

BAB IV

ANALISIS DATA DAN LAPORAN PENELITIAN

A. Data Penelitian

1. Sejarah Singkat Sepeda Motor Honda

Honda Motor Company, Ltd, salah satu produsen mobil, sepeda motor, truk dan skuter yang berasal dari Jepang yang didirikan oleh Soichiro Honda pada 24 September 1948. (“Honda,” 2020). Pada awalnya, honda hanya memproduksi sepeda motor yang diluncurkan pada tahun 1949. Produk Hondapertama yaitu Honda D-Type yang terbuat dari rangka baja serta dilengkapi suspensi di bagian roda depan dan belakang dengan berkubikasi sebesar 98cc dan memiliki kecepatan maksimal 50 mil per jam.

Honda kemudian meluncurkan motor skuter yang sangat populer pada masanya pada tahun 1954 dengan produk Juno K-Type. Seiring dengan perkembangannya Honda diluncurkan pertama kali di Indonesia pada tahun 1960, yang mana saat itu pasar otomotif Indonesia didominasi oleh Eropa dan Amerika. Pada tahun 1963 Honda langsung meluncurkan produk mobil pertamanya yaitu Honda T360 yang berhasil mengalihkan mobil-mobil dari Eropa dan Amerika.

Seiring dengan perkembangannya, pada industri sepeda motor di Indonesia Honda hadir pada 11 Juni 1971 melalui PT Federal Motor atau lebih dikenal dengan PT Astra Honda Motor (AHM). Honda S90Z ialah

sepeda motor pertama yang dipasarkan di Indonesia. Sepeda motor ini mempunyai mesin 4 tak dengan kapasitas sebesar 90cc.

Kemudian ditahun 1973 Honda kembali meluncurkan sepeda motor dengan kapasitas 100cc,yaitu Honda Benly S110. Pada tahun 1982 – 1984 Honda mengeluarkan sepeda motor CB100 dan CB125, dengan tampilan yang menarik, yaitu dari bentuk tangki yang bulat, dan mesin yang dimiliki mengalami peningkatan performa. Perkembangan kondisi ekonomi dan pasar sepeda motor Honda terus mengalami peningkatan ditahun 2001. Hal ini dikarenakan komposisi dari kepemilikan saham pada pabrikan motor mengalami perubahan, yaitu PT. Federal Motor dengan beberapa anak perusahaannya yang digabungkan menjadi satu nama yaitu PT Astra Honda Motor.

Memasuki tahun 2014, PT AHM telah memiliki 4 fasilitas pabrik yang mana kapasitas tersebut mencapai 5,8 juta sepeda motor per tahun. Tentunya hal ini akan terus mengalami peningkatan. Apalagi ditahun 2015, PT AHM berhasil mencapai prestasi produksi ke 50 juta dan termasuk prestasi pertama yang berhasil diraih pada industri sepeda motor di Indonesia namun juga untuk tingkat ASEAN.

Adapun beberapa jenis sepeda motor Honda di Indonesia yang dimulai dari skuter atau matic, yakni Spacy, Scoopy, Beat, Vario, dan PCX. Kemudian dari motor bebek, yaitu New Supa X, Revo, Sonic, Supra GTR, dan CS1. Dan

pada motor sport diantaranya Sonic, RC214V-S, dan New CBR dengan kapasitas sebesar 150 dan 250cc. (News, 2017).

2. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Cikal bakal Trio Motor yaitu toko Trio, dengan pemilik Bapak Utomo Wijaya bersama istrinya yaitu Ibu Kumala Kusuma. Toko Trio didirikan pada tahun 1965 di Banjarmasin tepatnya di Jalan Niaga Timur No. 47. Sebelum adanya pabrikan sepeda motor di Indonesia, sejak tahun 1967 toko Trio ini telah menjual sepeda motor built up buatan Jepang. Dan ditahun 1973 toko Trio menjadi sub dealer pada PT International Motor Surabaya. Kemudian pada tahun 1980 toko trio Motor pindah ke tempat yang baru di Jalan Kolonel Sugiono No.10 Banjarmasin dan fokus pada bisnis otomotif roda dua.

Seiring berjalannya waktu, Trio Motor dipercaya menjadi Main Dealer Sepeda Motor Honda di wilayah Kalimantan Selatan dan Kalimantan Tengah. Mulai dari tahun 1986 hingga saat 2014 PT. Trio Motor menjadi agen resmi satu-satunya di wilayah Kalimantan Selatan dan Kalimantan Tengah. Adapun PT Trio Motor terdapat 19 cabang yang terkenal hingga saat ini, yaitu Banjarmasin, Martapura, Paringin, Pelaihari, Batulicin, Tanjung, Sungai Danau, Palangkaraya, Muara Teweh, Sampit, Tamiang Layang, Buntok, Kapuas, dan Kuala Kurun. Dengan berkembangnya cabang dari PT Trio Motor maka bertambah pula jumlah karyawan. (“SEJARAH TRIO MOTOR,” t.t.)

Sehingga dari seluruh gambaran tentang CV Trio Motor diatas, maka peneliti mengambil lokasi penelitiannya di CV Trio Motor cabang Muara Teweh tepatnya di Jl. Timor RT.17 Kelurahan Melayu Kecamatan Teweh Tengah.CV Trio Motor Muara Teweh merupakan salah satu dealer Honda populer di Barito Utara. Dealer Honda ini menjual berbagai macam merek sepeda motor Honda, selain menawarkan penjualan motor dealer Honda juga menyediakan servis, dan menyediakan aksesoris motor seperti sparepart serta memberikan pelayanan yang maksimal kepada konsumen. CV Trio Motor Muara Teweh membuka layanan 7 hari sehingga memudahkan konsumen untuk membeli produk sepeda motor Honda ataupun service motor.

Adapun visi dan misi dari CV. Trio Motor sebagai berikut :

a. Visi

Menjadi main dealer Honda terbaik di Indonesia.

b. Misi

1) Menjadikan Honda no. 1 di Kalimantan Selatan dan Kalimantan Tengah dengan melakukan pengembangan jaringan melalui peningkatan sumber daya manusia dan teknologi informasi.

2) Menjadi perusahaan otomotif no. 1 di Kalimantan dengan kualitas nasional.

c. Tri Dharma Triomotor

1) Kejujuran adalah dasar prestasi karyawan.

- 2) Berkarya untuk bangsa dan negara dengan memberi kemudahan bagi masyarakat.
- 3) Setiap karyawan mempunyai kesempatan yang sama. (“Visi dan Misi,” t.t.)

CV. Trio Motor ini menjual berbagai macam produk sepeda motor, seperti jenis bebek yaitu New Honda Blade 125 FI, Supra X 125 nbvHelm In, New Supra X 125 FI, dan New Revo FI. Selain itu juga ada jenis matic, yaitu All New Honda Beat Pop Esp, All New Honda Beat Sporty Esp, Spacy Helm In-At PGM FI, All New PCX 150, New Honda Scoopy Esp, Vario FI, Vario 125 Esp, dan Vario 150 Esp. Dan jenis sport, yaitu New Sonic 150R, All New CB 150R, Verza 150, New Mega Pro FI, All New CBR 150R, dan All New CBR 250R. Selain menawarkan penjualan sepeda motor CV. Trio motor juga menyediakan fasilitas service dan aksesoris motor seperti sparepart.

Dalam sebuah perusahaan untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan tentunya harus memperhatikan struktur organisasinya. Di setiap sebuah perusahaan seorang pekerja akan memiliki tugas dan tanggung jawab yang berbeda-beda. Hal ini tentu bertujuan agar struktur organisasi yang direncanakan dengan baik dapat mencapai hasil yang memuaskan. Adapun struktur organisasi pada CV. Trio Motor Muara Teweh sebagai berikut :



Gambar 4.1 CV. Trio Motor Honda Muara Teweh

3. Karakteristik Responden

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada masyarakat yang menggunakan sepeda dari produk Honda di CV. Trio Motor Muara Teweh dengan jumlah responden sebesar 100 responden. Adapun karakteristik responden dilihat berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan merek motor yang digunakan. Hasil data tersebut diperoleh dengan menunjukkan gambaran sebagai berikut :

a. Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	42	42%
Perempuan	58	58%
Total	100	100%

Sumber : Data Primer (data diolah 2020)

Berdasarkan tabel 4.1, dapat diketahui bahwa responden pengguna sepeda motor honda yang berjenis kelamin laki-laki sebesar 42 responden atau 42% dan yang berjenis kelamin perempuan sebesar 58 responden yaitu 58%.

b. Usia

Tabel 4.2

Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
≤ 20	1	1%
21 – 30	65	65%
31 – 40	19	19%
≥ 40	15	15%
Total	100	100%

Sumber : Data Primer (data diolah 2020)

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh data yang menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan usia, untuk ≤ 20 tahun sebanyak 1

responden yakni 1%, yang berusia 21 – 30 tahun sebanyak 65 responden yakni 65%, kemudian yang berusia 31 – 40 tahun sebanyak 19 responden yakni 19% dan yang berusia ≥ 40 tahun sebanyak 15 responden yakni 15%.

c. Pekerjaan

Tabel 4.3

Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Asisten Manager	1	1%
ASN	1	1%
Barista	1	1%
Guru	1	1%
Honoror	5	5%
Ibu Rumah Tangga	11	11%
Karyawan	4	4%
Mahasiswa	27	27%
Pedagang	1	1%
Pegawai BUMN	1	1%
Pelajar	1	1%
Pensiunan	1	1%
Petani karet	1	1%
PNS	5	5%

Swasta	39	39%
Total	100%	100%

Sumber : Data Primer (data diolah 2020)

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh data yang menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan pekerjaan asisten manager sebanyak 1 responden atau 1%, ASN sebanyak 1 responden atau 1%, barista sebanyak 1 responden atau 1%, guru sebanyak 1 responden atau 1%, honorer sebanyak 5 responden atau 5%, ibu rumah tangga 11 responden atau 11%, karyawan sebanyak 4 atau 4%, mahasiswa sebanyak 27 responden atau 27%, pedagang sebanyak 1 responden atau 1%, pegawai BUMN sebanyak 1 responden atau 1%, pelajar sebanyak 1 responden atau 1%, pensiunan sebanyak 1 responden atau 1%, petani karet sebanyak 1 responden atau 1%, PNS sebanyak 5 responden atau 5%, dan yang terakhir swasta sebanyak 39 responden atau 39%.

d. Merek Motor

Tabel 4.4

Responden Berdasarkan Merek Motor yang dipakai

Merek Motor	Jumlah	Persentase
Beat	30	30%
CBR	1	1%
Scoopy	38	38%

Sonic	2	2%
Supra X	8	8%
Vario	21	21%
Total	100	100%

Sumber : Data Primer (data diolah 2020)

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa data yang diperoleh berdasarkan merek motor yang dipakai adalah pengguna Beat sebanyak 30 responden atau 30%, CBR sebanyak 1 responden atau 1%, Scoopy sebanyak 38 responden atau 38%, Sonic sebanyak 2 responden atau 2%, Supra X sebanyak 8 responden atau 8% dan pengguna Vario sebanyak 21 responden atau 21%.

