

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Perusahaan

a. Profil

Afdeling VII Sei Kebara merupakan salah satu daerah yang terbentuk pada tahun 2005 dan berada di Sumatra Utara tepatnya di desa torgamba kecamatan torgamba kabupaten Labuhanbatu Selatan.

Afdeling VII merupakan daerah perumahan atau masyarakat sekitar menyebut nya pondok yang masyarakat nya bekerja sebagai karyawan di salah satu perusahaan BUMN tepatnya perusahaan PTPN 3 kebun sei Kebara dan Afdeling VII sendiri merupakan perpecahan wilayah dari sei Kebara yang mana Emplasmen sei Kebara adalah sebagai daerah utama di sei Kebara tersebut, Sejarah sepeda motor VarioVario pertama yang dirilis AHM di Indonesia, tepatnya pada tahun 2006 silam.

Honda Vario saat itu masih berkapasitas mesin 110cc. Seiring perkembangan sepeda motor, skutik dari Honda sempat mengalami beberapa perubahan mesin. Dari 110cc, 125cc, 150cc hingga terbaru menggunakan jantung mekanis berkapasitas 160cc.

Pada generasi awal, (2006) hanya disediakan satu pilihan mesin. Dibekali jantung pacu berkubikasi bersih 108 cc SOHC, dengan ukuran (Diameter x Langkah) 50 x 55mm. Kompresinya dibuat cukup padat pada rasio 10,7:1. Hasil

dari spesifikasi mesin itu, memproduksi tenaga 8,99 PS di 8.000 rpm dan torsi 8,4 Nm pada 6.500 rpm.

Honda Vario Techno (2009) Berselang tiga tahun, AHM meluncurkan generasi terbaru. Pakai nama Vario Techno. Teknologi baru yang dinamakan di Honda Vario Techno. Yaitu sistem pengereman Combi Brake System. Dari sinilah awal mula generasi Vario memakai teknologi penghenti laju yang disebut CBS.

Honda Vario PGM-FI (2013) Pada generasi ini AHM menaikkan kelas dan mengubah segmentasi Honda Vario. Perubahannya terhitung banyak, mulai dari desain yang semakin gambot agar muat helm (helm-in). Tak hanya bentuknya, sektor jantung pacu juga ditingkatkan. Tanpa menghilangkan varian 110cc, Honda melengkapi motor ini dengan pilihan mesin lebih besar, 125cc

Sistem suplai bensin juga diperbarui, mulanya pengabut bahan bakar berubah menjadi injeksi (PGM-FI). Racikan mesin baru berdampak pada performanya. Output tenaga mampu mencapai 11,3 PS di 8.500 rpm dan torsi 10,7 Nm pada putaran 5.000 rpm. Meningkat jauh dari sebelumnya. Kapasitas tangki yang tadinya 3.6 liter, juga diperbesar menjadi 5.5 liter

Honda Vario 110 eSP (2015) Dengan berakhirnya era karburator, memaksa Honda untuk mengupgrade Vario 110cc. Di lain sisi, kehadiran versi 125 yang punya dimensi besar, membuat konsumen ingin Vario dengan bentuk lebih kompak. Melihat peluang itu, AHM meluncurkan Vario 110 eSP, yang desainnya mirip Vario generasi pertama. Sayangnya Vario 110 kurang laku di

pasaran dan harus disuntik mati pada awal 2020. Kematian sejalan dengan kehadiran Honda Beat terbaru yang punya fitur lebih modern.

All New Honda Vario 125 & 150 (2015) Vario 125 dan 150 punya desain yang identik, hanya ada perbedaan pada stripping serta warna lampu panel indikator saja. Tapi kalau dibanding model sebelumnya, ubahan tersimak pada bodi yang jauh lebih sangar, dengan aksent mengotak di setiap sisi. Headlampnya juga sudah dilengkapi LED pada setiap variannya. Kali ini, versi 110 cc dianaktirikan dengan bentuk yang berbeda sendiri. Urusan jantung pacu, varian terbaru ini memiliki kemampuan yang paling menarik. Dengan kubikasi mesin 150 cc PGM-FI, ia mampu menyemburkan tenaga tenaga maksimal 12,64 PS pada 8.400 rpm. Dan torsi 12,8 Nm di 5.000 rpm. Teknologi Enhanced Smart Power (eSP) pun sudah tertanam di ketiga varian. Gunanya untuk meminimalisir suara saat menyalakan starter. Untuk menghemat bahan bakar, idling stop system tentunya masih dipertahankan. Mengenai kelengkapan, ditanamkan fitur answer back system. Berfungsi guna memudahkan pengendara mencari motor di promosi parkir. Cukup tekan tombol di remote kunci, maka motor langsung berbunyi dan lampunya menyala

All New Honda Vario (2018) Generasi ini merupakan bentuk antisipasi dari Astra Honda Motor (AHM) atas semakin populernya motor skutik di Indonesia. Honda Vario langsung diminati oleh masyarakat Tanah Air lantaran ia merupakan skutik pertama yang beredar dengan mengusung berpendingin cairan.

