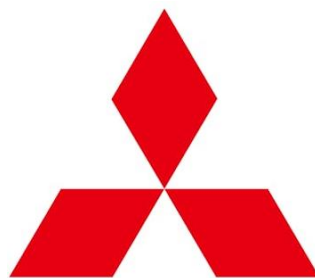


BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Mitsubishi group (三菱グループ Mitsubishi Gurūpu, biasa dikenal sebagai keiretsu Mitsubishi) merupakan sebuah kelompok perusahaan multinasional asal Jepang yang berbisnis pada banyak sekali bidang. Didirikan oleh Iwasaki Yatarō di tahun 1870, Mitsubishi group secara historis diturunkan berasal zaibatsu Mitsubishi, yang eksis mulai tahun 1870 hingga 1946. Zaibatsu Mitsubishi lalu dibubarkan saat pendudukan Sekutu atas Jepang pasca Perang dunia II. Bekas anggota zaibatsu Mitsubishi lalu tetap beroperasi menggunakan merek Mitsubishi. Walaupun bekas anggota zaibatsu Mitsubishi tetap bekerja sama secara terbatas, salah satu yang paling terkenal adalah melalui rapat eksekutif "Konferensi Jumat" bulanan, bekas anggota zaibatsu Mitsubishi tetap independen serta tidak sependengali. Empat anggota utama berasal grup ini merupakan MUFG Bank (bank terbesar di Jepang), Mitsubishi Corporation (sebuah perusahaan perdagangan umum), Mitsubishi Electric dan Mitsubishi Heavy Industries (perusahaan manufaktur terdiversifikasi).



Gambar 4.1 Logo Mistubishi Group

Mitsubishi memulai sejarahnya sebagai sebuah perusahaan pengapalan yang didirikan sang Iwasaki Yatarō (1834–1885) di tahun 1870 menggunakan nama Tsukumo Shokai (九十九商会).[1] pada tahun 1873, nama perusahaan tersebut diubah sebagai Mitsubishi Shokai; Mitsubishi (三菱) terdiri dari 2 bagian, yakni "mitsu" (三) berarti "tiga" (sebagaimana tiga daun ek yang ada dimon berasal keluarga amauchi atau Tosa yang menguasai tanah kelahiran Yatarō dan mempekerjakannya) serta "hishi" (菱, yang sebagai "bishi" di bawah rendaku) berarti "kaltrop air", yg berbentuk "belah ketupat", sebagaimana tercermin di logo perusahaan ini. Mitsubishi juga diterjemahkan menjadi "tiga berlian". Mitsubishi didirikan di tahun 1870, dua tahun setelah Restorasi Meiji, dengan pengapalan menjadi usaha utamanya. Mitsubishi kemudian berekspansi ke usaha yang terkait menggunakan pengapalan, contohnya berekspansi ke pertambangan batu bara buat memperoleh batu bara yang diharapkan oleh kapalnya, membeli sebuah galangan kapal milik pemerintah Jepang buat memperbaiki kapalnya, mendirikan sebuah pabrik besi buat memasok besi ke galangan kapalnya, memulai usaha asuransi pengangkutan laut buat melayani bisnis pengapalannya, dsb. kemudian, sumber daya manajerial serta kapabilitas teknologi yang didapat berasal galangan kapal digunakan buat mengembangkan usaha Mitsubishi lebih jauh ke produksi pesawat terbang serta peralatan. Pengalaman yang didapat dari usaha pengapalan ke luar Jepang pun membuat perusahaan ini juga berekspansi ke bisnis perdagangan. pada tahun 1881, perusahaan ini berekspansi ke pertambangan batu bara dengan mengakuisisi Tambang Takashima, yang lalu disusul oleh Pulau Hashima pada tahun 1890.

Batu bara yang didapat lalu dipasok ke armada kapal uap miliknya. Mitsubishi kemudian juga berekspansi ke usaha pembuatan kapal, perbankan, asuransi, pergudangan, serta perdagangan. Mitsubishi kemudian juga berekspansi ke bisnis kertas, baja, kaca, alat-alat listrik, pesawat terbang, minyak, dan humas. Dengan makin berkembang menjadi sebuah konglomerat, Mitsubishi pun memainkan kiprah krusial dalam memodernisasi di industri Jepang. Pada bulan Februari 1921, Mitsubishi Internal Combustion Engine Manufacturing Company di Nagoya mengundang perancang Sopwith Camel berasal Britania Raya, Herbert Smith, bersama sejumlah bekas insinyur Sopwith, untuk membantu Mitsubishi membentuk divisi produksi pesawat terbang. Setelah pindah ke Jepang, mereka pun merancang Mitsubishi 1MT, Mitsubishi B1M, Mitsubishi 1MF, dan Mitsubishi 2MR. Mitsubishi kemudian melakukan diversifikasi yang akhirnya membentuk tiga entitas, yakni:

1. Mitsubishi Bank (kini menjadi bagian dari Mitsubishi UFJ Financial class) didirikan di tahun 1919. Selesai bergabung dengan Bank of Tokyo di tahun 1996, serta UFJ Holdings di tahun 2004, bank ini merupakan yang terbesar pada Jepang.
2. Mitsubishi Corporation, didirikan di tahun 1950, perusahaan perdagangan awam terbesar di Jepang
3. Mitsubishi Heavy Industries, yang meliputi:
 - a. Mitsubishi Motors, Produsen kendaraan beroda empat terbesar keenam pada Jepang.
 - b. Mitsubishi Atomic Industry, sebuah perusahaan tenaga nuklir.