B. Pengujian Hipotesis

Deskripsi pada data penelitian menunjukkan ringkasan tanggapan responden terhadap citra merek, kualitas produk, desain dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor yang terdiri dari item-item pernyataan dengan skala likertdiantaranya sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju dan sangat setuju. Berikut deskripsi responden terhadap masing-masing item variabel penelitian.

1. Indikator Citra Merek (X1)

a. Nama Baik

Tabel 4.5

**Sepeda motor Honda mempunyai reputasi (nama baik) yang baik
dimasyarakat.**

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	-	-
2	Tidak setuju	-	-
3	Netral	9	9%
4	Setuju	59	59%
5	Sangat setuju	32	32%
Total		100	100%

Sumber : Hasil penelitian 2020 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa jawaban responden terhadap variabel citra merek dimana sepeda motor Honda mempunyai reputasi yang baik di masyarakat sebanyak 9 responden atau 9% yang menyatakan netral, sebanyak 59 responden atau 59% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 32 responden atau 32% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan data pertanyaan yang diberikan kepada responden, maka sebagian besar responden menjawab setuju yaitu sebanyak 59 responden. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden setuju sepeda motor Honda mempunyai reputasi yang baik di masyarakat.

b. Pengenalan

Tabel 4.6

**Sepeda motor Honda dikenal sebagai motor yang bahan bakarnya
jauh lebih hemat**

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	1	1%
2	Tidak setuju	-	-
3	Netral	13	13%
4	Setuju	49	49%
5	Sangat setuju	37	37%
Total		100	100%

Sumber : Hasil penelitian 2020 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa jawaban responden terhadap sepeda motor honda dikenal sebagai motor yang bahan bakarnya jauh lebih hemat sebanyak 1 responden atau 1% yang menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 13 responden atau 13% yang menyatakan netral, sebanyak 49 responden atau 49% yang menyatakan setuju dan sebanyak 37 responden atau 37% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan data pernyataan yang telah diberikan kepada responden, maka sebagian besar responden menjawab setuju yaitu sebanyak 49 responden. Dalam hal ini

menunjukkan bahwa responden setuju terhadap pernyataan sepeda motor honda dikenal sebagai bahan bakarnya jauh lebih hemat.

Tabel 4.7

Saya telah mengenal lama produk sepeda motor Honda

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	-	-
2	Tidak setuju	1	1%
3	Netral	9	9%
4	Setuju	45	45%
5	Sangat setuju	45	45%
Total		100	100%

Sumber : Hasil penelitian 2020 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas menjelaskan bahwa jawaban responden terhadap mengenal lama produk sepeda motor Honda sebanyak 1 responden atau 1% untuk yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 9 responden atau 9% yang menyatakan netral, sebanyak 45 responden atau 45% yang menyatakan setuju. Berdasarkan data pernyataan yang diberikan kepada responden, maka sebagian besar responden menjawab setuju dan sangat setuju sebanyak 45 responden. Dalam hal ini

menunjukkan bahwa responden setuju telah mengenal lama produk sepeda motor Honda.

c. Hubungan Emosional

Tabel 4.8

Saya menyukai sepeda motor Honda karena dapat memenuhi gaya hidup sehari-hari

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	-	-
2	Tidak setuju	2	2%
3	Netral	18	18%
4	Setuju	49	49%
5	Sangat setuju	31	31 %
Total		100	100%

Sumber : Hasil penelitian 2020 (data diolah)

Berdasarkan hasil data di atas dapat dijelaskan bahwa jawaban responden terhadap menyukai sepeda motor Honda karena dapat memenuhi gaya hidup sehari-hari sebanyak 2 responden atau 2% yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 18 responden atau 18% yang menyatakan netral, sebanyak 49 responden atau 49%, dan sebanyak 31 responden atau 31% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan data pernyataan yang diberikan kepada responden, maka sebagian besar

responden yang menjawab setuju sebanyak 49 responden atau 49%. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden setuju pada pernyataan menyukai sepeda motor Honda karena dapat memenuhi gaya hidup sehari-hari.

d. Loyalitas Merek

Tabel 4.9

Saya akan selalu setia untuk menggunakan sepeda motor Honda

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	2	2%
2	Tidak setuju	3	3%
3	Netral	25	25%
4	Setuju	35	35%
5	Sangat setuju	35	35 %
Total		100	100%

Sumber : Hasil penelitian 2020 (data diolah)

Berdasarkan hasil jawaban responden di atas dijelaskan bahwa saya akan selalu setia untuk menggunakan sepeda motor Honda sebanyak 2 responden atau 2% yang menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 3 responden atau 3% yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 25 responden atau 25% yang menyatakan netral, sebanyak 35 responden atau 35% yang menyatakan setuju dan sangat setuju. Berdasarkan data pernyataan

responden, maka sebagian besar responden menjawab setuju dan sangat setuju sebanyak 35 responden. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden setuju terhadap pernyataan bahwa saya akan selalu setia menggunakan sepeda motor Honda.

e. Keunikan

Tabel 4.10

Sepeda motor Honda mempunyai desain yang terlihat lebih mewah dari produk lain

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	1	1%
2	Tidak setuju	2	2%
3	Netral	31	31%
4	Setuju	30	30%
5	Sangat setuju	36	36 %
Total		100	100%

Sumber : Hasil penelitian 2020 (data diolah)

Berdasarkan hasil data di atas menjelaskan bahwa jawaban responden terhadap sepeda motor Honda mempunyai desain yang terlihat lebih mewah dari produk lain sebanyak 1 responden atau 1% yang menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 2 responden atau 2% yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 31 responden atau 31% yang menyatakan netral,

sebanyak 30 responden atau 30% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 36 responden atau 36% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan pernyataan yang diberikan kepada responden, maka sebagian besar responden memilih sangat setuju. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden sangat setuju terhadap pernyataan sepeda motor Honda mempunyai desain yang terlihat.

f. Kekuatan

Tabel 4.11

Aksesoris yang digunakan pada sepeda motor Honda mudah ditemukan di toko-toko perlengkapan sepeda motor.

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	-	-
2	Tidak setuju	2	2%
3	Netral	14	14%
4	Setuju	46	46%
5	Sangat setuju	38	38 %
Total		100	100%

Sumber : Hasil penelitian 2020 (data diolah)

Berdasarkan data di atas dijelaskan bahwa jawaban responden pada pernyataan aksesoris yang digunakan pada sepeda motor Honda mudah ditemukan di toko-toko perlengkapan sepeda motor sebanyak 2

responden atau 2% yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 14 responden atau 14% yang menyatakan netral, sebanyak 46 responden atau 46% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 38 responden atau 38% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil data pernyataan yang diberikan responden, maka sebagian besar responden menjawab setuju yaitu sebesar 46 responden. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden setuju terhadap pernyataan aksesoris yang digunakan pada sepeda motor.

g. Keunggulan

Tabel 4.12

Nama produk Honda mudah di ingat dan tidak sulit untuk diucapkan

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	-	-
2	Tidak setuju	1	1%
3	Netral	7	7%
4	Setuju	44	44%
5	Sangat setuju	48	48 %
Total		100	100%

Sumber : Hasil penelitian 2020 (data diolah

Berdasarkan data di atas dijelaskan bahwa jawaban responden pada pernyataan nama produk honda mudah di ingat dan tidak sulit untuk diucapkan sebanyak 1 responden atau 1% untuk yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 7 responden atau 7% yang menyatakan netral, sebanyak 44 responden atau 44% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 48 responden atau 48% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil data pernyataan responden, maka sebagian besar responden menjawab sangat setuju. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden sangat setuju bahwa nama produk honda mudah di ingat dan tidak sulit untuk diucapkan.

2. Indikator Kualitas Produk (X2)

a. Kinerja

Tabel 4.13

Sepeda motor Honda mampu menjalankan fungsinya sesuai produk inti yang dibeli, seperti irit, lincah dan lain-lain

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	1	1%
2	Tidak setuju	-	-
3	Netral	17	17%
4	Setuju	56	56%
5	Sangat setuju	26	26 %

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

Sumber : Hasil penelitian 2020 (data diolah

Berdasarkan hasil data di atas dijelaskan bahwa jawaban responden pada pernyataan sepeda motor Honda mampu menjalankan fungsinya sesuai produk inti yang dibeli, seperti irit, lincah, dan lain-lain sebanyak 1 responden atau 1% yang menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 17 responden atau 17% yang menyatakan netral, sebanyak 56 responden atau 56% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 26 responden atau 26% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil data pernyataan responden, maka sebagian besar responden menjawab setuju yaitu sebanyak 56 responden. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden setuju sepeda motor Honda mampu menjalankan fungsinya sesuai produk inti yang dibeli, seperti irit, lincah, dan lain-lain.