Pada generasi ini juga sudah mempunyai keyless system. Semua teknologi yang ada sebelumnya, tentu diwariskan pada generasi terbaru ini. Walau jantung pacunya serupa, output tenaga jauh berbeda. Spesifikasinya, masih sama mengandalkan mesin berkubikasi 150 cc, dengan ukuran (Diameter x Langkah) 57,3 x 57,9 mm. Namun berkat beberapa komponen baru, tenaganya melonjak ke angka 13,1 PS di 8.500 rpm dan torsi 13,4 Nm pada 5.000 rpm. Begitupun versi 125 cc, yang mampu mengeluarkan tenaga sebesar 11,1 PS di 8.500 rpm dan torsi 10,8 Nm pada 5.000 rpm.

All New Honda Vario 160 Astra Honda Motor (AHM) di awal 2022 merilis All New Vario 160. Hadirnya model baru, maka versi 150 berhenti diproduksi. Ia mendapat pembaruan di sisi desain, mesin juga rangka yang membuatnya layak dilirik untuk diandalkan berkegiatan harian. Vario 160 dikatakan menggunakan pendekatan yakni bigger, greater dan prouder.

All New Honda Vario 160 mendapat mesin generasi terbaru. Sekarang dirinya menggondong mesin 160 cc yang dijejali empat klep, SOHC, berpendingin cairan serta teknologi enhanced Smart Power Plus (eSP+). Ia mampu menghasilkan tenaga maksimal hingga 15,3 hp pada 8.500 rpm dengan torsi puncak 13,8 Nm di kitiran 7.000 rpm. Ukuran bore x stroke kini 60 x 55,5 mm, sebelumnya 57,3 x 57,9 mm. Rasio kompresi juga meningkat, model lama 10,6:1 sekarang 12:1. Bila dibanding model lama, kenaikan tenaga cukup signifikan. Sebelumnya 13 Hp/8.500 dan torsi hanya meningkat sedikit, yakni dari 13,4 Nm/5.000 rpm.

Dirinya kini pakai teknologi rangka yang sama dengan Genio dan All New Scoopy. Yaitu pengaplikasian frame eSAF (enhanced Smart Architecture Frame). Membuat skutik premium sporti ini semakin lincah dan mudah dikendarai. Tapi tak seperti saudaranya yang lebih kecil, rangka eSAF yang dipasangkan pada Vario 160 ternyata tidak berdampak positif pada sektor lain. Bobotnya justru meningkat. Sebelumnya 112 kg kini menjadi 115 kg (CBS) dan 117 kg (ABS). Volume bahan bakar dan ruang bagasi di bawah jok juga tidak berubah, masing-masing masih 5,5 liter dan 18 liter. Konsepnya masih sama seperti sebelumnya, tetap mengusung skutik bergaya sportif. Memiliki garis-garis desain tegas. Namun kini dirinya tak lagi ramping. Beberapa panel bodi dibuat mengembung padat. Tampak jelas pada bagian depan. Dibuat seperti model bertingkat. Sistem pencahayaan depan masih mengandalkan Dual Keen LED Headlight. Dilengkapi pula dengan lampu sein yang tak lagi menyipit ke bawah. Diberi pembatas dengan tarikan garis cover headlamp. Terlihat agresif dan berkelas.

Menyesuaikan dengan tameng depan, panel tengah terlihat sedikit mengembung. Sementara bagian buntut menerapkan motif modern. Bodi belakang diisi dengan emblem 3 dimensi (3D) bertuliskan Vario 160 (khusus tipe ABS). Kesan elegan jadi makin kuat terlihat dari sisi samping. Bagian belakang masih didukung tampilan mewah, karena mengaplikasikan desain stop lamp dan sein terpisah. Model lampu stop berubah total namun tetap meruncing ke atas. Istimewanya diberikan cover muffler yang dilapisi dengan aluminium sama seperti punya PCX 160. Kesan sporty jadi makin terasa. Dari segala perubahan desain yang diterima, dimensinya hanya selisih sedikit. Sebelumnya 1.919 x 679 x

1.062 mm, kini menjadi 1.929 x 679 x 1.088 mm (PxLxT). Tinggi tempat duduk mulanya 769 mm jadi 778mm. Jarak sumbu roda sekarang lebih pendek yaitu 1.277, model lama 1.280 mm. Jarak terendah ke tanah meningkat 8mm jadi 140 mm. Buat varian tertinggi su 40 mkan Anti-lock Braking System (ABS). Otomatis pengereman belakang dilengkapi cakram. Sedang tipe CBS masih seperti model lama. Lalu ada USB charger type A buat mengisi ulang ponsel tanpa perlu menggunakan tambahan adapter.