- c. Mitsubishi Chemical, penghasil bahan kimia terbesar pada Jepang.
- d. Mitsubishi Hitachi Power Systems, sebuah divisi pembangkitan listrik
- e. Nikon Corporation, penekanan di bisnis optis dan pencitraan.

Lahan yayasan utama milik Mitsubishi pada distrik Marunouchi, Tokyo, yang diakuisisi di tahun 1890, dipisah di tahun 1937 buat membuat Mitsubishi Estate, yang sekarang merupakan salah satu pengembang lahan yasan terbesar di Jepang.

Mitsubishi adalah salah satu dari sejumlah konglomerat besar berasal Jepang yang ditargetkan buat dibubarkan selama pendudukan Sekutu atas Jepang. Mitsubishi akhirnya dipecah menjadi sejumlah perusahaan yang lebih kecil dan sahamnya ditawarkan ke warga awam. Selama beberapa tahun, perusahaan-perusahaan tersebut tidak boleh buat saling berkoordinasi serta memakai nama Mitsubishi. larangan tersebut lalu dicabut pada tahun 1952, sebab Perang Korea menyebabkan kebutuhan buat industri yg lebih bertenaga pada Jepang. Mitsubishi Corporation serta Mitsubishi Heavy Industries, yang sudah dipecah menjadi sejumlah perusahaan, pun pulang manunggal di pertengahan dekade 1950-an. Mitsubishi pula berpartisipasi pada pertumbuhan pesat ekonomi Jepang pada dekade 1950-an dan 1960-an. contohnya, dengan makin modernnya industri energi dan bahan pada Jepang, Mitsubishi membentuk Mitsubishi Petrochemical, Mitsubishi Atomic Power Industries, Mitsubishi Liquefied Petroleum Gas, serta Mitsubishi Petroleum Development. penekanan tradisional Mitsubishi pada pengembangan teknologi adalah di bisnis baru seperti pengembangan antariksa, aviasi, pengembangan kelautan, komunikasi data, komputer, dan semikonduktor.

Mitsubishi juga aktif pada bisnis barang konsumen serta layanan ritel. pada tahun 1970, Mitsubishi mendirikan Mitsubishi Foundation bersamaan dengan hari jadinya yang ke-100. Masing-masing anggota Mitsubishi group pula memiliki yayasan amal. Paviliun Mitsubishi pula sebagai inti berasal pameran di Jepang semenjak EXPO'70 di Osaka di dasa warsa 1970-an serta 1980-an. di tahun 2017, Mitsubishi, bersama sejumlah perusahaan lain, terdampak sang skandal Kobe Steel, yang melibatkan pemalsuan data buat produk yg dipasok ke industri dirgantara, otomotif, serta ketenagalistrikan. pada lepas 28 November 2018, Mahkamah Agung Korea Selatan memerintahkan Mitsubishi Heavy Industries, yang adalah galat satu perusahaan inti berasal Mitsubishi, untuk membayar 10 warga negara Korea sebesar 150 juta won (\$133.000; £104.000) menjadi bentuk kompensasi, karena sudah dijadikan tenaga kerja paksa selama pendudukan Jepang di Korea.[19][20] sebanyak 18 orang anggota keluarga dari tenaga kerja paksa lain yang dipergunakan oleh Mitsubishi Heavy Industries serta menuntut sebelum tahun 2008 juga akan menerima kompensasi.[20] Mereka sebelumnya telah mengajukan tuntutan di Jepang, namun tuntutannya ditolak oleh Mahkamah Agung Jepang di tahun 2008.[20] Pemerintah Jepang lalu menyatakan bahwa putusan tersebut melanggar Perjanjian korelasi Dasar antara Jepang dan Republik Korea.

B. Deskripsi Responden

Untuk mempermudah dalam mengidentifikasi responden dalam penelitian ini (konsumen mobil Mitsubishi *Colt Diesel* di PT. Sumber

Berlian Motors Mitsubishi Banjamasin), maka diperlukan gambaran mengenai karakteristik responden. Adapun gambaran karakteristik responden adalah sebagai berikut:

1. Karakteristik Berdasarkan Umur

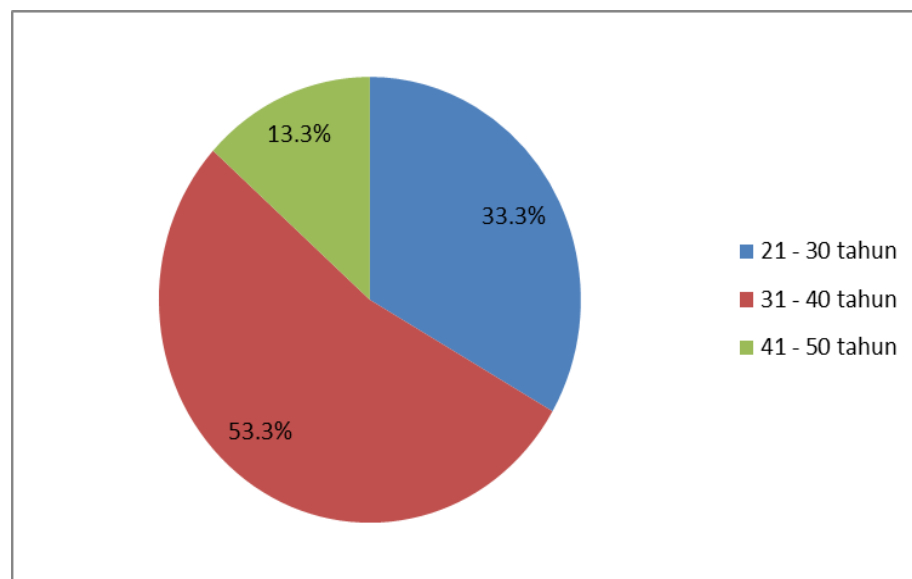
Karakteristik responden penelitian berdasarkan umur dapat dilihat pada Tabel 4.1 berikut.