Tabel 4.14

Menurut saya sepeda motor Honda memberikan kenyamanan saat berkendara

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	-	-
2	Tidak setuju	-	-
3	Netral	23	23%

4	Setuju	51	51%
5	Sangat setuju	26	26 %
Total		100	100%

Sumber : Hasil penelitian 2020 (data diolah

Berdasarkan data di atas dijelaskan bahwa jawaban responden pada pernyataan sepeda motor Honda memberikan kenyamanan saat berkendara sebanyak 23 responden atau 23% yang menyatakan netral, sebanyak 51 responden atau 51% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 26 responden atau 26% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil data pernyataan responden, maka sebagian besar responden menjawab setuju yaitu sebanyak 51 responden. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden setuju sepeda motor honda memberikan kenyamanan saat berkendara.

b. Keragaman Produk

Tabel 4.15

Sepeda motor Honda mempunyai tipe yang bervariasi

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	-	-
2	Tidak setuju	1	1%
3	Netral	17	17%

4	Setuju	49	49%
5	Sangat setuju	33	33 %
Total		100	100%

Sumber : Hasil penelitian 2020 (data diolah)

Berdasarkan data di atas dijelaskan bahwa jawaban responden pada pernyataan sepeda motor Honda mempunyai tipe yang bervariasi sebanyak 1 responden atau 1% yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 17 responden atau 17% yang menyatakan netral, sebanyak 49 responden atau 49% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 33 responden atau 33% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil data pada pernyataan responden, maka sebagian besar responden menjawab setuju yaitu sebanyak 49 responden. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden setuju bahwa sepeda motor Honda mempunyai tipe yang bervariasi.

c. Daya Tahan/Ketahanan

Tabel 4.16

Sepeda motor Honda mempunyai daya tahan mesin yang tangguh, sehingga dapat menempuh perjalanan yang jauh

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	1	1%
2	Tidak setuju	-	-

3	Netral	22	22%
4	Setuju	47	47%
5	Sangat setuju	30	30%
Total		100	100%

Sumber : Hasil penelitian 2020 (data diolah)

Berdasarkan hasil data di atas bahwa jawaban responden pada pernyataan sepeda motor Honda mempunyai daya tahan mesin yang tangguh, sehingga dapat menempuh perjalanan yang jauh sebanyak 1 responden atau 1% yang menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 22 responden atau 22 % yang menyatakan netral, sebanyak 47 responden atau 47% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 30 responden atau 30% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil data pada pernyataan responden di atas, maka sebagian besar responden menjawab setuju yaitu sebanyak 7 responden. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden setuju sepeda motor Honda mempunyai daya tahan mesin yang tangguh, sehingga dapat menempuh perjalanan yang jauh.

d. Keandalan

Tabel 4.17

Sepeda motor Honda tidak mengalami gangguan atau jarang macet saat dikendarai

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	2	2%
2	Tidak setuju	2	2%
3	Netral	26	26%
4	Setuju	46	46%
5	Sangat setuju	24	24%
Total		100	100%

Sumber : Hasil penelitian 2020 (data diolah)

Berdasarkan data di atas dijelaskan bahwa jawaban responden pada pernyataan sepeda motor Honda tidak mengalami gangguan atau jarang macet saat dikendarai sebanyak 2 responden atau 2% yang menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 2 responden atau 2% yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 26 responden atau 26% yang menyatakan netral, sebanyak 46 responden atau 46% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 24 responden atau 24% yang menyatakan sangat setuju. . Berdasarkan hasil data pada pernyataan responden di atas, maka sebagian besar responden menjawab setuju yaitu sebanyak 46 responden. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden setuju sepeda motor Honda tidak mengalami gangguan atau jarang macet saat dikendarai.

e. Estetika

Tabel 4. 18

Sepeda motor Honda memiliki model dan warna yang sangat menarik perhatian konsumen

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	-	-
2	Tidak setuju	1	1%
3	Netral	19	19%
4	Setuju	44	44%
5	Sangat setuju	36	36%
Total		100	100%

Sumber : Hasil penelitian 2020 (data diolah)

Berdasarkan data di atas dijelaskan bahwa jawaban responden sepeda motor Honda memiliki model dan warna yang sangat menarik perhatian konsumen sebanyak 1 responden atau 1% yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 19 responden atau 19% yang menyatakan netral, sebanyak 44 responden atau 44% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 36 responden atau 36% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil data di atas, maka sebagian besar responden menjawab setuju yaitu sebanyak 44 responden. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden setuju sepeda

motor Honda memiliki model dan warna yang sangat menarik perhatian konsumen.

f. Kualitas yang dipersepsikan

Tabel 4.19

Sepeda motor Honda mempunyai kualitas mesin yang baik

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	-	-
2	Tidak setuju	2	2%
3	Netral	18	18%
4	Setuju	49	49%
5	Sangat setuju	31	31%
Total		100	100%

Sumber : Hasil penelitian 2020 (data diolah)

Berdasarkan hasil data di atas dijelaskan bahwa jawaban responden sepeda motor Honda mempunyai kualitas mesin yang sangat baik sebanyak 2 responden atau 2% yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 18 responden atau 18% yang menyatakan netral, sebanyak 49 responden atau 49% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 31 responden atau 31% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil data di atas, maka sebagian besar responden menjawab setuju yaitu sebanyak 49 responden

atau 49%. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden setuju sepeda motor Honda mempunyai kualitas mesin yang sangat baik.

g. Keseuaian

Tabel 4. 20

Sepeda motor Honda salah satu produk yang berkualitas dan unggul

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	-	-
2	Tidak setuju	1	1%
3	Netral	16	16%
4	Setuju	44	44%
5	Sangat setuju	39	39%
Total		100	100%

Sumber : Hasil penelitian 2020 (data diolah)

Berdasarkan hasil data di atas dijelaskan bahwa jawaban responden sepeda motor Honda salah satu produk yang berkualitas dan unggul sebanyak 1 responden atau 1% yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 16 responden atau 16% yang menyatakan netral, sebanyak 44 responden atau 44% yang menyatakan setuju, dan 39 responden atau 39% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil data di atas, maka sebagian besar responden menjawab setuju yaitu sebanyak 44 responden atau 44%.

Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden setuju sepeda motor Honda salah satu produk yang berkualitas dan unggul.

3. Indikator Desain (X3)

a. Model Terbaru

Tabel 4. 21

Saya lebih memilih sepeda motor Honda karena banyak model yang terbaru

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	2	2%
2	Tidak setuju	3	3%
3	Netral	27	27%
4	Setuju	39	39%
5	Sangat setuju	29	29%
Total		100	100%

Sumber : Hasil penelitian 2020 (data diolah)

Berdasarkan hasil data di atas dijelaskan bahwa jawaban responden pada pernyataan saya lebih memilih sepeda motor Honda karena banyak model yang terbaru sebanyak 2 responden atau 2% yang menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 3 responden atau 3% yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 27 responden atau 27% yang menyatakan netral, sebanyak 39 responden atau 39% yang menyatakan setuju, dan sebanyak

29 responden atau 29% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan data di atas, maka sebagian besar responden menjawab setuju yaitu sebanyak 39 responden atau 39%. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden setuju terhadap pernyataan saya lebih memilih sepeda motor Honda karena banyak model yang terbaru.

b. Variasi Desain

Tabel 4.22

Sepeda motor Honda memiliki variasi desain dengan pilihan warna yang berbagai macam dan menarik

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	1	1%
2	Tidak setuju	-	-
3	Netral	25	25%
4	Setuju	42	42%
5	Sangat setuju	32	32%
Total		100	100%

Sumber : Hasil penelitian 2020 (data diolah)

Berdasarkan hasil data di atas menunjukkan bahwa jawaban responden pada pernyataan sepeda motor Honda memiliki variasi desain dengan pilihan warna yang berbagai macam dan menarik sebanyak 1 responden atau 1% yang menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 25

responden atau 25% yang menyatakan netral, sebanyak 42 responden atau 42% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 32 responden atau 32% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan data di atas, maka sebagian besar responden menjawab setuju yaitu sebanyak 42 responden atau 42%. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden setuju sepeda motor Honda memiliki variasi desain dengan pilihan warna yang berbagai macam dan menarik.

Tabel 4.23

Sepeda motor Honda memiliki body yang sesuai dengan keinginan dari konsumen

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	-	-
2	Tidak setuju	2	2
3	Netral	20	20%
4	Setuju	44	44%
5	Sangat setuju	34	34%
Total		100	100%

Sumber : Hasil penelitian 2020 (data diolah)

Berdasarkan hasil data di atas menunjukkan bahwa jawaban responden pada pernyataan sepeda motor Honda memiliki body yang sesuai dengan keinginan dari konsumen sebanyak 2 responden atau 2%

yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 20 responden atau 20% yang menyatakan netral, sebanyak 44 responden atau 44% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 34 responden atau 34% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan data di atas, maka sebagian besar responden menjawab setuju yaitu sebanyak 44 responden atau 44%. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden setuju sepeda motor Honda memiliki body yang sesuai dengan keinginan dari konsumen.

c. Desain Mengikuti Tren

Tabel 4.24

Sepeda motor Honda memiliki desain yang *sporty* dan elegan sehingga sesuai dengan keinginan konsumen

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	-	-
2	Tidak setuju	-	-
3	Netral	23	23%
4	Setuju	43	43%
5	Sangat setuju	34	34%
Total		100	100%

Sumber : Hasil penelitian 2020 (data diolah)

Berdasarkan hasil data di atas menunjukkan bahwa jawaban responden pada pernyataan sepeda motor Honda memiliki desain yang

sporty dan elegan sehingga sesuai dengan keinginan konsumen sebanyak 23 responden atau 23% yang menyatakan netral, sebanyak 43 responden atau 43% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 34 responden atau 34% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan data di atas, maka sebagian besar responden menjawab setuju yaitu sebanyak 43 responden atau 43%. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden setuju pada sepeda motor Honda memiliki desain yang *sporty* dan elegan sehingga sesuai dengan keinginan konsumen.

Tabel 4.25

Saya memilih sepeda motor Honda karena desainnya yang mengikuti trend

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	-	-
2	Tidak setuju	2	2%
3	Netral	20	20%
4	Setuju	46	46%
5	Sangat setuju	32	32%
Total		100	100%

Sumber : Hasil penelitian 2020 (data diolah)

Berdasarkan hasil data di atas menunjukkan bahwa jawaban responden pada pernyataan saya memilih sepeda motor Honda karena desainnya yang mengikuti trend sebanyak 2 responden atau 2% yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 20 responden atau 20% yang menyatakan netral, sebanyak 46 responden atau 46% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 32 responden atau 32% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil data pada pernyataan responden, maka sebagian besar responden menjawab setuju yaitu 46 responden atau 46%. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden setuju pada pernyataan saya memilih sepeda motor Honda karena desainnya yang mengikuti trend.

Tabel 4.26

Model sepeda motor Honda yang modern namun tidak meninggalkan kesan elegan

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	-	-
2	Tidak setuju	2	2%
3	Netral	19	19%
4	Setuju	45	45%
5	Sangat setuju	34	34%
Total		100	100%

Sumber : Hasil penelitian 2020 (data diolah)

Berdasarkan hasil data di atas menunjukkan bahwa jawaban responden pada pernyataan model sepeda motor Honda yang modern namun tidak meninggalkan kesan elegan sebanyak 2 responden atau 2% yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 19 responden atau 19% yang menyatakan netral, sebanyak 45 responden atau 45% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 34 responden atau 34% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil data pada pernyataan responden, maka sebagian besar responden menjawab setuju yaitu sebesar 45 responden atau 45%. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden setuju model sepeda motor Honda yang modern namun tidak meninggalkan kesan elegan.

d. Kemudahan Perbaikan

Tabel 4.27

Sepeda motor Honda mempunyai desain yang mempermudah saat perbaikan

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	-	-
2	Tidak setuju	2	2%
3	Netral	21	21%
4	Setuju	50	50%
5	Sangat setuju	27	27%

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

Sumber : Hasil penelitian 2020 (data diolah)

Berdasarkan hasil data di atas menunjukkan bahwa jawaban responden pada pernyataan sepeda motor Honda mempunyai desain yang mempermudah saat perbaikan sebanyak 2 responden atau 2% yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 21 responden atau 21% yang menyatakan netral, sebanyak 50 responden atau 50% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 27 responden atau 27% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil data pada pernyataan responden, maka sebagian besar responden menjawab setuju yaitu sebanyak 50 responden atau 50%. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden setuju sepeda motor Honda mempunyai desain yang mempermudah saat perbaikan.