2. Deskriptif Responden

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen Honda Vario dideskripsikan berdasarkan jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan tingkat umur.

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	25	50,00
Perempuan	25	50,00
Total	50	100 %

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.1 diperoleh bahwa responden adalah laki-laki yaitu 25 orang atau 50,00%, sedangkan perempuan 25 orang atau 50,00%

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Jenis Pendidikan	Jumlah	Persentase
Sarjana	15	30,00
SMA/ sederajat	35	70,00
Total	50	100 %

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.2 diperoleh bahwa responden yang berpendidikan sarjana yaitu 15 orang atau 30,00%. Sedangkan yang berpendidikan non sarjana yaitu 35 orang atau 70,00% .

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah	Persentase
<23 Tahun	35	70,00
>23 Tahun	15	30,00
Total	50	100 %

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4.3 diperoleh bahwa untuk umur responden yang terbanyak adalah kurang dari 23 tahun sebanyak 35 orang atau 70,00%.

2. Deskriptif Variabel Penelitian

a. Deskriptif Jawaban Responden Tentang kualitas produk

Deskriptif tentang kualitas produk pada Honda Vario dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut ini :

Tabel 4.4
Tanggapan responden tentang kualitas produk

Pernyataan	Alternatif jawaban										Total	%
	SS		S		KS		TS		STS			
	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%		
1	25	55,0	25	45,0	-	-	-	-	-	-	50	100
2	22	44,0	28	56,0	-	-	-	-	-	-	50	100
3	14	28,0	36	72,0	-	-	-	-	-	-	50	100
4	26	52,0	24	48,0	-	-	-	-	-	-	50	100
5	25	50,0	25	45,0	-	-	-	-	-	-	50	100

Sumber : Kuesioner (data diolah),2023.

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa :

1. Pada pernyataan ke 1, terdapat 25 responden atau sebanyak 50,0% menjawab sangat setuju, dan 25 responden atau sebanyak 50,0% menjawab setuju .
2. Pada pernyataan ke 2, terdapat 22 responden atau sebanyak 44,0% menjawab sangat setuju, dan 28 responden atau sebanyak 56,0% menjawab setuju .
3. Pada pernyataan ke 3, terdapat 14 responden atau sebanyak 28,0% menjawab sangat setuju, dan 36 responden atau sebanyak 72,0% menjawab setuju .
4. Pada pernyataan ke 4, terdapat 26 responden atau sebanyak 52,0% menjawab sangat setuju, dan 24 responden atau sebanyak 48,0% menjawab setuju .
5. Pada pernyataan ke 5, terdapat 25 responden atau sebanyak 50,0% menjawab sangat setuju, dan 25 responden atau sebanyak 50,0%

menjawab setuju

b. Deskriptif jawaban responden tentang promosi

Deskriptif tentang promosi pada Honda Vario dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut ini :

Tabel 4.5
Tanggapan responden tentang promosi

Pernyataan	Alternatif jawaban										Total	%
	SS		S		KS		TS		STS			
	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%		
1	21	42,0	29	58,0	-	-	-	-	-	-	50	100
2	21	42,0	29	58,0	-	-	-	-	-	-	50	100
3	26	52,0	24	48,0	-	-	-	-	-	-	50	100
4	20	40,0	30	60,0	-	-	-	-	-	-	50	100
5	21	42,0	29	58,0	-	-	-	-	-	-	50	100

Sumber : Kuesioner (data diolah),2023

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa :

1. Pada pernyataan ke 1, terdapat 21 responden atau sebanyak 42,0% menjawab sangat setuju, dan 29 responden atau sebanyak 58,0% menjawab setuju .
2. Pada pernyataan ke 2, terdapat 21 responden atau sebanyak 42,0% menjawab sangat setuju, dan 29 responden atau sebanyak 58,0% menjawab setuju .
3. Pada pernyataan ke 3, terdapat 26 responden atau sebanyak 52,0% menjawab sangat setuju, dan 24 responden atau sebanyak 48,0% menjawab setuju .
4. Pada pernyataan ke 4, terdapat 20 responden atau sebanyak 40,0%

menjawab sangat setuju, dan 30 responden atau sebanyak 60,0% menjawab setuju .

