsumen. Dari penelitian yang

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

dijalankan oleh (Fanny Puspita Sari, 2016) harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari hasil penelitian terdahulu peneliti menarik hipotesis kedua yaitu:

H₂: harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

3. Pengaruh desain terhadap keputusan pembelian

Pada umumnya pelanggan menilai sebuah produk atau merek dari tampilan atau desain dari produk dan merek itu sendiri. Desain sendiri merupakan suatu cerminan dari sebuah produk atau merek. Perusahaan harus dapat melihat kebutuhan dan juga trend yang ada saat ini untuk melakukan pembaruan disetiap produknya sehingga konsumen tidak merasa bosan dengan produk tersebut dan pada akhirnya konsumen akan tertarik untuk membelinya. Penelitian yang dilakukan oleh (Sri Widyastutir dan Muhammad Said, 2017) desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Menurut hasil dari penelitian sebelumnya peneliti menarik hipotesis ketiga yaitu:

H₃ : desain berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

METODE PENELITIAN

Ruang Lingkup Penelitian

Agar lebih jelas masalah yang akan dibahas dan tidak terjadi permasalahan yang meluas atau meyimpang, penting diadakan ruang lingkup dalam penelitian. Ruang lingkup pada penelitian ini merupakan konsumen yang akan membeli sepeda motor All New Honda Vario 150cc. lokasi penelitian ini dilaksanakan di kabupaten Kulonprogo, karena penelitian ini berfokus pada masyarakat Kulonprogo yang sebelum dikeluarkannya All New Honda Vario 150cc cenderung lebih memilih menggunakan sepeda motor berperseneling yang dianggap lebih mumpuni mengingat medan yang ada di Kulonprogo.

Populasi dan Sample

Populasi

Kumpulan masyarakat, ataupun hal-hal yang patut untuk diteliti, dimana selanjutnya akan dilakukan penarikan kesimpulan (Sekaran dan Bougie, 2013). Didalam penelitian ini populasi yang digunakan yaitu semua masyarakat Kulonprogo yang telah berusia lebih dari 17 tahun.

Sample

Sampel merupakan gabungan dari komponen populasi (Sekaran, 2009). Pada penelitian ini penulis memanfaatkan metode *Purposive Sampling*. Penelitian ini mempunyai kriteria dalam pemilihan sample yaitu masyarakat Kulonprogo yang telah berusia lebih dari 17 tahun.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Tujuannya supaya dapat memahami pengaruh atau hubungan sebuah variabel dengan variabel lainnya.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer. Data yang dihasilkan tanpa adanya perantara dari sumber yang aslinya ialah data primer. Tujuan utama pengumpulan data primer untuk menjawab pertanyaan dalam penelitian.

Kuesioner yang dipakai didalam penelitian ini adalah kuesioner *online*. Kuesioner *online* melalui *google form* didistribusikan kepada responden dengan cara *broadcast* melalui aplikasi *WhatsApp*.

Skala Penelitian

No.	Jawaban	Kode	Bobot
1	Sangat Tidak Setuju	STS	1
2	Tidak Setuju	TS	2
3	Netral	N	3
4	Setuju	S	4
5	Sangat Setuju	SS	5

HASIL PENELITIAN DAN ANALISA DATA

Pengumpulan data

Subjek dalam penelitian ini yaitu masyarakat Kulonprogo yang diatas 17 tahun. Kuisioner ini disebarkan melalui *google form* yang disebarkan melalui *WhatsApp* dengan responden yang berjumlah 62 orang.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Karakteristik responden

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase
Laki-laki	36	58,1%
Perempuan	26	41,9%
jumlah	62	100%

Responden jenis kelamin laki-laki dan perempuan menghasilkan data, total presentase paling besar jenis kelamin laki-laki sebesar 58,1% atau sebanyak 36 orang dari total 62 orang, sedangkan jenis kelamin perempuan mempunyai presentase 41,9% atau sebanyak 26 Orang dari total 62 orang. Berdasar penjelasan mengenai karakteristik jenis kelamin mampu diambil kesimpulan jika responden laki-laki dalam penelitian ini memiliki total paling banyak daripada responden perempuan.