Tabel 4.28

Sepeda motor Honda mempunyai desain yang mudah saat proses pemasangan sparepart

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	1	1
2	Tidak setuju	3	3%
3	Netral	24	24%
4	Setuju	40	40%

5	Sangat setuju	32	32%
Total		100	100%

Sumber : Hasil penelitian 2020 (data diolah)

Berdasarkan hasil data di atas menunjukkan bahwa jawaban responden pada pernyataan sepeda motor Honda mempunyai desain yang mudah saat proses pemasangan sparepart sebanyak 1 responden atau 1% yang menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 3 responden atau 3% yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 24 responden atau 24% yang menyatakan netral, sebanyak 40 responden atau 40% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 32 responden atau 32% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil data pada pernyataan responden, maka sebagian besar responden menjawab setuju yaitu sebanyak 40 responden atau 40%. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden setuju sepeda motor Honda mempunyai desain yang mudah saat proses pemasangan sparepart.

4. Indikator Harga (X4)

a. Harga Terjangkau

Tabel 4.29

Sepeda motor Honda yang saya gunakan memiliki harga yang terjangkau

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	-	-
2	Tidak setuju	-	-
3	Netral	18	18%
4	Setuju	49	49%
5	Sangat setuju	33	33%
Total		100	100%

Sumber : Hasil penelitian 2020 (data diolah)

Berdasarkan hasil data di atas menunjukkan bahwa jawaban responden pada pernyataan sepeda motor Honda yang saya gunakan memiliki harga yang terjangkau sebanyak 18 responden atau 18% yang menyatakan netral, sebanyak 49 responden atau 49% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 33 responden atau 33% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil data pada pernyataan responden, maka sebagian besar responden menjawab setuju yaitu sebanyak 49 responden atau 49%. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden setuju terhadap pernyataan sepeda motor Honda yang saya gunakan memiliki harga yang terjangkau

Tabel 4.30

Dengan berbagai macam harga sepeda motor Honda sangat mudah dimiliki oleh masyarakat

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	-	-
2	Tidak setuju	1	1%
3	Netral	17	17%
4	Setuju	49	49%
5	Sangat setuju	33	33%
Total		100	100%

Sumber : Hasil penelitian 2020 (data diolah)

Berdasarkan hasil data di atas menunjukkan bahwa jawaban responden pada pernyataan dengan berbagai macam harga sepeda motor Honda sangat mudah dimiliki oleh masyarakat sebanyak 1 responden atau 1% yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 17 responden atau 17% yang menyatakan netral, sebanyak 49 responden atau 49% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 33 responden atau 33% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil data pada pernyataan responden, maka sebagian besar responden menjawab setuju yaitu sebanyak 49 responden atau 49%. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden setuju terhadap pernyataan dengan berbagai macam harga sepeda motor Honda sangat mudah dimiliki oleh masyarakat.

b. Harga bersaing

Tabel 4.31

Harga sepeda motor Honda mampu bersaing dengan para pesaing sepeda motor dari produk lain

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	-	-
2	Tidak setuju	1	1%
3	Netral	19	19%
4	Setuju	42	42%
5	Sangat setuju	37	37%
Total		100	100%

Sumber : Hasil penelitian 2020 (data diolah)

Berdasarkan hasil data di atas menunjukkan bahwa jawaban responden pada pernyataan harga sepeda motor Honda mampu bersaing dengan para pesaing sepeda motor dari produk lain sebanyak 1 responden atau 1% yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 19 responden atau 19% yang menyatakan netral, sebanyak 42 responden atau 42% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 27 responden atau 37% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil data pada pernyataan responden, maka sebagian besar responden menjawab setuju yaitu sebanyak 42 responden atau 42%. Dalam hal ini menunjukkan bahwa

responden setuju terhadap pernyataan harga sepeda motor Honda mampu bersaing dengan para pesaing sepeda motor dari produk lain.

c. Harga sesuai Kualitas

Tabel 4.32

Harga sepeda motor Honda yang saya gunakan sesuai dengan kualitas produk yang diberikan

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	-	-
2	Tidak setuju	-	-
3	Netral	13	13%
4	Setuju	48	48%
5	Sangat setuju	39	39%
Total		100	100%

Sumber : Hasil penelitian 2020 (data diolah)

Berdasarkan hasil data di atas menunjukkan bahwa jawaban responden pada pernyataan harga sepeda motor Honda yang saya gunakan sesuai dengan kualitas produk yang diberikan sebanyak 13 responden atau 13% yang menyatakan netral, sebanyak 48 responden atau 48% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 39 responden atau 39% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil data pada pernyataan responden, maka sebagian besar responden menjawab setuju yaitu

sebanyak 48 responden atau 48%. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden setuju terhadap pernyataan harga sepeda motor Honda yang saya gunakan sesuai dengan kualitas produk yang diberikan.

d. Harga sesuai Manfaat

Tabel 4.33

Harga sepeda motor Honda sesuai dengan manfaat yang saya inginkan saat digunakan

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	-	-
2	Tidak setuju	2	2
3	Netral	17	17%
4	Setuju	44	44%
5	Sangat setuju	37	37%
Total		100	100%

Sumber : Hasil penelitian 2020 (data diolah)

Berdasarkan hasil data di atas menunjukkan bahwa jawaban responden pada pernyataan harga sepeda motor Honda sesuai dengan manfaat yang saya inginkan saat digunakan sebanyak 2 responden atau 2% yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 17 responden atau 17% yang menyatakan netral, sebanyak 44 responden atau 44% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 37 responden atau 37% yang menyatakan sangat

setuju. Berdasarkan hasil data pada pernyataan responden, maka sebagian besar responden menjawab setuju yaitu sebanyak 44 responden atau 44%. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden setuju terhadap pernyataan harga sepeda motor Honda sesuai dengan manfaat yang saya inginkan saat digunakan.

Tabel 4.34

Menurut saya sepeda motor Honda memudahkan penggunaanya saat berkendara

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	1	1
2	Tidak setuju	-	-
3	Netral	19	19%
4	Setuju	49	49%
5	Sangat setuju	31	31%
Total		100	100%

Sumber : Hasil penelitian 2020 (data diolah)

Berdasarkan hasil data di atas menunjukkan bahwa jawaban responden pada pernyataan menurut saya sepeda motor Honda memudahkan penggunaanya saat berkendara sebanyak 1 responden atau 1% yang menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 19 responden atau 19% yang menyatakan netral, sebanyak 49 responden atau 49% yang

menyatakan setuju, dan sebanyak 31 responden atau 31% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil data pada pernyataan responden, maka sebagian besar responden menjawab setuju yaitu sebanyak 49 responden atau 49%. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden setuju terhadap pernyataan menurut saya sepeda motor Honda memudahkan penggunaanya saat berkendara.

e. Daya Beli

Tabel 4.35

Harga sepeda motor Honda sesuai dengan pendapatan yang didapat

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	-	-
2	Tidak setuju	4	4%
3	Netral	19	19%
4	Setuju	46	46%
5	Sangat setuju	31	31%
Total		100	100%

Sumber : Hasil penelitian 2020 (data diolah)

Berdasarkan hasil data di atas menunjukkan bahwa jawaban responden pada pernyataan harga sepeda motor Honda sesuai dengan pendapatan yang didapat sebanyak 4 responden atau 4% yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 19 responden atau 19% yang

menyatakan netral, sebanyak 46 responden atau 46% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 31 responden atau 31% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil data pada pernyataan responden, maka sebagian besar responden menjawab setuju yaitu sebanyak 46 responden atau 46%. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden setuju harga sepeda motor Honda sesuai dengan pendapatan yang didapat.

f. Persepsi Harga terhadap Produk

Tabel 4.36

Sepeda motor Honda dapat dijual kembali dengan tetap mendapatkan nilai jual yang tinggi

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	2	2%
2	Tidak setuju	1	1%
3	Netral	21	21%
4	Setuju	46	46%
5	Sangat setuju	30	30%
Total		100	100%

Sumber : Hasil penelitian 2020 (data diolah)

Berdasarkan hasil data di atas menunjukkan bahwa jawaban responden pada pernyataan sepeda motor Honda dapat dijual kembali dengan tetap mendapatkan nilai jual yang tinggi sebanyak 2 responden

atau 2% yang menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 1 responden atau 1% yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 21 responden atau 21% yang menyatakan netral, sebanyak 46 responden atau 46% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 30 responden atau 30% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil data pada pernyataan responden, maka sebagian besar responden menjawab setuju yaitu sebanyak 46 responden atau 46%. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden setuju sepeda motor Honda dapat dijual kembali dengan tetap mendapatkan nilai jual yang tinggi.

5. Indikator Keputusan Pembelian (Y)

a. Kebutuhan

Tabel 4.37

Sepeda motor Honda salah satu jenis motor yang sesuai untuk medan dan kondisi jalan yang dilewati khususnya terdapat sedikit tanjakan dan jalan beraspal

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	-	-
2	Tidak setuju	2	2%
3	Netral	21	21%
4	Setuju	50	50%
5	Sangat setuju	27	27%

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

Sumber : Hasil penelitian 2020 (data diolah)

Berdasarkan hasil data di atas menunjukkan bahwa jawaban responden pada pernyataan sepeda motor Honda salah satu jenis motor yang sesuai untuk medan dan kondisi jalan yang dilewati khususnya terdapat sedikit tanjakan dan jalan beraspal sebanyak 2 responden atau 2% yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 21 responden atau 21% yang menyatakan netral, sebanyak 50 responden atau 50% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 27 responden atau 27% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil data pada pernyataan responden, maka sebagian besar responden menjawab setuju yaitu sebanyak 50 responden atau 50%. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden setuju sepeda motor Honda salah satu jenis motor yang sesuai untuk medan dan kondisi jalan yang dilewati khususnya terdapat sedikit tanjakan dan jalan beraspal.

b. Kepuasan

Tabel 4.38

Saya merasa puas dengan kinerja mesin pada sepeda motor Honda

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	1	1%
2	Tidak setuju	1	1%

3	Netral	22	22%
4	Setuju	45	45%
5	Sangat setuju	31	31%
Total		100	100%

Sumber : Hasil penelitian 2020 (data diolah)

Berdasarkan hasil data di atas menunjukkan bahwa jawaban responden pada pernyataan saya merasa puas dengan kinerja mesin pada sepeda motor Honda sebanyak 1 responden atau 1% yang menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 1 responden atau 1% yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 22 responden atau 22% yang menyatakan netral, sebanyak 45 responden atau 45% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 31 responden atau 31% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil data pada pernyataan responden, maka sebagian besar responden menjawab setuju yaitu sebanyak 45 responden atau 45%. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden setuju terhadap pernyataan saya merasa puas dengan kinerja mesin pada sepeda motor Honda.