5. Pada pernyataan ke 5, terdapat 21 responden atau sebanyak 42,0% menjawab sangat setuju, dan 29 responden atau sebanyak 58,0% menjawab setuju

c. Deskriptif jawaban responden tentang kepercayaan merek

Deskriptif tentang kepercayaan merek pada Honda Vario dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut ini :

Tabel 4.6
Tanggapan responden tentang kepercayaan merek

Pernyataan	Alternatif jawaban										Total	%
	SS		S		KS		TS		STS			
	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%		
1	25	50,0	25	50,0	-	-	-	-	-	-	50	100
2	24	48,0	26	52,0	-	-	-	-	-	-	50	100
3	18	36,0	32	64,0	-	-	-	-	-	-	50	100
4	27	54,0	23	46,0	-	-	-	-	-	-	50	100
5	25	50,0	25	50,0	-	-	-	-	-	-	50	100

Sumber : Kuesioner (data diolah),2023

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa :

1. Pada pernyataan ke 1, terdapat 25 responden atau sebanyak 50,0% menjawab sangat setuju, dan 25 responden atau sebanyak 50,0% menjawab setuju .
2. Pada pernyataan ke 2, terdapat 24 responden atau sebanyak 48,0% menjawab sangat setuju, dan 26 responden atau sebanyak 52,0% menjawab setuju .

3. Pada pernyataan ke 3, terdapat 18 responden atau sebanyak 36,0% menjawab sangat setuju, dan 32 responden atau sebanyak 64,0% menjawab setuju .
4. Pada pernyataan ke 4, terdapat 27 responden atau sebanyak 54,0% menjawab sangat setuju, dan 23 responden atau sebanyak 46,0% menjawab setuju .
5. Pada pernyataan ke 5, terdapat 25 responden atau sebanyak 50,0% menjawab sangat setuju, dan 25 responden atau sebanyak 50,0% menjawab setuju

d. Deskriptif jawaban responden tentang kepuasan konsumen

Deskriptif tentang kepuasan konsumen pada Honda Vario dapat dilihat pada tabel 4.7 berikut ini :

Tabel 4.7
Tanggapan responden tentang kepuasan konsumen

Pernyataan	Alternatif jawaban										Total	%
	SS		S		KS		TS		STS			
	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%		
1	33	66,0	17	34,0	-	-	-	-	-	-	50	100
2	28	56,0	22	44,0	-	-	-	-	-	-	50	100
3	20	40,0	30	60,0	-	-	-	-	-	-	50	100
4	31	62,0	19	38,0	-	-	-	-	-	-	50	100
5	33	66,0	17	34,0	-	-	-	-	-	-	50	100

Sumber : Kuesioner (data diolah),2023

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa :

1. Pada pernyataan ke 1, terdapat 33 responden atau sebanyak 66,0% menjawab sangat setuju, dan 17 responden atau sebanyak 34,0%

menjawab setuju .

2. Pada pernyataan ke 2, terdapat 28 responden atau sebanyak 56,0% menjawab sangat setuju, dan 22 responden atau sebanyak 44,0% menjawab setuju .
3. Pada pernyataan ke 3, terdapat 20 responden atau sebanyak 40,0% menjawab sangat setuju, dan 30 responden atau sebanyak 60,0% menjawab setuju .
4. Pada pernyataan ke 4, terdapat 31 responden atau sebanyak 62,0% menjawab sangat setuju, dan 19 responden atau sebanyak 38,0% menjawab setuju .
5. Pada pernyataan ke 1, terdapat 33 responden atau sebanyak 66,0% menjawab sangat setuju, dan 17 responden atau sebanyak 34,0% menjawab setuju

e. Deskriptif jawaban responden tentang keputusan pembelian

Deskriptif tentang keputusan pembelian pada Honda Vario dapat dilihat pada tabel 4.8 berikut ini :

Tabel 4.8
Tanggapan responden tentang keputusan pembelian

Pernyataan	Alternatif jawaban										Total	%
	SS		S		KS		TS		STS			
	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%	Fi	%		
1	28	56,0	22	44,0	-	-	-	-	-	-	50	100
2	32	64,0	18	36,0	-	-	-	-	-	-	50	100
3	25	50,0	25	50,0	-	-	-	-	-	-	50	100
4	37	74,0	13	26,0	-	-	-	-	-	-	50	100
5	28	56,0	22	44,0	-	-	-	-	-	-	50	100

Sumber : Kuesioner (data diolah),2023

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa :

1. Pada pernyataan ke 1, terdapat 28 responden atau sebanyak 56,0% menjawab sangat setuju, dan 22 responden atau sebanyak 44,0% menjawab setuju .
2. Pada pernyataan ke 2, terdapat 32 responden atau sebanyak 64,0% menjawab sangat setuju, dan 18 responden atau sebanyak 36,0% menjawab setuju .
3. Pada pernyataan ke 3, terdapat 25 responden atau sebanyak 50,0% menjawab sangat setuju, dan 25 responden atau sebanyak 50,0% menjawab setuju .
4. Pada pernyataan ke 4, terdapat 37 responden atau sebanyak 74,0% menjawab sangat setuju, dan 13 responden atau sebanyak 26,0% menjawab setuju .
5. Pada pernyataan ke 1, terdapat 28 responden atau sebanyak 56,0% menjawab sangat setuju, dan 22 responden atau sebanyak 44,0% menjawab setuju