Rentan Usia	Jumlah Responden	Presentase
17-22 tahun	32	51,6%
23-28 tahun	25	40,3%
29-34 tahun	1	1,6%
>35 tahun	4	6,4%
jumlah	62	100%

Karakteristik responden menurut rentan usia dapat dilihat jika responden yang mempunyai rentan usia 17-22 tahun memiliki presentase 51,6% atau sebanyak 32 orang, responden dengan rentan usia 23-28 tahun memiliki presentase 40,3% atau sebanyak 25 orang, responden dengan rentan usia 29-34 tahun memiliki presentase 1,6% atau sebanyak 1 orang, dan untuk responden dengan rentan usia >35 tahun memiliki presentase 6,4% atau sebanyak 4 orang. Menurut data di atas dapat

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

diambil kesimpulan jika rentan usia 17-22 tahun dalam penelitian ini memiliki jumlah responden paling banyak dengan presentase 51,6% dan jumlah 32 orang.

Pendidikan	Jumlah Responden	presentase
SMA/SMK	28	45,2%
Mahasiswa	10	16,1%
D3	5	8%
S1	18	29%
S2	1	1,6%
Jumlah	62	100%

Presentase 45,2% atau sebanyak 28 orang diperoleh pendidikan terakhir SMA/SMK, Mahasiswa memiliki presentase 16,1% atau sebanyak 16,1orang, D3 memiliki presentase 8% atau sebanyak 5 orang, S1 memiliki presentase 29% atau sebanyak 18 orang, dan S2 memiliki presentase 1,6% atau sebanyak 1 orang. Menurut penjelasan dari data tersebut peneliti mampu menyimpulkan jika responden dengan pendidikan terakhir SMA/SMK mempunyai presentase tertinggi dengan 45,2% dan S2 menjadi responden pendidikan terakhir paling rendah presentasinya dengan 1,6%.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Hasil Pengujian

Hasil Uji Validitas pada Variabel Kualitas Poduk

Kode	Pertanyaan	Hasil	Ketentuan	Keterangan
KL1	Menurut saya, All New Honda Vario 150 memiliki bentuk yang dapat dibedakan dengan motor matic lainnya.	0,658	$r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$	Valid
KL2	Menurut saya, All New Honda Vario 150 memiliki spesifikasi yang sudah sesuai kebutuhan kendaraan	0,746	$r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$	Valid
KL3	Menurut saya, All New Honda Vario 150 memiliki nilai ekonomis yang cukup lama.	0,790	$r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$	Valid
KL4	Menurut saya, All New Honda Vario 150 dapat menjalankan fungsi komponen yang ada di motor matic sehingga berjalan dengan baik	0,821	$r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$	Valid
KL5	Menurut saya, All New Honda Vario 150 mudah diperbaiki melalui bengkel-bengkel	0,778	$r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$	Valid

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

	service yang mudah ditemukan			
--	------------------------------	--	--	--

Sumber: data primer diolah, 2021

Diperoleh hasil uji validitas, jika korelasi antara indikator KL1-KL5 mempunyai r-tabel senilai 0,324 yang didapatkan melalui perhitungan $n-2$ atau $df = 62-2=60$, n yang dimaksudkan disini adalah sampel penelitian. Menurut hasil di atas mampu disimpulkan jika indikator kuesioner dikatakan valid dan mampu memenuhi ketentuan. Hasil diatas menjelaskan bahwa pertanyaan dan pernyataan diatas mampu mengukur variabel kualitas produksi.