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

No	Umur	Jumlah	Frekuensi (%)
1	21 - 30 tahun	10	33,3%
2	31 - 40 tahun	16	53,3%
3	41 - 50 tahun	4	13,3%
Total		30	100%

Sumber : Data angket yang diolah, 2022

Agar lebih jelas, presentase frekuensi umur responden ini digambarkan dalam bentuk diagram lingkaran dibawah ini.



Gambar 4.2 Diagram Lingkaran Umur Responden

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa responden yang paling banyak melakukan pembelian mobil Mitsubishi *Colt Diesel* di PT. Sumber Berlian Motors Mitsubishi Banjamasin adalah berumur 31 – 40 tahun yaitu sebesar 16 orang (53,3%). Artinya sebagian besar responden yang membeli mobil Mitsubishi *Colt Diesel* adalah mereka berumur sedang yaitu berkisar 31 – 40 tahun, yang biasanya pada umur itu orang-orang yang cenderung sudah sibuk bekerja dan produktif.

2. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

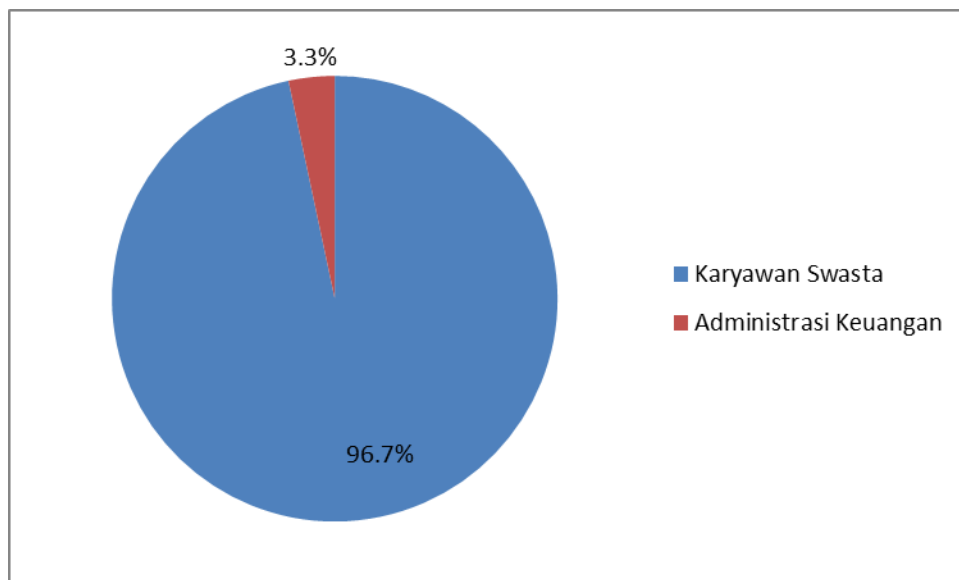
Karakteristik responden penelitian berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada Tabel 4.2 berikut.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Frekuensi (%)
1	Karyawan Swasta	29	96.7%
2	Administrasi Keuangan	1	3.3%
Total		30	100%

Sumber : Data angket yang diolah, 2022

Agar lebih jelas, presentase frekuensi pekerjaan responden ini digambarkan dalam bentuk diagram lingkaran dibawah ini.



Gambar 4.3 Diagram Lingkaran Pekerjaan Responden

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden yang melakukan pembelian mobil Mitsubishi *Colt Diesel* di PT. Sumber Berlian Motors Mitsubishi Banjamasin sebesar 96,7 % (29 responden) bekerja sebagai karyawan swasta, sisanya 1 responden (3,3) bekerja sebagai administrasi keuangan.

C. Penyajian Data

Setelah semua data yang diperlukan terkumpul dari berbagai sumber, dalam bab ini akan dianalisis sesuai dengan hipotesis yang telah dikemukakan pada bab terdahulu. Penelitian ini didasarkan pada angket yang disebarkan di PT. Sumber Berlian Motors Mitsubishi Banjamasin kepada responden sehingga dapat dilakukan analisis atas data yang diperoleh, yaitu melalui analisis variabel-variabel bebas berupa Kualitas Produk (X1), Loyalitas Merek (X2), Asosiasi Merek (X3), dan Harga (X4) terhadap variabel terikat berupa Keputusan Pembelian (Y). Perhitungan

variabel-variabel dilakukan dengan menggunakan program *SPSS 25.0*. Berikut ini deskripsi statistik berdasarkan data variabel yang telah diolah dengan menggunakan *SPSS 25.0*.

1. Deskripsi Variabel Penelitian

Angket yang telah peneliti sebarakan kepada responden yang terdiri dari 25 pertanyaan/pernyataan, dimana variabel Keputusan Pembelian (Y), Kualitas Produk (X1), Loyalitas Merek (X2), Asosiasi Merek (X3), dan Harga (X4) masing-masing memiliki 5 pertanyaan/pernyataan Adapun hasil dari jawaban responden yang diperoleh peneliti akan dijelaskan pada tabel berikut ini :

Tabel 4.3
Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Item	Skor Jawaban									
	STS		TS		KS		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Y1	0	0%	0	0%	2	6,7%	19	63,3%	9	30%
Y2	0	0%	0	0%	5	16,7%	18	60%	7	23,3%
Y3	0	0%	1	3,3%	1	3,3%	19	63,3%	9	30%
Y4	0	0%	1	3,3%	8	26,7%	14	46,7%	7	23,3%
Y5	0	0%	3	10%	4	13,3%	19	63,3%	4	13,3%