3. Analisis Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas melihat apakah dalam model regresi variabel bebas dan variabel terikat memiliki data yang berdistribusi normal atau tidak. Cara yang sering digunakan dalam uji normalitas yaitu :

- Tampilan grafik histogram

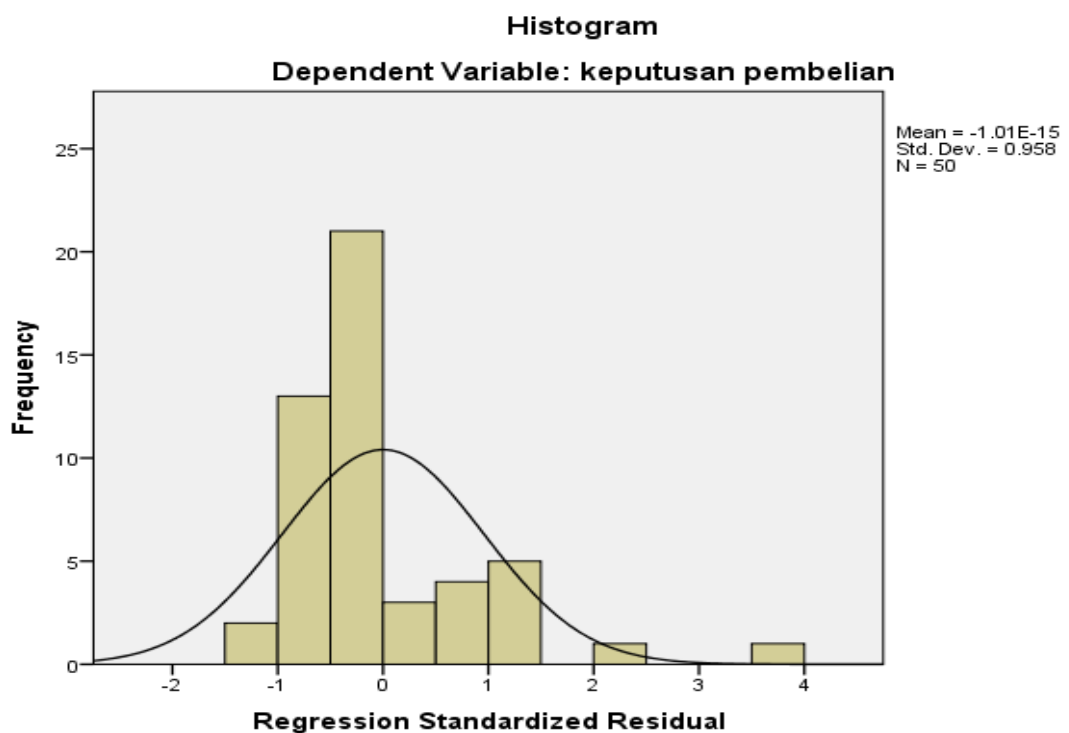
Tampilan grafik histogram yang memberikan pola distribusi normal akan menyebar secara merata ke kiri dan kekanan.

- grafik Normal PP plot.

Jika Grafik Normal Plot menunjukkan bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal maka dapat disimpulkan bahwa model garis regresi memenuhi asumsi normalitas.

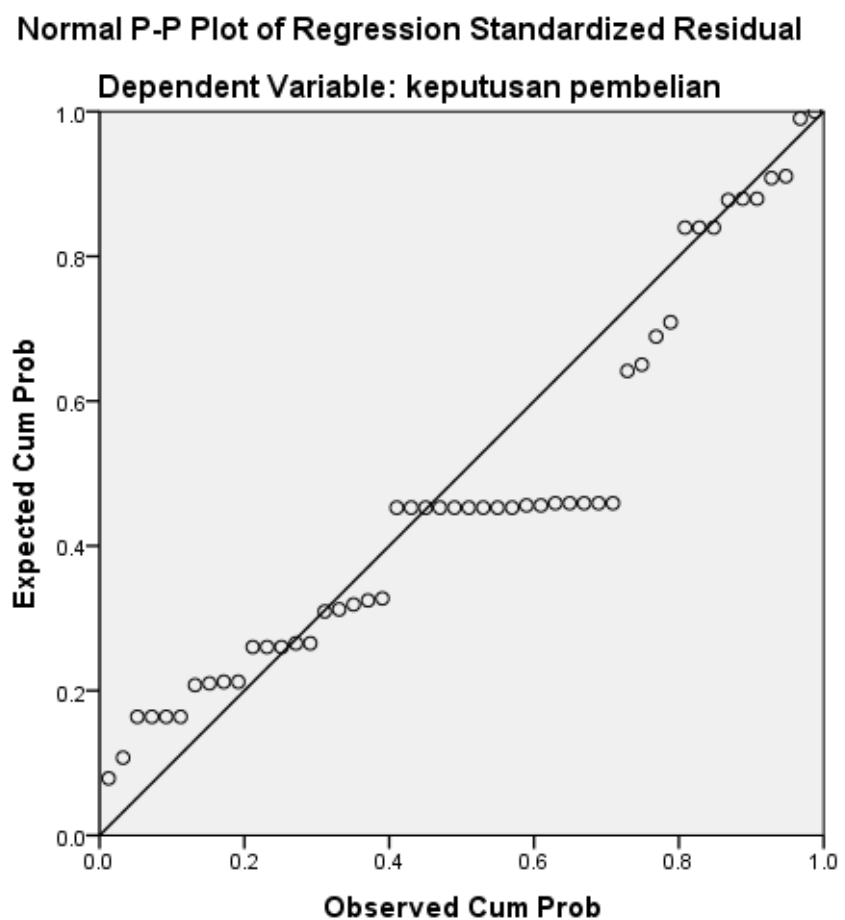
Berikut ini adalah grafik histogram dan grafik normal pp plot yang digunakan untuk melihat apakah model regresi bebas dan variabel terikat memiliki data yang berdistribusi normal atau tidak.