Hasil Uji Validitas pada Variabel Harga

Kode	Pertanyaan	Hasil	Ketentuan	Keterangan
H1	Menurut saya, All New Honda Vario 150 sesuai kualitas yang diberikan	0,836	r-hitung>r-tabel	Valid
H2	Menurut saya, All New Honda Vario 150 mampu bersaing dan sesuai dengan daya beli masyarakat.	0,823	r-hitung>r-tabel	Valid
H3	Menurut saya, All New Honda Vario 150 sesuai dengan manfaat yang dirasakan.	0,796	r-hitung>r-tabel	Valid

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

H4	Menurut saya, Honda memberikan banyak pilihan seri All New Honda Vario 150	0,666	r hitung > r tabel	Valid
----	--	-------	--------------------	-------

Sumber: data primer diolah, 2021

Diperoleh hasil uji validitas, jika korelasi antara indikator H1-H4 mempunyai r-tabel senilai 0,324 yang didapatkan melalui perhitungan $df = 62-2=60$, n yang dimaksudkan disini adalah sampel penelitian. Menurut hasil di atas mampu disimpulkan jika indikator kuesioner dikatakan valid dan mampu memenuhi ketentuan. Hasil diatas menjelaskan bahwa pertanyaan dan pernyataan diatas mampu mengukur variabel harga.

Hasil Uji Validitas pada Variabel Desain

Kode	Pertanyaan	Hasil	Ketentuan	Keterangan
D1	Menurut saya, tampilan All New Honda Vario 150 mudah dikenali dan memiliki ciri khas.	0,734	r-hitung>r-tabel	Valid
D2	Menurut saya, All New Honda Vario 150 mengandung unsur sporty.	0,616	r-hitung>r-tabel	Valid
D3	Menurut saya, All New Honda Vario 150 memiliki teknologi	0,672	r-hitung>r-tabel	Valid

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

	dengan desain yang modern.			
D4	Menurut saya, All New Honda Vario 150 memiliki impression dan taste sesuai keinginan konsumen yang berjiwa muda.	0,807	r-hitung>r-tabel	Valid
D5	Menurut saya, All New Honda Vario 150 sudah menjalankan fungsi desain secara baik.	0,719	r-hitung>r-tabel	Valid

Sumber: data primer diolah, 2021

Bediperoleh hasil uji validitas, jika korelasi antara indikator D1-D5 mempunyai r tabel senilai 0,324 yang didapatkan melalui perhitungan $df = 62-2=60$, n yang dimaksudkan disini adalah sampel penelitian. Menurut hasil di atas mampu disimpulkan jika indikator kuesioner dikatakan valid dan mampu memenuhi ketentuan. Hasil diatas menjelaskan bahwa pertanyaan dan pernyataan diatas mampu menghitung variabel desain.

Hasil Uji Validitas pada Variabel Keputusan pembelian

Kode	Pertanyaan	Hasil	Ketentuan	Keterangan
KP1	Saya akan mencari informasi tentang All New Honda Vario 150.	0,808	r-hitung>r-tabel	Valid

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

KP2	Saya akan membeli All New Honda Vario 150.	0,716	r hitung>r tabel	Valid
KP3	Saya akan merekomendasikan untuk membeli produk All New Honda Vario 150.	0,784	r hitung>r tabel	Valid

Sumber: data primer diolah, 2021

Diperoleh hasil uji validitas, jika korelasi antara indikator KP1-KP3 mempunyai r tabel senilai 0,324 yang didapatkan melalui perhitungan $df = 62-2=60$, n yang dimaksudkan disini adalah sampel penelitian. Menurut hasil di atas mampu disimpulkan jika indikator kuesioner dikatakan valid dan mampu memenuhi ketentuan. Hasil diatas menjelaskan jika pertanyaan dan pernyataan diatas mampu menghitung variabel keputusan pembelian.