Tabel 4.39

Saya merasa puas menggunakan sepeda motor Honda dan selalu setia memilih sepeda motor Honda di masa mendatang

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	2	2%
2	Tidak setuju	1	1%
3	Netral	30	30%
4	Setuju	43	43%
5	Sangat setuju	24	24%
Total		100	100%

Sumber : Hasil penelitian 2020 (data diolah)

Berdasarkan hasil data di atas menunjukkan bahwa jawaban responden pada pernyataan saya merasa puas menggunakan sepeda motor Honda dan selalu setia memilih sepeda motor Honda di masa mendatang sebanyak 2 responden atau 2% yang menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 1 responden atau 1% yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 30 responden atau 30% yang menyatakan netral, sebanyak 43 responden atau 43% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 24 responden atau 24% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil data pada pernyataan responden, maka sebagian besar responden menjawab setuju yaitu sebanyak 43 responden atau 43%. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden setuju pada pernyataan saya merasa puas menggunakan sepeda motor Honda dan selalu setia memilih sepeda motor Honda di masa mendatang.

c. Sikap Orang lain

Tabel 4.40

Saya membeli sepeda motor Honda karena banyak orang-orang yang menggunakannya

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	4	4%
2	Tidak setuju	5	5%
3	Netral	24	24%
4	Setuju	37	37%
5	Sangat setuju	30	30%
Total		100	100%

Sumber : Hasil penelitian 2020 (data diolah)

Berdasarkan hasil data di atas menunjukkan bahwa jawaban responden pada pernyataan saya membeli sepeda motor Honda karena banyak orang-orang yang menggunakannya sebanyak 4 responden atau 4% yang menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 5 responden atau 5% yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 24 responden atau 24% yang menyatakan netral, sebanyak 37 responden atau 37% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 30 responden atau 30% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil data pada pernyataan responden, maka sebagian besar responden menjawab setuju yaitu sebanyak 37 responden atau 30%.

Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden setuju terhadap pernyataan saya membeli sepeda motor Honda karena banyak orang-orang yang menggunakannya.

d. Manfaat

Tabel 4.41

Sepeda motor Honda sangat bermanfaat bagi konsumen karena irit, ramah lingkungan sehingga cocok untuk keperluan sehari-hari.

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	1	1%
2	Tidak setuju	-	-
3	Netral	17	17%
4	Setuju	44	44%
5	Sangat setuju	38	38%
Total		100	100%

Sumber : Hasil penelitian 2020 (data diolah)

Berdasarkan hasil data di atas menunjukkan bahwa jawaban responden pada pernyataan sepeda motor Honda sangat bermanfaat bagi konsumen karena irit, ramah lingkungan sehingga cocok untuk keperluan sehari-hari sebanyak 1 responden atau 1% yang menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 17 responden atau 17% yang menyatakan netral, sebanyak 44 responden atau 44% yang menyatakan setuju, dan sebanyak

38 responden atau 38% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil data pada pernyataan responden, maka sebagian besar responden menjawab setuju yaitu sebanyak 44 responden atau 44%. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden setuju sepeda motor Honda sangat bermanfaat bagi konsumen karena irit, ramah lingkungan sehingga cocok untuk keperluan sehari-hari.

Tabel 4.42

Sepeda motor Honda dirancang dengan konsep yang *stylish, fun*, serta hemat bahan bakar sehingga dapat dipakai untuk semua kalangan

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	-	-
2	Tidak setuju	1	1%
3	Netral	21	21%
4	Setuju	42	42%
5	Sangat setuju	36	36%
Total		100	100%

Sumber : Hasil penelitian 2020 (data diolah)

Berdasarkan hasil data di atas menunjukkan bahwa jawaban responden pada pernyataan sepeda motor Honda dirancang dengan konsep yang *stylish, fun*, serta hemat bahan bakar sehingga dapat dipakai untuk semua kalangan sebanyak 1 responden atau 1% yang menyatakan

tidak setuju, sebanyak 21 responden atau 21% yang menyatakan netral, sebanyak 42 responden atau 42% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 36 responden atau 36% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil data pada pernyataan responden, maka sebagian besar responden menjawab setuju yaitu sebanyak 42 responden atau 42%. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden setuju sepeda motor Honda dirancang dengan konsep yang *stylish, fun*, serta hemat bahan bakar sehingga dapat dipakai untuk semua kalangan.

e. Publik

Tabel 4.43

Saya memperoleh banyak informasi langsung dari dealer Honda yang berkaitan tentang fitur dan kelengkapan sepeda motor.

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	1	1%
2	Tidak setuju	1	1%
3	Netral	26	26%
4	Setuju	41	41%
5	Sangat setuju	31	31%
Total		100	100%

Sumber : Hasil penelitian 2020 (data diolah)

Berdasarkan hasil data di atas menunjukkan bahwa jawaban responden pada pernyataan saya memperoleh banyak informasi langsung dari dealer Honda yang berkaitan tentang fitur dan kelengkapan sepeda motor sebanyak 1 responden atau 1% yang menyatakan sangat tidak setuju dan tidak setuju, sebanyak 26 responden atau 26% yang menyatakan netral, sebanyak 41 responden atau 41% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 31 responden atau 31% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil data pada pernyataan responden, maka sebagian besar responden menjawab setuju yaitu sebanyak 41 responden atau 41%. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden setuju terhadap pernyataan saya memperoleh banyak informasi langsung dari dealer Honda yang berkaitan tentang fitur dan kelengkapan sepeda motor.

Tabel 4.44

Saya memperoleh informasi tentang kelebihan dan kekurangan sepeda motor Honda dari karyawan marketing motor honda

No	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat tidak setuju	1	1%
2	Tidak setuju	4	4%
3	Netral	26	26%
4	Setuju	43	43%
5	Sangat setuju	26	26%

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

Sumber : Hasil penelitian 2020 (data diolah)

Berdasarkan hasil data di atas menunjukkan bahwa jawaban responden pada pernyataan saya memperoleh informasi tentang kelebihan dan kekurangan sepeda motor Honda dari karyawan marketing motor honda sebanyak 1 responden atau 1% yang menyatakan sangat tidak setuju, sebanyak 4 responden atau 4% yang menyatakan tidak setuju, sebanyak 26 responden atau 26% yang menyatakan netral, sebanyak 43 responden atau 43% yang menyatakan setuju, dan sebanyak 26 responden atau 26% yang menyatakan sangat setuju. Berdasarkan hasil data pada pernyataan responden, maka sebagian besar responden menjawab setuju yaitu sebanyak 43 responden atau 43%. Dalam hal ini menunjukkan bahwa responden setuju terhadap pernyataan saya memperoleh informasi tentang kelebihan dan kekurangan sepeda motor Honda dari karyawan marketing motor honda.

Berdasarkan data pernyataan yang diberikan kepada setiap responden, yang mana variabel keputusan pembelian dengan beberapa indikator, maka untuk jawaban responden yang tertinggi menyatakan sangat setujusebanyak 48 responden dengan persentase 48%, pada pernyataannya yaitu nama produk Honda mudah di ingat dan tidak sulit untuk diucapkan dengan dilatarbelakangi oleh citra merek, kualitas

produk, desain dan harga, selanjutnya untuk jawaban responden yang tertinggi menyatakan setuju sebanyak 59 responden dengan persentase 59% pada pernyataannya yaitu sepeda motor Honda mempunyai reputasi yang baik di masyarakat dengan dilatarbelakangi oleh citra merek, kualitas produk, desain dan harga, untuk jawaban responden yang tertinggi menyatakan netral yaitu sebanyak 31 responden dengan persentase 31% , pada pernyataannya yaitu sepeda motor Honda mempunyai desain yang terlihat lebih mewah dari produk yang lain dengan dilatarbelakangi oleh citra merek, kualitas produk, desain dan harga, dan untuk jawaban responden selanjutnya yang tertinggi menyatakan tidak setuju yaitu sebanyak 5 responden dengan persentase 5% dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 4 responden dengan persentase 4% pada pernyataannya yaitu saya membeli sepeda motor Honda karena banyak orang-orang yang menggunakannya dengan dilatarbelakangi oleh citra merek, kualitas produk, desain dan harga

6. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui ketepatan/ keabsahan/ kecermatan pada item pertanyaan untuk mengukur variabel yang diteliti. Uji ini dapat dilakukan dengan menggunakan korelasi *product*, yakni mengkorelasikan antara skor masing-masing item dengan skor total. (A. W. Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016, hlm. 97). Jika pengukuran atau apa yang

diukur sesuai dengan aturan yang berlaku, maka skala tersebut dikatakan valid atau benar. Jadi validasi tersebut berkaitan dengan kebenaran pada pengukuran yang dilakukan. (Amir dkk., 2009, hlm. 143). Taraf signifikansi (α) = 5%, derajat kebebasan yaitu $df = N - 2$, dengan jumlah responden 100 maka $df = 98$ dan diperoleh tabel r sebesar 0,1966. Dapat dinyatakan valid apabila koefisien korelasi pada item total harus nilainya lebih besar dari tabel r . Berikut hasil dari uji validitas dengan bantuan SPSS 22 *for windows*.

Tabel 4.45

Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (X1)

Item	Item-total <i>correlaton</i>	R Tabel	Keterangan
Citra Merek (X1)			
X1_1	0,685	0,196	Valid
X1_2	0,659	0,196	Valid
X1_3	0,651	0,196	Valid
X1_4	0,769	0,196	Valid
X1_5	0,819	0,196	Valid
X1_6	0789	0,196	Valid
X1_7	0769	0,196	Valid
X1_8	0,738	0,196	Valid

Sumber : Hasil penelitian 2020 (data diolah)

Dari hasil uji validitas untuk variabel citra merek (X1) di atas dapat dilihat bahwa nilai pada R Hitung yaitu (0,685), (0,659), (0,651), (0,769), (0,819), (0,789), (0,769) dan (0,738) berada di atas r tabel yaitu sebesar 0,196. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pertanyaan pada variabel citra merek (X1) dinyatakan valid.