Gambar 4.2
Grafik Histogram



Tampilan grafik histogram diatas memberikan pola distribusi normal Karena menyebar secara merata kekiri dan kekanan, serta terbentuk bentuk lonceng. Hal ini menunjukkan bahwa regresi variabel bebas dan variabel terikat memiliki data yang berdistribusi normal.

Gambar 4.3
Grafik Normal P-P Plot



Pada Gambar P-P Plot diatas ini terlihat bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Dari grafik ini dapat disimpulkan bahwa model garis regresi memenuhi asumsi normalitas, Sehingga menunjukkan bahwa data berdistribusi secara normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada tidak nya variabel independent yang memiliki kemiripan dengan variabel independent lainnya dalam satu model yang dapat menyebabkan terjadinya korelasi yang sangat kuat antara variabel independent tersebut.

Perhitungan uji independen antar variabel bebas dapat dilihat dari hasil analisis collinearity statistik. Multikolinieritas terjadi apabila (1) nilai tolerance (Tolerance < 0.10 dan (2) Variance inflation faktor (VIF>10). Hasil pengujian untuk uji multikolinearitas ditampilkan pada tabel berikut :

Tabel 4.10
Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1		
Kualitas produk	,126	7,936
Promosi	,442	1,558
Kepercayaan merek	,292	2,899
Kepuasan konsumen	,314	3,190

Sumber : Data Primer diolah, 2023

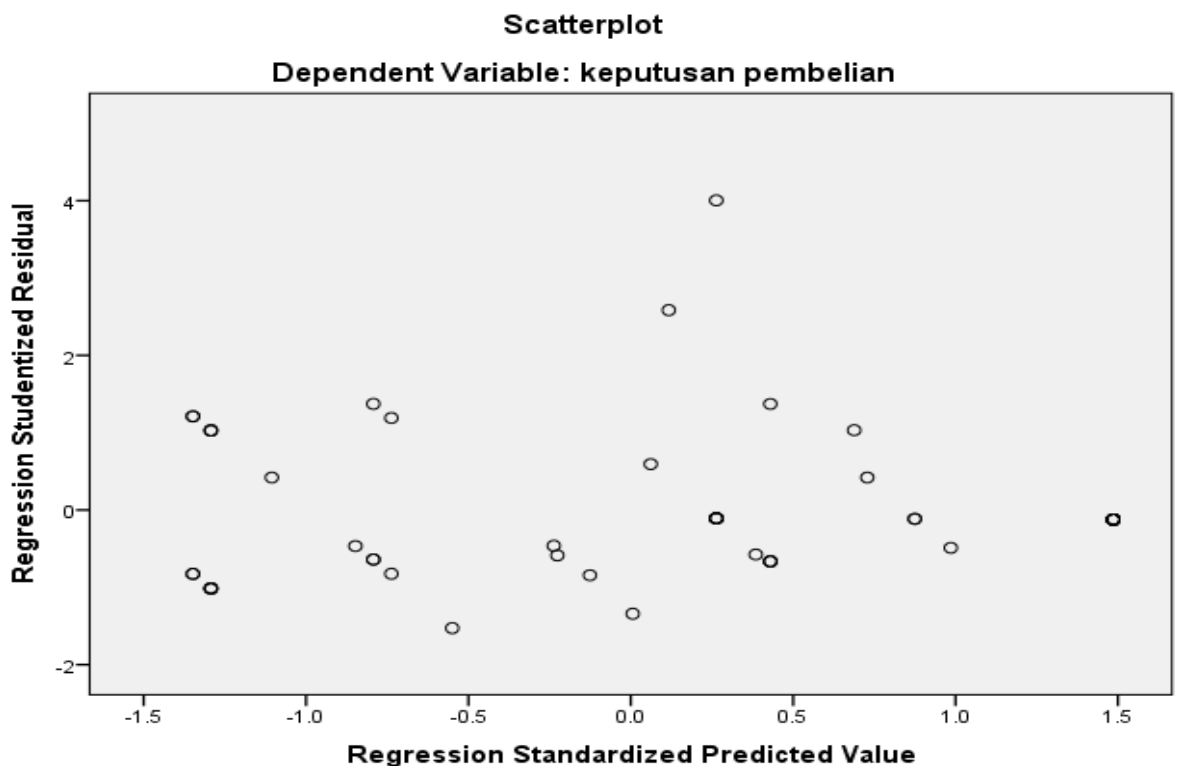
Tabel 4.10 di atas memperlihatkan nilai tolerance variabel kualitas produk sebesar 0,126 lebih besar dari 0,10 dan nilai vif sebesar 7,936 lebih kecil dari 10, variabel promosi sebesar 0,442 lebih besar dari 0,10 dan nilai vif sebesar 1,558 lebih kecil dari 10, variabel kepercayaan merek sebesar 0,292 lebih besar dari 0,10 dan nilai vif sebesar 2,899 lebih kecil dari 10, dan variabel kepuasan konsumen