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Ketentuan	Keterangan
Kualitas Produk	0,815	>0,6	Reliabel
Harga	0,789	>0,6	Reliabel
Desain	0,750	>0,6	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,648	>0,6	Reliabel

Sumber: data primer diolah, 2021

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Hasil Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov*

N	62
Nilai <i>Asymp.Sig (2-tailed)</i>	0,196
Nilai signifikansi	0,05

Sumber: data primer diolah, 2021

Hasil Uji Multikolinieritas

<i>Collinearity Statistics</i>				
Variabel	Tolerance	Ketentuan	VIF	Ketentuan
Kualitas Produk	0,340	>0,100	2,945	<10
Harga	0,281	>0,100	3,556	<10
Desain	0,275	>0,100	3,643	<10

Sumber: data primer diolah, 2021

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	0,437	1,507		0,290	0,773
Kualitas produk	0,095	0,102	0,151	0,940	0,351
Harga	0,144	0,159	0,160	0,907	0,368
Desain	0,319	0,130	0,437	2,448	0,017

Sumber: data primer diolah, 2021

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel Dependen: Keputusan Pembelian

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	0,437	1,507		0,290	0,773
Kualitas produk (X1)	0,095	0,102	0,151	0,940	0,351
Harga (X2)	0,144	0,159	0,160	0,907	0,368
Desain(X3)	0,319	0,130	0,437	2,448	0,017

Sumber: data primer diolah, 2021

Persamaan regresi estimasi:

$$Y = 0,437 + 0,095 X_1 + 0,144 X_2 + 0,319 X_3$$

Penjelasan:

Y: Menunjukkan variabel keputusan pembelian

0,437: nilai konstanta sebesar 0,437 menunjukkan bahwa jika variabel independen (X1, X2, X3) diasumsikan bernilai nol maka nilai dependen (Y) sebesar 0,437.

0,095: variabel kualitas produk mempunyai nilai koefisien regresi sebesar 0,095 dengan tingkat signifikansi 0,351 > 0,05 yang berarti bahwa kualitas produk berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

0,144: variabel harga mempunyai nilai koefisien regresi senilai 0,144 dengan tingkat signifikansi 0,368 > 0,05 yang berarti bahwa kualitas produk berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

0,319: variabel kualitas produk mempunyai nilai koefisien regresi sebesar 0,319 dengan tingkat signifikansi 0,017 < 0,05 maka dapat disimpulkan kualitas

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor All New Honda Vario 150cc di kabupaten Kulonprogo.

Uji Model

Hasil Uji F

ANOVA		
Nilai F-hitung	Signifikansi	Ketentuan
18,824	0,000	< 0,05

Sumber: data primer diolah, 2021

Berdasar hasil olah data uji F di atas diperoleh nilai F-hitung sebesar 18,824 dengan nilai signifikan 0,000. Nilai signifikansi 0,000 di bawah tingkat signifikansi 0,05. Hasil tersebut memenuhi syarat dan signifikan. Hasil tersebut sama dengan dengan pernyataan yang dikeluarkan oleh (Algifari, 2013) yang mengatakan apabila tingkat signifikansi < 0,05, maka variabel independen secara bersamaan dapat memengaruhi variabel dependen dan sebaliknya. Dengan demikian keputusan H_0 diterima, sehingga dapat disimpulkan jika variabel X1, X2, X3 secara bersamaan memengaruhi variabel Y.

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,702	0,493	0,467	1,499778

Sumber: data primer diolah, 2021

Datas diatas memperoleh nilai *Adjusted R Square* senilai 0,493 yang disimpulkan bahwa variabel X memiliki kontribusi sebesar 49,3% terhadap variabel Y, dan 50,7% lainnya dipengaruhi oleh

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

variabel lain. Hasil di atas sama dengan yang dikatakan oleh (Ghozali, 2016) jika melihat nilai analisis dengan regresi linier berganda berdasarkan Adjusted R Square pada tabel hasil olah data. Dari hasil uji tersebut dapat dikatakan bahwa variabel X sudah mampu menjabarkan variabel Y.

Uji Hipotesis

Suatu alat analisis statistik yang berfungsi menguji hipotesis (dugaan) mengenai besaran parameter populasi ialah uji hipotesis (Algifari, 2011). Dilakukannya uji hipotesis sebagai cara guna menguji pengaruh variabel X1, X2, X3 terhadap variabel Y.