Sumber : Data angket yang diolah dengan SPSS 25, 2022

Tabel 4.4
Variabel Kualitas Produk (X1)

Item	Skor Jawaban									
	STS		TS		KS		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X1.1	0	0%	1	3,3%	3	10%	16	53,3%	10	33,3%
X1.2	0	0%	0	0%	6	20%	18	60%	6	20%
X1.3	0	0%	3	10%	1	3,3%	23	76,7%	3	10%
X1.4	0	0%	2	6,7%	3	10%	17	56,7%	8	26,7%
X1.5	0	0%	0	0%	5	16,7%	17	56,7%	8	26,7%

Sumber : Data angket yang diolah dengan SPSS 25, 2022

Tabel 4.5
Variabel Loyalitas Merek (X2)

Item	Skor Jawaban									
	STS		TS		KS		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X2.1	0	0%	1	3,3%	12	40%	15	50%	2	6,7%
X2.2	0	0%	1	3,3%	5	16,7%	22	73,3%	2	6,7%
X2.3	0	0%	2	6,7%	7	23,3%	19	63,3%	2	6,7%
X2.4	0	0%	2	6,7%	13	43,3%	14	46,7%	1	3,3%
X2.5	0	0%	3	10%	15	50%	11	36,7%	1	3,3%

Sumber : Data angket yang diolah dengan SPSS 25, 2022

Tabel 4.6
Variabel Asosiasi Merek (X3)

Item	Skor Jawaban									
	STS		TS		KS		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X3.1	0	0%	3	10%	5	16,7%	21	70%	1	3,3%
X3.2	0	0%	4	13,3%	1	3,3%	22	73,3%	3	10%
X3.3	0	0%	0	0%	4	13,3%	22	73,3%	4	13,3%
X3.4	0	0%	0	0%	11	36,7%	15	50%	4	13,3%
X3.5	0	0%	0	0%	8	26,7%	20	66,7%	2	6,7%

Sumber : Data angket yang diolah dengan SPSS 25, 2022

Tabel 4.7
Variabel Harga (X4)

Item	Skor Jawaban									
	STS		TS		KS		S		SS	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
X4.1	0	0%	0	0%	12	40%	18	60%	0	0%
X4.2	0	0%	0	0%	8	26,7%	22	73,3%	0	0%
X4.3	0	0%	0	0%	15	50%	15	50%	0	0%
X4.4	0	0%	0	0%	7	23,3%	22	73,3%	1	3,3%
X4.5	0	0%	0	0%	9	30%	21	70%	0	0%

Sumber : Data angket yang diolah dengan SPSS 25, 2022

a. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 4.8
Tanggapan Responden tentang pembelian mobil Mitsubishi Colt Diesel untuk menunjang aktivitas kerja

No.	Jawaban	Frekuensi (F)	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	0	0%
3.	Kurang Setuju	2	6,7%
4.	Setuju	19	63,3%
5.	Sangat Setuju	9	30%
Total		30	100%

Sumber : Data angket yang diolah dengan SPSS 25, 2022

Berdasarkan data pada Tabel 4.8 di atas, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi responden tentang pembelian mobil

Mitsubishi *Colt Diesel* untuk menunjang aktivitas kerja adalah setuju dengan jumlah 19 responden (63,3%), kemudian jawaban sangat setuju dengan 9 responden (30%), jawaban kurang setuju dengan 2 responden (6,7%), jawaban tidak setuju dengan 0 responden (0%), serta jawaban sangat tidak setuju dengan 0 responden (0%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa pembelian mobil Mitsubishi *Colt Diesel* di PT. Sumber Berlian Motors Mitsubishi Banjamasin untuk menunjang aktivitas kerja.

Tabel 4.9
Tanggapan Renponden tentang melakukan pembelian sesuai dengan keinginan

No.	Jawaban	Frekuensi (F)	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	0	0%
3.	Kurang Setuju	5	16,7%
4.	Setuju	18	60,0%
5.	Sangat Setuju	7	23,3%
Total		30	100%

Sumber : Data angket yang diolah dengan SPSS 25, 2022

Berdasarkan data pada Tabel 4.9 di atas, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi responden tentang melakukan pembelian sesuai dengan keinginan adalah setuju dengan jumlah 18 responden (60,0%), kemudian jawaban sangat setuju dengan 7 responden (23,3%), jawaban kurang setuju dengan 5 responden (16,7%), jawaban tidak setuju dengan 0 responden (0%), serta jawaban sangat tidak setuju dengan 0 responden (0%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa mereka

melakukan pembelian mobil Mitsubishi *Colt Diesel* di PT. Sumber Berlian Motors Mitsubishi Banjamasin sesuai dengan keinginan.

Tabel 4.10
Tanggapan Responden tentang melakukan pencarian informasi terlebih dahulu tentang mobil Mitsubishi *Cold Diesel* sebelum pembelian

No.	Jawaban	Frekuensi (F)	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	1	3,3%
3.	Kurang Setuju	1	3,3%
4.	Setuju	19	63,3%
5.	Sangat Setuju	9	30,0%
Total		30	100%

Sumber : Data angket yang diolah dengan SPSS 25, 2022

Berdasarkan data pada Tabel 4.10 di atas, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi responden tentang melakukan pencarian informasi terlebih dahulu tentang mobil Mitsubishi *Cold Diesel* sebelum pembelian adalah setuju dengan jumlah 19 responden (63,3%), kemudian jawaban sangat setuju dengan 9 responden (30,0%), jawaban kurang setuju dengan 1 responden (3,3%), jawaban tidak setuju dengan 1 responden (3,3%), serta jawaban sangat tidak setuju dengan 0 responden (0%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa mereka melakukan pencarian informasi terlebih dahulu tentang mobil Mitsubishi *Colt Diesel* di PT. Sumber Berlian Motors Mitsubishi Banjamasin sebelum pembelian.