sebesar 0,314 lebih besar dari 0,10 dan nilai vif sebesar 3,190 lebih kecil dari 10. Hal ini berarti tidak terjadi problem multikolinearitas atau korelasi yang tinggi antar faktor yang terbentuk.

c. Uji Heteroskedaritas

Uji heteroskedaritas bertujuan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan terhadap pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak mengalami gejala heteroskedaritas, dimana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan terhadap pengamatan yang lain, hal ini disebut homoskedaritas. Hasil pengujian heteroskedaritas dengan menggunakan metode gambar dapat dilihat pada gambar 4.4 sebagai berikut :

Gambar 4.4
Uji Heteroskedaritas



Berdasarkan Gambar 4.4 terlihat bahwa titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka nol, serta tidak membentuk pola. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi hipotesis penelitian ini tidak terdapat unsur heteroskedaritas.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

a. Analisis Regresi Berganda

Tabel 4.11
Hasil Analisis Regresi Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,021	2,044		2,457	,018
1 Kualitas produk	,234	,256	,236	2,133	,005
Promosi	,225	,127	,224	2,194	,003
Kepercayaan merek	,379	,298	,409	3,275	,000
Kepuasan konsumen	,355	,168	,366	3,109	,001

Sumber : data diolah dengan SPSS 20,2023

Berdasarkan Tabel 4.11 maka dapat dibuat persamaan yaitu :

$$Y = 1,021 + 0,234 + 0,225 + 0,379 + 0,355$$

Koefisien regresi kualitas produk menunjukkan hubungan positif terhadap keputusan pembelian pada Honda Vario dengan nilai koefisien sebesar 0,234. Berarti setiap peningkatan kualitas produk sebesar 0,234 akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,234.

Koefisien regresi promosi menunjukkan hubungan positif terhadap keputusan pembelian pada Honda Vario dengan nilai koefisien sebesar 0,225. Berarti setiap peningkatan promosi sebesar 0,225 akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,225.

Koefisien regresi kepercayaan merek menunjukkan hubungan positif terhadap keputusan pembelian pada Honda Vario dengan nilai koefisien sebesar 0,379. Berarti setiap peningkatan kepercayaan merek sebesar 0,379 akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,379.

Koefisien regresi kepuasan konsumen menunjukkan hubungan positif terhadap keputusan pembelian pada Honda Vario dengan nilai koefisien sebesar 0,355. Berarti setiap peningkatan kepuasan konsumen sebesar 0,355 akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,355.

Nilai Konstanta sebesar 1,021 menunjukkan bahwa keputusan pembelian pada Honda Vario sebesar 1,021 tanpa adanya pengaruh dari kualitas produk, promosi, kepercayaan merek dan kepuasan konsumen.

b. Uji T

Uji T dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, Hasil uji t dapat dilihat 4.12 dibawah ini :

Tabel 4.12
Uji parsial (Uji T)
Coefficients^a

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,021	2,044		2,457	,018
1					
Kualitas produk	,234	,256	,236	2,133	,005
Promosi	,225	,127	,224	2,194	,003
Kepercayaan merek	,379	,298	,409	3,275	,000
Kepuasan konsumen	,355	,168	,366	3,109	,001

Sumber : data diolah menggunakan SPSS 20 :2023

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan antara t_{tabel} dengan t_{hitung} . Diketahui T_{tabel} pada distribusi 0,025 : 46 adalah 2,012.