Uji T (Uji Parsial)

Menurut (Ghozali, 2016) uji t dilakukan guna memperlihatkan sejauh mana pengaruh satu variabel bebas atau variabel independen secara individual saat menjelaskan variasi variabel dependen. Di dalam penelitian ini, jumlah responden (n) = 62 dan tingkat signifikansi 0,05 %, sehingga memperoleh nilai t tabel = 2,00172

1. Pengaruh Variabel kualitas produk (X1) terhadap keputusan pembelian (Y)

Di dalam tabel 4.12 pengujian hipotesis pertama diperoleh nilai t hitung $0,940 < t$ tabel 2,00172 dengan nilai signifikansinya $0,351 > 0,05$, sehingga hipotesis pertama (H1) **ditolak**. Artinya kualitas produk berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian produk sepeda motor All New Vario 150cc.

2. Pengaruh Variabel harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y)

Pada tabel 4.12 pengujian hipotesis kedua diperoleh nilai t hitung $0,907 < t$ tabel 2,00172 dengan nilai signifikansinya $0,368 > 0,05$ sehingga hipotesis kedua (H2) **ditolak**. Artinya harga berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian produk produk sepeda motor All New Vario 150cc.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

3. Pengaruh Variabel desain (X3) terhadap keputusan pembelian (Y)

Dalam tabel 4.12 uji hipotesis ketiga diperoleh nilai t hitung $2,448 > 2,00172$ dengan nilai signifikansinya $0,017 < 0,05$ sehingga hipotesis ketiga (H3) **diterima**. Artinya desain berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk sepeda motor All New Vario 150cc.

Pembahasan

Hasil pengujian hipotesis 1 pada penelitian ini yaitu keputusan pembelian berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari hasil pengolahan data diketahui bahwa hasil uji hipotesis 1 penelitian ini ditolak. Hasil di atas memperoleh t hitung $0,940 < t$ tabel yaitu $2,00172$ dan Sig. $0,351 > 0,05$. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dikemukakan oleh (Nazzarudin Aziz, 2019) bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena nilai signifikan $> 0,05$.

Hasil hipotesis 2 pada penelitian ini adalah harga berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian produk sepeda motor All New Vario 150cc. Hasil tersebut diperoleh t-hitung $0,907 < t$ -tabel $2,00172$ dan nilai signifikan $0,368 > 0,05$. Hasil penelitian ini diketahui bahwa variabel ini ditolak. Seperti penelitian yang dilakukan oleh (Vivil Yazia, 2014) menjelaskan harga tidak mempunyai pengaruh kepada keputusan pembelian produk handphone Blackberry.

Hasil hipotesis 3 pada penelitian ini yaitu desain berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk sepeda motor All New Vario 150cc. diperoleh hasil t hitung $2,448 > t$ tabel $2,00172$ dan Sig. $0,017 < 0,05$. Hasil ini sama seperti yang dikemukakan (Rr. Siti Munawaroh, 2011) desain berpengaruh signifikan sebesar 5% terhadap keputusan pembelian, yang kemudian dapat ditarik kesimpulan bahwa desain berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor All New Honda Vario 150cc.

PLAGIASI MERUPAKAN TINDAKAN TIDAK TERPUJI

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Menurut hasil analisa yang dilakukan didalam penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario 150cc di Kabupaten Kulonprogo” terdapat variabel yang memiliki pengaruh dan terdapat juga variabel yang tidak memiliki pengaruh. Dari hasil uji yang telah dilakukan terdapat dua variabel yang tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, yaitu kualitas produk dan harga. Sedangkan untuk desain adanya pengaruh signifikan kepada keputusan pembelian.

Saran

1. Bagi Perusahaan

Peneliti berharap jika perusahaan lebih memperhatikan kualitas produksi agar tidak dianggap produk mereka sama dengan para pesaing walaupun desain dari produk tersebut berbeda.

2. Untuk peneliti selanjutnya

Penulis berharap penelitian ini dapat menjadi sumber informasi, penulis memberi saran untuk meneliti variabel lainnya yang dapat meningkatkan keputusan pembelian produk Sepeda Motor Honda Vario 150cc.