Tabel 4.11
Tanggapan Renponden tentang kualitas produk sangat baik dibandingkan yang lain

No.	Jawaban	Frekuensi (F)	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	1	3,3%
3.	Kurang Setuju	8	26,7%
4.	Setuju	14	46,7%
5.	Sangat Setuju	7	23,3%
Total		30	100%

Sumber : Data angket yang diolah dengan SPSS 25, 2022

Berdasarkan data pada Tabel 4.11 di atas, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi responden tentang kualitas produk sangat baik dibandingkan yang lain adalah setuju dengan jumlah 14 responden (46,7%), kemudian jawaban sangat setuju dengan 7 responden (23,3%), jawaban kurang setuju dengan 8 responden (26,7%), jawaban tidak setuju dengan 1 responden (3,3%), serta jawaban sangat tidak setuju dengan 0 responden (0%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa kualitas produk mobil Mitsubishi *Colt Diesel* di PT. Sumber Berlian Motors Mitsubishi Banjamasin sangat baik dibandingkan yang lain.

Tabel 4.12
Tanggapan Renponden tentang membeli mobil Mitsubishi *Cold Diesel* sebagai jawaban atas kebutuhan mobilisasi sehari-hari

No.	Jawaban	Frekuensi (F)	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	3	10,0%
3.	Kurang Setuju	4	13,3%
4.	Setuju	19	63,3%
5.	Sangat Setuju	4	13,3%

Total	30	100%
--------------	-----------	-------------

Sumber : Data angket yang diolah dengan SPSS 25, 2022

Berdasarkan data pada Tabel 4.12 di atas, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi responden tentang membeli mobil Mitsubishi *Cold Diesel* sebagai jawaban atas kebutuhan mobilisasi sehari-hari adalah setuju dengan jumlah 19 responden (63,3%), kemudian jawaban sangat setuju dengan 4 responden (13,3%), jawaban kurang setuju dengan 4 responden (13,3%), jawaban tidak setuju dengan 3 responden (10,0%), serta jawaban sangat tidak setuju dengan 0 responden (0%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa mereka membeli mobil Mitsubishi *Colt Diesel* di PT. Sumber Berlian Motors Mitsubishi Banjamasin sebagai jawaban atas kebutuhan mobilisasi sehari-hari.

b. Variabel Kualitas Produk (X1)

Tabel 4.13
Tanggapan Renponden tentang mobil merek Mitsubishi *Colt Diesel* sudah dikenal oleh masyarakat

No.	Jawaban	Frekuensi (F)	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	1	3,3%
3.	Kurang Setuju	3	10%
4.	Setuju	16	53,3%
5.	Sangat Setuju	10	33,3%
Total		30	100%

Sumber : Data angket yang diolah dengan SPSS 25, 2022

Berdasarkan data pada Tabel 4.13 di atas, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi responden mobil merek Mitsubishi *Colt Diesel* sudah dikenal oleh masyarakat adalah setuju dengan jumlah

16 responden (53,3%), kemudian jawaban sangat setuju dengan 10 responden (33,3%), jawaban kurang setuju dengan 3 responden (10%), jawaban tidak setuju dengan 1 responden (3,3%), serta jawaban sangat tidak setuju dengan 0 responden (0%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa mobil merek Mitsubishi *Colt Diesel* sudah dikenal oleh masyarakat.

Tabel 4.14
Tanggapan Renponden tentang mobil Mitsubishi *Colt Diesel* salah satu jenis truk terbaik

No.	Jawaban	Frekuensi (F)	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	0	0%
3.	Kurang Setuju	6	20%
4.	Setuju	18	60%
5.	Sangat Setuju	6	20%
Total		30	100%

Sumber : Data angket yang diolah dengan SPSS 25, 2022

Berdasarkan data pada Tabel 4.14 di atas, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi responden tentang mobil Mitsubishi *Colt Diesel* salah satu jenis truk terbaik adalah setuju dengan jumlah 18 responden (60,0%), kemudian jawaban sangat setuju dengan 6 responden (20%), jawaban kurang setuju dengan 6 responden (20%), jawaban tidak setuju dengan 0 responden (0%), serta jawaban sangat tidak setuju dengan 0 responden (0%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa mobil Mitsubishi *Colt Diesel* salah satu jenis truk terbaik.

Tabel 4.15
Tanggapan Responden tentang menggunakan mobil
Mitsubishi Cold Diesel cukup irit bahan bakar

No.	Jawaban	Frekuensi (F)	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	3	10%
3.	Kurang Setuju	1	3,3%
4.	Setuju	23	76,7%
5.	Sangat Setuju	3	10%
Total		30	100%

Sumber : Data angket yang diolah dengan SPSS 25, 2022

Berdasarkan data pada Tabel 1.15 di atas, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi responden tentang menggunakan mobil Mitsubishi *Cold Diesel* cukup irit bahan bakar adalah setuju dengan jumlah 23 responden (76,7%), kemudian jawaban sangat setuju dengan 3 responden (10%), jawaban tidak setuju dengan 3 responden (10%), jawaban kurang setuju dengan 1 responden (3,3%), serta jawaban sangat tidak setuju dengan 0 responden (0%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa mereka melakukan pencarian informasi terlebih dahulu tentang menggunakan mobil Mitsubishi *Cold Diesel* cukup irit bahan bakar.