Tabel 4.46

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X2)

Item	Item-total <i>correlaton</i>	R Tabel	Keterangan
Kualitas Produk (X2)			
X2_1	0,797	0,196	Valid
X2_2	0,729	0,196	Valid
X2_3	0,687	0,196	Valid
X2_4	0,795	0,196	Valid
X2_5	0,784	0,196	Valid
X2_6	0,808	0,196	Valid
X2_7	0,745	0,196	Valid
X2_8	0,772	0,196	Valid

Sumber :Hasil penelitian 2020 (data diolah)

Dari hasil uji validitas pada variabel kualitas produk (X2) di atas dapat dilihat bahwa R Hitung yaitu sebesar (0,797), (0,729), (0,687), (0,795),

(0,784), (0,808), (0,745), dan (0,772) berada di atas r tabel yaitu 0,196. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada pertanyaan variabel kualitas produk (X2) dinyatakan valid.

Tabel 4.47

Hasil Uji Validitas Variabel Desain (X3)

Item	Item-total <i>correlaton</i>	R Tabel	Keterangan
Desain (X3)			
X3_1	0,876	0,196	Valid
X3_2	0,853	0,196	Valid
X3_3	0,762	0,196	Valid
X3_4	0,750	0,196	Valid
X3_5	0,802	0,196	Valid
X3_6	0,817	0,196	Valid
X3_7	0,813	0,196	Valid
X3_8	0,762	0,196	Valid

Sumber : Hasil penelitian 2020 (data diolah)

Dari hasil uji validitas pada variabel desain (X3) di atas dapat dilihat bahwa R Hitung yaitu sebesar (0,876), (0,853), (0,762), (0,750), (0,802), (0,817), (0,813), dan (0,762) berada di atas r tabel yaitu 0,196. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada pertanyaan variabel desain (X3) dinyatakan valid.

Tabel 4.48
Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X4)

Item	Item-total <i>correlaton</i>	R Tabel	Keterangan
Harga (X4)			
X4_1	0,795	0,196	Valid
X4_2	0,802	0,196	Valid
X4_3	0,753	0,196	Valid
X4_4	0,768	0,196	Valid
X4_5	0,797	0,196	Valid
X4_6	0,808	0,196	Valid
X4_7	0,826	0,196	Valid
X4_8	0,692	0,196	Valid

Sumber :Hasil penelitian 2020 (data diolah)

Dari hasil uji validitas pada variabel harga (X4) di atas dapat dilihat bahwa R Hitung yaitu sebesar (0,795), (0,802), (0,753), (0,768), (0,797), (0,808), (0,826), dan (0,692) berada di atas r tabel yaitu 0,196. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada pertanyaan variabel harga (X4) dinyatakan valid.

Tabel 4.49

Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Item	Item-total <i>correlaton</i>	R Tabel	Keterangan
Keputusan Pembelian (Y)			
Y_1	0,796	0,196	Valid
Y_2	0,795	0,196	Valid
Y_3	0,824	0,196	Valid
Y_4	0,722	0,196	Valid
Y_5	0,795	0,196	Valid
Y_6	0,765	0,196	Valid
Y_7	0,784	0,196	Valid
Y_8	0,854	0,196	Valid

Sumber :Hasil penelitian 2020 (data diolah)

Dari hasil uji validitas pada variabel keputusan pembelian (Y) di atas dapat dilihat bahwa R Hitung yaitu sebesar (0,796), (0,795), (0,824), (0,722), (0,795), (0,765), (0,784), dan (0,854) berada di atas r tabel yaitu 0,196. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada pertanyaan variabel keputusan pembelian (Y) dinyatakan valid.

Uji reliabilitas adalah uji yang bertujuan untuk mengetahui tingkat kepercayaan atau kehandalan pada item pertanyaan dalam mengukur variabel

yang akan diteliti. Apabila hasil dari pengujian instrumen menunjukkan hasil yang konstan atau relatif tetap, maka instrumen penelitian tersebut mempunyai tingkat kepercayaan yang tinggi. Oleh karena itu, masalah reliabilitas berkaitan dengan keakuratan hasil.(A. W. Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016, hlm. 97). Uji reliabilitas instrumen dilakukan dengan menggunakan teknik Cronbach's Alpha. Reliabilitas suatu variabel dapat dikatakan baik apabila mempunyai nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$. (Penyusun, 2015, hlm. 24). Berikut hasil perhitungan nilai koefisien reliabilitas untuk instrumen penelitian sebagai berikut :

Tabel 4.50

Uji Reliabilitas Citra Merek (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,877	8

Sumber : Data SPSS 22 for windows

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari pengujian reliabilitas instrument penelitian, maka nilai pada Cronbach's Alpha yaitu $0,877 > 0,60$ yang menunjukkan bahwa hasilnya adalah reliabel.

Tabel 4.51**Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X2)****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,898	8

Sumber : Data SPSS 22 for windows

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari pengujian reliabilitas instrument penelitian, maka nilai pada Cronbach's Alpha yaitu $0,898 > 0,60$ yang menunjukkan bahwa hasilnya adalah reliabel

Tabel 4.52**Uji Reliabilitas Desain (X3)****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,922	8

Sumber : Data SPSS 22 for windows

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari pengujian reliabilitas instrument penelitian, maka nilai pada Cronbach's Alpha yaitu $0,922 > 0,60$ yang menunjukkan bahwa hasilnya adalah reliabel.

Tabel 4.53**Uji Reliabilitas Harga (X4)****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,906	8

Sumber : Data SPSS 22 for windows

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari pengujian reliabilitas instrument penelitian, maka nilai pada Cronbach's Alpha yaitu $0,906 > 0,60$ yang menunjukkan bahwa hasilnya adalah reliabel.

Tabel 4.54

Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,912	8

B Sumber : Data SPSS 22 for windows

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari pengujian reliabilitas instrument penelitian, maka nilai pada Cronbach's Alpha yaitu $0,912 > 0,60$ yang menunjukkan bahwa hasilnya adalah reliabel.

7. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk melihat apakah nilai residual berdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi dikatakan baik ketika nilai residual yang terdistribusi secara normal. Oleh karena itu, uji normalitas bukan dilakukan pada setiap variabel, melainkan dilakukan pada nilai residualnya. (A. Kurniawan, 2014, hlm. 156). Tujuan pengujian ini adalah untuk mengetahui distribusi data pada variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Dalam uji normalitas data dapat dilihat

dengan menggunakan uji Normal Kolmogorov-Smirnov.(Sujarweni, 2015 hlm. 52)

Tabel 4.55

Uji Normalitas K-S

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal	Mean	,0000000
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	2,67958389
Most Extreme	Absolute	,054
Differences	Positive	,054
	Negative	-,042
Test Statistic		,054
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data SPSS 22 for windows

Jika Sig > 0,05 maka data berdistribusi normal

Jika Sig < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal

Interpretasi dari hasil yang digunakan dengan cara ini secara keseluruhan (dilihat dari nilai residual) , data mempunyai distribusi yang normal, karena mempunyai nilai yang sig di atas alpha 0,05 yaitu sebesar 0,200.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan (korelasi) yang signifikan pada variabel independen (bebas). Apabila terdapat hubungan yang signifikan, maka terdapat aspek yang diukur pada variabel independen (bebas) adalah sama. (Gunawan, 2015, hlm. 92). Selain itu, pengujian ini juga dapat menghindari terjadinya kebiasaan saat proses pengambilan keputusan yang berkaitan dengan pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika VIF yang didapat dibawah < 10 dan nilai tolerance diatas $> 0,1$ maka multikolinieritas tidak akan terjadi. (Sujarweni, 2015b, hlm. 185).

Tabel 4.56

Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-1,672	2,169		-,771	,443		
Citra Merek	,004	,124	,003	,030	,976	,243	4,118
Kualitas Produk	,346	,122	,300	2,822	,006	,235	4,262
Desain	,342	,102	,334	3,358	,001	,268	3,725
Harga	,338	,098	,301	3,438	,001	,347	2,878

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data SPSS 23 for windows

Interpretasi dari hasil diatas dapat terlihat sebagai berikut:

Variabel citra merek (X1) nilai tolerance yaitu 0,243 dan nilai VIF 4,118.

Variabel kualitas produk (X2) nilai tolerance yaitu 0,235 dan nilai VIF 4,262.

Variabel desain (X3) nilai tolerance yaitu 0,268 dan nilai VIF 3,725.

Variabel harga (X4) nilai tolerance yaitu 0,347 dan nilai VIF 2,878.

Berdasarkan hasil data diatas dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi gejala multikolinieritas. Hal ini karena nilai tolerance yang dihasilkan diatas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10.

c. Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah uji yang bertujuan untuk mengetahui kondisi terjadinya korelasi pada residual dalam pengamatan satu dengan pengamatan yang lainnya, dan disusun sesuai deret waktunya. Dalam model regresi yang baik tidak membutuhkan adanya masalah autokorelasi dengan metode uji Durbin Watson. (A. Kurniawan, 2014, hlm. 158). Dalam pengambilan keputusan uji autokorelasi Durbin Watson terdapat beberapa kriteria, yaitu :

- 1) Angka D-W di bawah -2 yaitu ada autokorelasi positif.
- 2) Angka D-W di antara -2 dan +2 yaitu tidak ada autokorelasi.
- 3) Angka D-W di atas +2 yaitu ada autokorelasi negatif. (Sujarweni, 2015, hlm. 159)

Tabel 4.57**Uji Autokorelasi****Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,865 ^a	,748	,737	2,735	2,140

a. Predictors: (Constant), Harga, Citra Merek, Desain, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data SPSS 22 for windows

Berdasarkan tabel di atas maka didapatkan nilai 2,140 yang berarti tidak terjadi autokorelasi karena angka D-W di antara -2 dan +2.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik yaitu non heteroskedastisitas atau tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. (A. Kurniawan, 2014, hlm. 158).