Berdasarkan tabel 4.12 maka dapat dilihat bahwa :

- 1) Nilai t_{hitung} untuk kualitas produk adalah sebesar 2,133, t_{tabel} 2,012 ($t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$), dengan nilai signifikan $0,005 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
- 2) Nilai t_{hitung} untuk promosi adalah sebesar 2,194, t_{tabel} 2,012 ($t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$), dengan nilai signifikan $0,003 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
- 3) Nilai t_{hitung} untuk kepercayaan merek adalah sebesar 3,275, t_{tabel} 2,012 ($t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$), dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Maka H_0

ditolak dan H_0 diterima. Kepercayaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

- 4) Nilai t hitung untuk kepuasan konsumen adalah sebesar 3,109, t tabel 2,012 (t hitung $>$ t tabel), dengan nilai signifikan $0,001 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_0 diterima. Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

c. Uji F

Uji f dilakukan untuk menguji secara simultan (secara bersama-sama) apakah kualitas produk, promosi, kepercayaan merek dan kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Honda Vario.

Tabel 4.13
Uji Simultan (F)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	61,208	4	15,302	15,264	,000 ^b
Residual	45,112	45	1,002		
Total	106,320	49			

(Sumber : Data diolah menggunakan SPSS windows 20, 2023)

Nilai F tabel pada distribusi 4 : 45 adalah 2,58, maka berdasarkan tabel 4.13 terlihat bahwa nilai F hitung $15,264 > 2,58$, dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, ini menunjukkan bahwa secara serempak variabel kualitas produk, promosi, kepercayaan merek dan kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

d. Koefisien Determinan

Koefisien Determinan (R^2) digunakan mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independent dalam mempengaruhi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.14
Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,759 ^a	,576	,538	1,001

Sumber : data diolah dengan SPSS 20,2023

Hasil output SPSS model summary besarnya Adjusted R square adalah 0,538. Hal ini berarti 53,80% variabel independent yaitu kualitas produk, promosi, kepercayaan merek dan kepuasan konsumen memberikan pengaruh terhadap variabel dependent yaitu keputusan pembelian, dan sisanya sebesar 46,20% di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti yang dapat mempengaruhi variabel keputusan pembelian seperti diskon, kelengkapan fasilitas dll.

B. Pembahasan

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Honda Vario

Koefisien regresi kualitas produk menunjukkan hubungan positif terhadap keputusan pembelian pada Honda Vario dengan nilai koefisien sebesar 0,234. Berarti setiap peningkatan kualitas produk sebesar 0,234 akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,234.

Nilai t hitung untuk kualitas produk adalah sebesar 2,133, t tabel 2,012 (t hitung > t tabel), dengan nilai signifikan $0,005 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Honda Vario

Koefisien regresi promosi menunjukkan hubungan positif terhadap keputusan pembelian pada Honda Vario dengan nilai koefisien sebesar 0,225. Berarti setiap peningkatan promosi sebesar 0,225 akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,225.

Nilai t hitung untuk promosi adalah sebesar 2,194, t tabel 2,012 (t hitung > t tabel), dengan nilai signifikan $0,003 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. Kepercayaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Honda Vario

Koefisien regresi kepercayaan merek menunjukkan hubungan positif terhadap keputusan pembelian pada Honda Vario dengan nilai koefisien sebesar 0,379. Berarti setiap peningkatan kepercayaan merek sebesar 0,379 akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,379.

Nilai t hitung untuk kepercayaan merek adalah sebesar 3,275, t tabel 2,012 (t hitung > t tabel), dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Kepercayaan merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

4. Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Honda Vario

Koefisien regresi kepuasan konsumen menunjukkan hubungan positif terhadap keputusan pembelian pada Honda Vario dengan nilai koefisien sebesar 0,355. Berarti setiap peningkatan kepuasan konsumen sebesar 0,355 akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,355.

Nilai t hitung untuk kepuasan konsumen adalah sebesar 3,109, t tabel 2,012 ($t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$), dengan nilai signifikan $0,001 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

5. Kualitas produk, Promosi, Kepercayaan merek dan Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Honda Vario

Nilai Konstanta sebesar 1,021 menunjukkan bahwa keputusan pembelian pada Honda Vario sebesar 1,021 tanpa adanya pengaruh dari kualitas produk, promosi, kepercayaan merek dan kepuasan konsumen.

Nilai F tabel pada distribusi 4 : 45 adalah 2,58, maka berdasarkan tabel 4.11 terlihat bahwa nilai F hitung $15,264 > 2,58$, dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, ini menunjukkan bahwa secara serempak variabel kualitas produk, promosi, kepercayaan merek dan kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

Hasil output SPSS model summary besarnya Adjusted R square adalah 0,538. Hal ini berarti 53,80% variabel independent yaitu kualitas produk, promosi,

kepercayaan merek dan kepuasan konsumen memberikan pengaruh terhadap variabel dependent yaitu keputusan pembelian, dan sisanya sebesar 46,20% di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti yang dapat mempengaruhi variabel keputusan pembelian seperti diskon, kelengkapan fasilitas dll.