Tabel 4.16
Tanggapan Responden tentang mobil Mitsubishi Cold Diesel
merupakan kendaraan yang praktis

No.	Jawaban	Frekuensi (F)	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	2	6,7%
3.	Kurang Setuju	3	10%
4.	Setuju	17	56,7%
5.	Sangat Setuju	8	26,7%
Total		30	100%

Sumber : Data angket yang diolah dengan SPSS 25, 2022

Berdasarkan data pada Tabel 4.16 di atas, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi responden tentang mobil Mitsubishi *Cold Diesel* merupakan kendaraan yang praktis adalah setuju dengan jumlah 17 responden (56,7%), kemudian jawaban sangat setuju dengan 8 responden (26,7%), jawaban kurang setuju dengan 3 responden (10%), jawaban tidak setuju dengan 2 responden 6,7%), serta jawaban sangat tidak setuju dengan 0 responden (0%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa mobil Mitsubishi *Cold Diesel* merupakan kendaraan yang praktis.

Tabel 4.17
Tanggapan Renponden tentang suku cadang mobil Mitsubishi
***Cold Diesel* mudah di dapatkan**

No.	Jawaban	Frekuensi (F)	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	0	0%
3.	Kurang Setuju	5	16,7%
4.	Setuju	17	56,7%
5.	Sangat Setuju	8	26,7%
Total		30	100%

Sumber : Data angket yang diolah dengan SPSS 25, 2022

Berdasarkan data pada Tabel 4.17 di atas, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi responden tentang suku cadang mobil Mitsubishi *Cold Diesel* mudah di dapatkan adalah setuju dengan jumlah 17 responden (56,7%), kemudian jawaban sangat setuju dengan 8 responden (26,7%), jawaban kurang setuju dengan 5 responden (16,7%), jawaban tidak setuju dengan 0 responden (0%),

serta jawaban sangat tidak setuju dengan 0 responden (0%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa suku cadang mobil Mitsubishi *Cold Diesel* mudah di dapatkan.

c. Variabel Loyalitas Merek (X2)

Tabel 4.18
Tanggapan Responden tentang memberi saran kepada kerabat yang ingin membeli truk

No.	Jawaban	Frekuensi (F)	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	1	3,3%
3.	Kurang Setuju	12	40%
4.	Setuju	15	50%
5.	Sangat Setuju	2	6,7%
Total		30	100%

Sumber : Data angket yang diolah dengan SPSS 25, 2022

Berdasarkan data pada Tabel 4.18 di atas, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi responden tentang memberi saran kepada kerabat yang ingin membeli truk adalah setuju dengan jumlah 15 responden (50%), kemudian jawaban kurang setuju dengan 12 responden (40%), jawaban sangat setuju dengan 2 responden (6,7%), jawaban tidak setuju dengan 1 responden (3,3%), serta jawaban sangat tidak setuju dengan 0 responden (0%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa memberi saran kepada kerabat yang ingin membeli truk.

Tabel 4.19
Tanggapan Responden tentang setia kepada mobil *Colt Diesel* dalam menjalankan bisnis

No.	Jawaban	Frekuensi (F)	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	1	3,3%
3.	Kurang Setuju	5	16,7%
4.	Setuju	22	73,3%
5.	Sangat Setuju	2	6,7%
Total		30	100%

Sumber : Data angket yang diolah dengan SPSS 25, 2022

Berdasarkan data pada Tabel 4.19 di atas, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi responden tentang setia kepada mobil *Colt Diesel* dalam menjalankan bisnis adalah setuju dengan jumlah 22 responden (73,3%), kemudian jawaban kurang setuju dengan 5 responden (16,7%), jawaban sangat setuju dengan 2 responden (6,7%), jawaban tidak setuju dengan 1 responden (3,3%), serta jawaban sangat tidak setuju dengan 0 responden (0%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa setia kepada mobil *Colt Diesel* dalam menjalankan bisnis.

Tabel 4.20
Tanggapan Responden tentang melakukan tukar tambah jika ada keluaran baru

No.	Jawaban	Frekuensi (F)	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	2	6,7%
3.	Kurang Setuju	7	23,3%
4.	Setuju	19	63,3%
5.	Sangat Setuju	2	6,7%
Total		30	100%

Sumber : Data angket yang diolah dengan SPSS 25, 2022

Berdasarkan data pada Tabel 4.20 di atas, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi responden tentang melakukan tukar tambah jika ada keluaran baru adalah setuju dengan jumlah 19 responden (63,3%), kemudian jawaban kurang setuju dengan 7 responden (23,3%), jawaban sangat setuju dengan 2 responden (6,7%), jawaban tidak setuju dengan 2 responden (6,7%), serta jawaban sangat tidak setuju dengan 0 responden (0%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa melakukan tukar tambah jika ada keluaran baru.

Tabel 4.21
Tanggapan Renponden tentang saya tidak akan membeli mobil, yang ukurannya sama selain Mitsubishi Cold Diesel

No.	Jawaban	Frekuensi (F)	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	2	6,7%
3.	Kurang Setuju	13	43,3%
4.	Setuju	14	46,7%
5.	Sangat Setuju	1	3,3%
Total		30	100%

Sumber : Data angket yang diolah dengan SPSS 25, 2022

Berdasarkan data pada Tabel 4.21 di atas, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi responden tentang saya tidak akan membeli mobil, yang ukurannya sama selain Mitsubishi Cold Diesel adalah setuju dengan jumlah 14 responden (46,7%), kemudian jawaban kurang setuju dengan 13 responden (43,3%), jawaban sangat setuju dengan 1 responden (3,3%), jawaban tidak setuju dengan 2 responden (6,7%), serta jawaban sangat tidak setuju dengan 0 responden (0%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa

mayoritas responden setuju bahwa saya tidak akan membeli mobil, yang ukurannya sama selain Mitsubishi *Cold Diesel*.