Tabel 4.58**Uji Heteroskedastisitas****Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4,071	1,255		3,243	,002
Citra Merek	-,006	,072	-,017	-,083	,934
Kualitas Produk	-,086	,071	-,253	-1,218	,226
Desain	,033	,059	,110	,567	,572
Harga	,000	,057	,001	,008	,994

a. Dependent Variable: Abs_Res

Sumber : Data SPSS 22 for windows

Interpretasi dari hasil tabel di atas sebagai berikut :

Sig citra merek (X1) = 0,934

Sig kualitas produk (X2) = 0,226

Sig desain (X3) = 0,572

Sig harga (X4) = 0,994

Berdasarkan hasil yang di atas bahwa variabel independen yaitu X1 (citra merek), X2 (kualitas produk), X3 (desain), dan X4 (harga) semuanya $> 0,05$ yang berarti tidak signifikan. Dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

8. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda merupakan suatu teknik model regresi apabila terdapat variabel bebas yang lebih dari satu untuk mengadakan prediksi pada variabel terikat. (Arikunto, 2013, hlm. 338). Analisis ini digunakan untuk menguji suatu kebenaran hipotesis yang diajukan pada penelitian ini dengan model sebagai berikut :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + e$$

Keterangan :

Y : Keputusan Pembelian

X1 : Citra Merek

X2 : Kualitas Produk

X3 : Desain

X4 : Harga

a : Nilai Konstanta

b_1 : Koefisien Citra Merek

b_2 : Koefisien

b_3 : Koefisien

b_4 : Koefisien

e : Error

Tabel 4.59
Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1,672	2,169		-,771	,443
Citra Merek	,004	,124	,003	,030	,976
Kualitas Produk	,346	,122	,300	2,822	,006
Desain	,342	,102	,334	3,358	,001
Harga	,338	,098	,301	3,438	,001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data SPSS 22 for windows

Persamaan regresi

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + e$$

$$Y = -1,672 + 0,004x_1 + 0,346x_2 + 0,342x_3 + 0,338x_4 + 2,169$$

Perhitungan pada persamaan regresi linear berganda di atas, nilai konstanta sebesar -1,672, hal ini berarti jika tidak ada perubahan pada variabel X1 (citra merek), X2 (kualitas produk), X3 (desain), dan X4 (harga) yang mempengaruhi maka keputusan pembelian sepeda motor honda -1,672.

Variabel X1 (citra merek) adalah variabel yang diduga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda. Pengaruhnya sebesar 0,004. Hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel citra merek ditingkatkan

1% maka keputusan pembelian sepeda motor akan meningkat sebesar 0,4%. Sebaliknya jika variabel citra merek diturunkan sebesar 1% maka akan diikuti juga dengan menurunnya keputusan pembelian sepeda motor sebesar 0,4% dengan asumsi bahwa variabel lain konstan.

Variabel X2 (kualitas produk) adalah variabel yang diduga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda. Pengaruhnya sebesar 0,346, hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel kualitas produk ditingkatkan 1% maka keputusan pembelian sepeda motor akan meningkat sebesar 34,6 %. Sebaliknya jika variabel kualitas produk diturunkan sebesar 1% maka akan diikuti juga dengan menurunnya keputusan pembelian sepeda motor sebesar 34,6% dengan asumsi bahwa variabel lain konstan.

Variabel X3 (desain) adalah variabel yang diduga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda. Pengaruhnya sebesar 0,342, hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel desain ditingkatkan 1% maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 34,2%. Sebaliknya jika variabel desain diturunkan sebesar 1% maka akan diikuti juga dengan menurunnya keputusan pembelian sepeda motor sebesar 34,2% dengan asumsi bahwa variabel lain konstan.

Variabel X4 (harga) adalah variabel yang diduga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda. Pengaruhnya sebesar 0,338, hal ini menunjukkan bahwa apabila variabel harga ditingkatkan 1% maka keputusan pembelian sepeda motor akan meningkat sebesar 33,8%. Sebaliknya jika

variabel harga diturunkan sebesar 1% maka akan diikuti juga dengan menurunnya keputusan pembelian sepeda motor sebesar 33,8% dengan asumsi bahwa variabel lain konstan.

Data yang sudah didapat kemudian akan dianalisis menggunakan *SPSS 22 for windows* dengan hasil sebagai berikut :

a. Pengujian Regresi secara Parsial (Uji T)

Uji T bertujuan untuk melihat ada tidaknya pengaruh variabel-variabel bebas, yaitu citra merek, kualitas produk, desain, dan harga terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian secara parsial. Adapun cara-caranya sebagai berikut :

Cara 1 :

Jika $\text{sig} > 0,05$ maka H_0 diterima

Jika $\text{sig} < 0,05$ maka H_0 ditolak

Cara 2 :

Jika $-t \text{ tabel} < t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka H_0 diterima

Jika $t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$ dan $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak

Uji T dilakukan dengan cara membandingkan nilai t hitung yang diperoleh pada tabel 4.59 di atas dengan $T \text{ Tabel} = t(\alpha / 2 ; n - k - 1) = t(0,05/2 ; 100 - 4 - 1) = (0,025 ; 95) = 1,98525$

Tabel 4.60
Hasil Uji T (Parsial)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1,672	2,169		-,771	,443
Citra Merek	,004	,124	,003	,030	,976
Kualitas Produk	,346	,122	,300	2,822	,006
Desain	,342	,102	,334	3,358	,001
Harga	,338	,098	,301	3,438	,001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data SPSS 22 for windows

1) Pengujian hipotesis variabel citra merek (X1)

- a) Dari hasil tabel diatas variabel citra merek (X1) mempunyai nilai sig adalah $0,976 > 0,05$ maka H_0 diterima.
- b) $T \text{ tabel} = t(\alpha/2 ; n - k - 1) = t(0,05/2 ; 100 - 4 - 1) = (0,025 ; 95) = 1,985$ dan $T \text{ hitung} = 0,030$ yang artinya $T \text{ hitung} 0,030 < T \text{ tabel} 1,985$ yang bahwa H_0 diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel citra merek (X1) secara parsial tidak ada pengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda.

2) Pengujian hipotesis variabel kualitas produk (X2)

- a) Dari hasil tabel di atas variabel kualitas produk (X2) mempunyai nilai sig adalah $0,006 < 0,05$ maka H_0 ditolak.
- b) $T \text{ tabel} = t (\alpha/2 ; n - k - 1) = t (0,05/2 ; 100 - 4 - 1) = (0,025 ; 95) = 1,985$ dan $T \text{ hitung} = 2,822$ yang artinya $T \text{ hitung } 2,822 > T \text{ tabel } 1,985$ yang berarti H_0 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X2) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda.

3) Pengujian hipotesis variabel desain (X3)

- a) Dari hasil tabel di atas variabel desain (X3) mempunyai nilai sig adalah $0,001 < 0,05$ maka H_0 ditolak
- b) $T \text{ tabel} = t (\alpha/2 ; n - k - 1) = t (0,05/2 ; 100 - 4 - 1) = (0,025 ; 95) = 1,985$ dan $T \text{ hitung} = 3,358$ yang artinya $T \text{ hitung } 3,358 > T \text{ tabel } 1,985$ yang berarti H_0 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel desain (X3) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda.

4) Pengujian hipotesis variabel harga (X4)

- a) Dari hasil tabel di atas variabel harga (X4) mempunyai nilai sig adalah $0,001 < 0,05$ maka H_0 ditolak.
- b) $T \text{ tabel} = t (\alpha/2 ; n - k - 1) = t (0,05/2 ; 100 - 4 - 1) = (0,025 ; 95) = 1,985$ dan $T \text{ hitung} = 3,438$ yang artinya $T \text{ hitung } 3,438 > T$

tabel 1,985 yang berarti H_0 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel harga (X4) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda.

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan dengan uji t (parsial) maka variabel kualitas produk (X2) yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda dengan hasil tertinggi *unstandardized coefficients* sebesar 0,346 dengan taraf sig sebesar 0,006.

b. Pengujian regresi secara simultan (Uji F)

Uji simultan (Uji F) dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pada variabel bebas, yaitu citra merek, kualitas produk, desain dan harga secara bersama sama terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian.

Tabel 4.61

Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2105,003	4	526,251	70,331	,000 ^b
Residual	710,837	95	7,482		
Total	2815,840	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Harga, Citra Merek, Desain, Kualitas Produk

Sumber : Data SPSS 20 for windows

Cara 1

Jika $\text{sig} > 0,05$ maka H_0 diterima

Jika $\text{sig} < 0,05$ maka H_0 ditolak

Nilai sig yang diperoleh dari data di atas sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak.

Cara 2

F hitung $<$ F tabel maka H_0 diterima

F hitung $>$ F tabel maka H_0 ditolak

Dari hasil uji F dengan menggunakan *SPSS 22 for windows* berdasarkan tabel di atas didapat F hitung sebesar 70,331. Berdasarkan tabel F dengan taraf signifikansinya (α) = 5% , F tabel dihitung dengan cara $df\ 1 = k - 1$ dan $df\ 2 = n - k - 1$. Dengan demikian $df\ 1 = 5 - 1 = 4$, $df\ 2 = 100 - 4 - 1 = 95$, maka F tabel yang diperoleh sebesar 2,47. Maka F hitung $70,331 >$ F tabel 2,47 yang berarti H_0 ditolak. Jadi secara simultan terdapat pengaruh citra merek, kualitas produk, desain dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.62

Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,865 ^a	,748	,737	2,735

a. Predictors: (Constant), Harga, Citra Merek, Desain, Kualitas Produk

Sumber : Data SPSS 22 for windows

Dari tabel di atas, didapatkan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,748 atau 74,8% hal ini menunjukkan bahwa 74,8% keputusan pembelian sepeda motor honda dipengaruhi oleh citra merek, kualitas produk, desain dan harga. Sedangkan 25,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

C. Analisis Data

1. Pengaruh secara parsial citra merek, kualitas produk, desain dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda Honda di CV. Trio Motor Muara Teweh

Dapat dikatakan bahwa hasil penelitian ini sama dengan yang dilakukan oleh Adhila Ukhtina Utami (2016), karena hasil penelitian yang dilakukan menyimpulkan bahwa citra merek atau *brand image* tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel citra merek mempunyai nilai T hitung < T tabel ($0,030 < 1,985$) dan nilai signifikan sebesar $0,976 > 0,05$, maka H_0 diterima. Artinya citra merek tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Menurut Kotler dan Keller (2009), citra merek adalah suatu proses dimana orang memilih, mengatur dan mengartikan sebuah informasi yang

didapat untuk membuat gambaran yang bermakna. Citra merek merupakan gabungan dari seluruh informasi yang tersedia tentang produk, jasa, dan perusahaan dari merek yang dimaksud. Informasi tersebut bisa diperoleh dengan dua cara, salah satunya yaitu melalui pengalaman dari para konsumennya secara langsung. Kedua merek dapat dibentuk oleh perusahaan dari merek tersebut yang bisa melalui berbagai macam bentuk komunikasi, yaitu promosi, iklan, dan hubungan masyarakat, logo dan lain-lain. (Amilia, 2017, hlm. 661–662)

Adapun citra merek dalam pandangan Islam merupakan nama baik yang menjadi identitas dalam sebuah perusahaan. Membangun citra merek adalah salah satu hal yang penting, tetapi dengan cara yang tidak bertentangan dan sesuai ajaran Islam. Hal ini karena semakin baik citra merek suatu produk maka akan mampu menarik perhatian konsumen. Dan apabila menggunakan syari'at Islam maka akan memunculkan sesuatu yang terkesan terhadap produk.

Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa citra merek bukan merupakan faktor penting yang mempengaruhi secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Ada beberapa penyebab variabel ini menjadi tidak berpengaruh, yang pertama sebagian besar konsumen merasa bahwa citra merek tidak terlalu penting saat pengambilan keputusan. Sehingga mereka tidak menganggap citra merek sebagai prioritas untuk memenuhi kebutuhannya. Citra merek juga bukan satu-satunya faktor yang

mempengaruhi keputusan pembelian suatu produk tertentu. Dapat dimengerti bahwa citra merek yang telah sesuai dalam Islam yaitu seorang konsumen yang membeli suatu produk tanpa paksaan tetapi menganggap bahwa produk tersebut telah sesuai dengan identitas dirinya. Dalam memberikan penilaian terhadap produk baik atau buruknya adalah disaat seorang konsumen telah merasakan atau mendapatkan produknya serta telah sesuai dalam prinsip Islam.

Selanjutnya hasil dalam penelitian ini untuk variabel kualitas produk dikatakan sama dengan peneliti yang dilakukan oleh Kamariah (2020), Adhila Ukhtina Utami (2016), Rosim (2020), dan Wahab Hariansyah (2017), karena hasil penelitian yang dilakukan menyimpulkan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk mempunyai nilai T hitung $>$ T tabel ($2,822 > 1,985$) dan nilai signifikan sebesar $0,006 < 0,05$, maka H_0 ditolak Artinya kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Menurut Kotler dan Amstrong kualitas produk ialah *“The characteristic of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied costumer”*, yang berarti kualitas produk adalah karakteristik sebuah produk atau jasa yang memberikan kemampuan untuk mencukupi kebutuhan pelanggan. (Haryanto, 2013, hlm. 1466).

Dalam pandangan Islam menurut teori M Syakir Syula menjelaskan bahwa barang yang berkualitas menurut Islam adalah barang yang bernilai, maksudnya ialah halal, baik atau berdaya guna, kualitasnya dapat dipercaya, serta bernilai seperti bermanfaat. Hal ini karena didalam ekonomi Islam produk yang memiliki kualitas tidak hanya memberikan keuntungan tetapi juga memberikan kemaslahatan yang lebih banyak dibandingkan kemudhorotannya.(Rosmitha, 2017, hlm. 144)

Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk yang melatarbelakangi masyarakat untuk menginginkan sepeda motor Honda. Hal ini karena kualitas produk yang Honda berikan kepada setiap konsumen membuat masyarakat berminat untuk membeli produk Honda yang disebabkan oleh kinerja, keragaman produk, daya tahan/ketahanan, kehandalan, estetika, kualitas yang dipersepsikan dan kesesuaian. Selain itu juga, kualitas yang sesuai dengan syariah yaitu memberikan manfaat serta nilai gunanya yang dapat dirasakan oleh konsumen. Pihak perusahaan Honda yang selalu berusaha untuk memperbaiki kualitas serta kuantitas produknya. Hal ini agar produk tersebut mampu memberikan nilai lebih serta daya guna yang tinggi untuk kedepannya. Dengan demikian, konsumen dapat percaya pada perusahaan dan merasakan kepuasan.

Hasil dalam penelitian berikutnya adalah untuk variabel desain dikatakan sama dengan peneliti yang dilakukan oleh Rosim (2020), karena hasil

penelitian yang dilakukan menyimpulkan bahwa desain mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel desain mempunyai nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($3,358 > 1,985$) dan nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$, maka H_0 ditolak Artinya desain memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Menurut Kotler dan Keller desain adalah totalitas fitur yang mempengaruhi bagaimana sebuah produk terlihat, terasa, dan berfungsi bagi konsumen. Selain itu, desain yang baik untuk perusahaan dilihat pada kemudahan pada proses pembuatan dan distribusi. Sedangkan bagi konsumen, desain yang baik ialah produk yang bagus dilihat, dipasang, mudah dibuka, digunakan, dibuang, dan diperbaiki. (Saidani dkk., 2013, hlm. 205)

Dalam pandangan Islam desain produk merupakan salah satu aspek dalam pembentuk citra produk. Di dalam melakukan keputusan pembelian konsumen akan melihat desain pada suatu produk. Oleh sebab itu, desain pada produk harus memiliki keindahannya tersendiri agar konsumen tertarik untuk membelinya. Dimana Allah SWT. menyukai keindahan dan di dalam suatu desain dibutuhkan adanya keindahan. Islam juga mengajarkan untuk setiap umatnya agar tidak berbuat curang dalam membuat suatu produk. (Atabik, 2018, hlm. 93)

Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa desain yang melatarbelakangi masyarakat untuk menginginkan sepeda motor Honda. Hal ini karena desain yang ditawarkan oleh perusahaan Honda kepada setiap konsumen membuat masyarakat berminat untuk membeli produk Honda yang disebabkan oleh model terbaru, variasi desain, desain mengikuti trend, dan kemudahan perbaikan. Selain itu, dalam pandangan Islam memperhatikan produk adalah salah satu hal penting, karena agar dapat terhindar dari suatu produk yang tidak jelas (gharar). Kemudian juga, untuk seorang pedagang dalam pandangan Islam, tidak boleh menyembunyikan informasi mengenai produk yang akan dijual kepada konsumen. Bahkan jika terdapat beberapa kekurangan pada produknya maka harus bersikap jujur. Dengan demikian, transaksi ini sesuai dengan aturan Islam.

Dan untuk variabel harga dikatakan sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Kamariah (2020), dan Adhila Ukhtina Utami (2016), karena hasil penelitian yang dilakukan menyimpulkan bahwa harga mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga mempunyai nilai T hitung $>$ T tabel ($3,438 > 1,985$) dan nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$, maka H_0 ditolak Artinya harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Menurut Kotler harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan kepada suatu produk atau jasa ataupun jumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen dengan manfaat dari produk yang dipertukarkan tersebut. Saat membeli suatu produk, besar kecilnya pendapatan atau kemampuan konsumen dipengaruhi oleh harga.(Evelina dkk., 2013).

Harga dalam pandangan Islam menurut teori Ibnu Taimiyah terdapat dua terma tentang masalah harga, yang pertama *Iwad al Mitsi* (sesuaian harga), yang kedua *Tsamam al-Mitsl* merupakan nilai harga dimana orang-orang menjual produknya yang dapat diterima secara umum sebagai hal yang sesuai pada produk yang dijualnya maupun produk yang serupa dengan yang lainnya di tempat ataupun waktu tertentu.(Rosmitha, 2017, hlm. 142). Menurut hasil penelitian Supriyono et al.,(2015) menyatakan bahwa harga mempunyai pengaruh yang cukup kuat pada keputusan pembelian. Harga yang ditawarkan pada konsumen harus sebanding dengan produk yang akan dibeli. Hal ini telah dijelaskan pada Q.S Al Mutaffifin ayat 1-3 yang berisi tentang larangan praktik kecurangan pada transaksi jual beli serta proses penentuan harga. Rasulullah SAW. juga memandang riba suatu hal sangat dibenci karena dapat merugikan diantara salah satu pihak serta yang menghiraukan konsumen dalam menentukan harga. (Kumala & Anwar, 2020, hlm. 344)

Berdasarkan hasil penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa harga yang melatarbelakangi masyarakat menginginkan sepeda motor Honda. Hal ini karena harga sepeda motor Honda sesuai dengan kualitas produk yang

didapatkan. Banyaknya uang yang dikeluarkan konsumen untuk membeli sepeda motor Honda berdasarkan apa yang diberikan Honda kepada pemakainya. Dalam Islam juga telah dijelaskan untuk penentuan harga harus bersikap adil, agar harga yang ditawarkan sesuai dengan ekspektasinya. Oleh sebab itu penentuan harga sangat dianjurkan dalam aktivitas pasar. Hal ini bertujuan untuk menghindari kecurangan yang dapat merugikan diantara salah satu pihak. Dengan demikian faktor harga disebabkan karena harga terjangkau, harga bersaing, harga sesuai kualitas, harga sesuai manfaat, daya beli, dan persepsi harga terhadap produk lain.

2. Pengaruh secara simultancitra merek, kualitas produk, desain dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda Honda di CV. Trio Motor Muara Teweh

Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa nilai F hitung $>$ F tabel ($70,331 > 2,47$) dan nilai signifikan untuk pengaruh citra merek (X_1), kualitas produk (X_2), desain (X_3), dan harga (X_4) secara simultan terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar $0,000 < 0,05$, yang artinya H_0 ditolak. Dengan demikian bahwa terdapat pengaruh signifikan variabel citra merek, kualitas produk, desain dan harga terhadap keputusan pembelian.

Menurut Berkowitz (2002) menyatakan bahwa dalam proses keputusan pembelian adalah langkah-langkah bagi pembeli untuk menentukan pilihan tentang produk ataupun layanan yang akan dibeli. Pada barang yang dijual

dengan harga rendah maka proses pengambilan keputusannya dilakukan dengan mudah, sedangkan pada barang yang dijual dengan harga tinggi maka proses pengambilan keputusannya dilakukan dengan cermat. (Firmansyah, 2019, hlm. 204).

Dalam pandangan Islam proses pengambilan keputusan telah dijelaskan pada ayat Al-Qur'an yang lebih bersifat umum, yaitu dapat berlaku untuk seluruh aktivitas. Selain itu, pengambilan keputusan dalam Islam harus menekankan sikap adil serta tegas. (T. F. Sari, 2018, hlm. 18–19). Sebagaimana telah dijelaskan dalam Q.S Ali-Imran/3: 159 sebagai berikut:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ

عَنَّهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ

الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.”

Ayat tersebut menjelaskan bahwa sebagai seorang Muslim untuk selalu berhati-hati sebelum memutuskan untuk memilih suatu produk, membeli dan menggunakannya.

Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh citra merek, kualitas produk, desain dan harga. Pihak perusahaan Honda membuat strategi pemasaran dengan membentuk citra merek konsumen. Selanjutnya konsumen yang telah mengetahui merek akan tertarik untuk membeli produk, yang mana sebelum membuat keputusan pembelian konsumen mempertimbangkannya terlebih dahulu seperti kualitas produk, desain dan harga. Selain itu, dalam Islam dijelaskan bahwa seorang konsumen harus bisa membedakan kebutuhan dan keinginan antara yang baik ataupun buruk agar tidak menyesal dikemudian harinya. Tentu hal ini agar terhindar dari sikap berlebih-lebihan yang mana berasal dari hawa nafsu dan bersifat sesaat. Ada beberapa indikator dalam keputusan pembelian dalam penelitian ini, yaitu kebutuhan, kepuasan, sikap orang lain, manfaat, dan publik.