Tabel 4.22
Tanggapan Responden tentang saya tidak akan beralih ke merek mobil lain meskipun menawarkan harga yang lebih murah

No.	Jawaban	Frekuensi (F)	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	3	10%
3.	Kurang Setuju	15	50%
4.	Setuju	11	36,7%
5.	Sangat Setuju	1	3,3%
Total		30	100%

Sumber : Data angket yang diolah dengan SPSS 25, 2022

Berdasarkan data pada Tabel 4.22 di atas, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi responden tentang saya tidak akan beralih ke merek mobil lain meskipun menawarkan harga yang lebih murah adalah kurang setuju dengan 15 responden (50%), kemudian jawaban setuju dengan jumlah 11 responden (36,7%), jawaban sangat setuju dengan 1 responden (3,3%), jawaban tidak setuju dengan 3 responden (10%), serta jawaban sangat tidak setuju dengan 0 responden (0%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden kurang setuju bahwa mereka tidak akan beralih ke merek mobil lain meskipun menawarkan harga yang lebih murah.

d. Variabel Asosiasi Merek (X3)

Tabel 4.23
Tanggapan Responden tentang menurut saya perusahaan telah berupaya melakukan asosiasi merek untuk menjaga kredibilitas konsumen

No.	Jawaban	Frekuensi (F)	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	3	10%
3.	Kurang Setuju	5	16,7%

4.	Setuju	21	70%
5.	Sangat Setuju	1	3,3%
Total		30	100%

Sumber : Data angket yang diolah dengan SPSS 25, 2022

Berdasarkan data pada Tabel 4.23 di atas, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi responden tentang perusahaan telah berupaya melakukan asosiasi merek untuk menjaga kredibilitas konsumen adalah setuju dengan jumlah 21 responden (70%), kemudian jawaban kurang setuju dengan 5 responden (16,7%), jawaban tidak setuju dengan 3 responden (10%), jawaban sangat setuju dengan 1 responden (3,3%), serta jawaban sangat tidak setuju dengan 0 responden (0%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa perusahaan telah berupaya melakukan asosiasi merek untuk menjaga kredibilitas konsumen.

Tabel 4.24
Tanggapan Responden tentang perusahaan senantiasa melakukan kegiatan promosi untuk memberikan persepsi atas produk yang berkualitas

No.	Jawaban	Frekuensi (F)	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	4	13,3%
3.	Kurang Setuju	1	3,3%
4.	Setuju	22	73,3%
5.	Sangat Setuju	3	10%
Total		30	100%

Sumber : Data angket yang diolah dengan SPSS 25, 2022

Berdasarkan data pada Tabel 4.24 di atas, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi responden tentang perusahaan senantiasa melakukan kegiatan promosi untuk memberikan persepsi atas

produk yang berkualitas adalah setuju dengan jumlah 22 responden (73,3%), kemudian jawaban tidak setuju dengan 4 responden (13,3%), jawaban sangat setuju dengan 3 responden (10%), jawaban kurang setuju dengan 1 responden (3,3%), serta jawaban sangat tidak setuju dengan 0 responden (0%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa perusahaan senantiasa melakukan kegiatan promosi untuk memberikan persepsi atas produk yang berkualitas.

Tabel 4.25
Tanggapan Responden tentang Anda mudah mengingat mobil Mitsubishi Cold Diesel karena salah satu orang menggunakannya

No.	Jawaban	Frekuensi (F)	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	0	0%
3.	Kurang Setuju	4	13,3%
4.	Setuju	22	73,3%
5.	Sangat Setuju	4	13,3%
Total		30	100%

Sumber : Data angket yang diolah dengan SPSS 25, 2022

Berdasarkan data pada Tabel 4.25 di atas, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi responden tentang Anda mudah mengingat mobil Mitsubishi Cold Diesel karena salah satu orang menggunakannya adalah setuju dengan jumlah 22 responden (73,3%), kemudian jawaban sangat setuju dengan 4 responden (13,3%), jawaban kurang setuju dengan 4 responden (13,3%), jawaban tidak setuju dengan 0 responden (0%), serta jawaban sangat tidak setuju dengan 0 responden (0%). Sehingga dapat

disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa mereka mudah mengingat mobil Mitsubishi *Cold Diesel* karena salah satu orang menggunakannya.

Tabel 4.26
Tanggapan Renponden tentang merek mobil Mitsubishi *Cold Diesel* tidak asing bagi saya

No.	Jawaban	Frekuensi (F)	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	0	0%
3.	Kurang Setuju	11	36,7%
4.	Setuju	15	50,0%
5.	Sangat Setuju	4	13,3%
Total		30	100%

Sumber : Data angket yang diolah dengan SPSS 25, 2022

Berdasarkan data pada Tabel 4.26 di atas, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi responden tentang merek mobil Mitsubishi *Cold Diesel* tidak asing bagi saya adalah setuju dengan jumlah 15 responden (50%), kemudian (%), jawaban kurang setuju dengan 11 responden (36,7%), jawaban sangat setuju dengan 4 responden (13,3jawaban tidak setuju dengan 0 responden (0%), serta jawaban sangat tidak setuju dengan 0 responden (0%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa merek mobil Mitsubishi *Cold Diesel* tidak asing bagi mereka.

Tabel 4.27
Tanggapan Renponden tentang produk mobil Mitsubishi *Cold Diesel* merupakan merek favorit

No.	Jawaban	Frekuensi (F)	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	0	0%
3.	Kurang Setuju	8	26,7%

4.	Setuju	20	66,7%
5.	Sangat Setuju	2	6,7%
Total		30	100%

Sumber : Data angket yang diolah dengan SPSS 25, 2022

Berdasarkan data pada Tabel 4.27 di atas, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi responden tentang produk mobil Mitsubishi *Cold Diesel* merupakan merek favorit adalah setuju dengan jumlah 20 responden (66,7%), kemudian jawaban kurang setuju dengan 8 responden (26,7%), jawaban sangat setuju dengan 2 responden (6,7%), jawaban tidak setuju dengan 0 responden (0%), serta jawaban sangat tidak setuju dengan 0 responden (0%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa produk mobil Mitsubishi *Cold Diesel* merupakan merek favorit.

e. Variabel Harga (X4)

Tabel 4.28
Tanggapan Renponden tentang harga mobil di Mitsubishi Clot Diesel layak dan terjangkau

No.	Jawaban	Frekuensi (F)	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	0	0%
3.	Kurang Setuju	12	40%
4.	Setuju	18	60%
5.	Sangat Setuju	0	0%
Total		30	100%

Sumber : Data angket yang diolah dengan SPSS 25, 2022

Berdasarkan data pada Tabel 4.28 di atas, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi responden tentang harga mobil di Mitsubishi *Clot Diesel* layak dan terjangkau adalah setuju dengan

jumlah 18 responden (60%), kemudian jawaban kurang setuju dengan 12 responden (40%), jawaban sangat setuju dengan 0 responden (0%), jawaban tidak setuju dengan 0 responden (0%), serta jawaban sangat tidak setuju dengan 0 responden (0%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa harga mobil di Mitsubishi *Clot Diesel* di PT. Sumber Berlian Motors Mitsubishi Banjamasin layak dan terjangkau.

Tabel 4.29
Tanggapan Renponden tentang harga mobil Mitsibushi *Colt Diesel* sesuai dengan kualitas yang ada

No.	Jawaban	Frekuensi (F)	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	0	0%
3.	Kurang Setuju	8	26,7%
4.	Setuju	22	73,3%
5.	Sangat Setuju	0	0%
Total		30	100%

Sumber : Data angket yang diolah dengan SPSS 25, 2022

Berdasarkan data pada Tabel 4.29 di atas, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi responden tentang harga mobil Mitsibushi *Colt Diesel* sesuai dengan kualitas yang ada adalah setuju dengan jumlah 22 responden (73,3%), kemudian jawaban kurang setuju dengan 8 responden (26,7%), jawaban sangat setuju dengan 0 responden (0%), jawaban tidak setuju dengan 0 responden (0%), serta jawaban sangat tidak setuju dengan 0 responden (0%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa harga mobil Mitsibushi *Colt Diesel* di PT. Sumber Berlian Motors Mitsubishi Banjamasin sesuai dengan kualitas yang ada.

Tabel 4.30
Tanggapan Responden tentang harga Mitsubishi Clot Diesel lebih murah di bandingkan dengan yang lain

No.	Jawaban	Frekuensi (F)	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	0	0%
3.	Kurang Setuju	15	50%
4.	Setuju	15	50%
5.	Sangat Setuju	0	0%
Total		30	100%

Sumber : Data angket yang diolah dengan SPSS 25, 2022

Berdasarkan data pada Tabel 4.30 di atas, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi responden tentang harga Mitsubishi Clot Diesel lebih murah di bandingkan dengan yang lain adalah setuju dengan jumlah 15 responden (50%), kemudian jawaban kurang setuju dengan 15 responden (05%), jawaban sangat setuju dengan 0 responden (0%), jawaban tidak setuju dengan 0 responden (0%), serta jawaban sangat tidak setuju dengan 0 responden (0%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju dan kurang setuju bahwa harga Mitsubishi Clot Diesel di PT. Sumber Berlian Motors Mitsubishi Banjamasin lebih murah di bandingkan dengan yang lain.

Tabel 4.31
Tanggapan Responden tentang harga mobil Mitsubishi Cold Diesel yang dapat bersaing dengan mobil merek lain di kelasnya

No.	Jawaban	Frekuensi (F)	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	0	0%
3.	Kurang Setuju	7	23,3%
4.	Setuju	22	73,3%
5.	Sangat Setuju	1	3,3%

Total	30	100%
--------------	-----------	-------------

Sumber : Data angket yang diolah dengan SPSS 25, 2022

Berdasarkan data pada Tabel 4.31 di atas, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi responden tentang harga mobil Mitsubishi *Cold Diesel* yang dapat bersaing dengan mobil merek lain di kelasnya adalah setuju dengan jumlah 22 responden (73,3%), kemudian jawaban kurang setuju dengan 7 responden (23,3%), jawaban sangat setuju dengan 1 responden (3,3%), jawaban tidak setuju dengan 0 responden (0%), serta jawaban sangat tidak setuju dengan 0 responden (0%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa harga mobil Mitsubishi *Cold Diesel* di PT. Sumber Berlian Motors Mitsubishi Banjamasin yang dapat bersaing dengan mobil merek lain di kelasnya.

Tabel 4.32
Tanggapan Renponden tentang Mitsubishi *Cold Diesel* memberikan diskon pada transaksi tertentu

No.	Jawaban	Frekuensi (F)	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	0	0%
3.	Kurang Setuju	9	30%
4.	Setuju	21	70%
5.	Sangat Setuju	0	0%
Total		30	100%

Sumber : Data angket yang diolah dengan SPSS 25, 2022

Berdasarkan data pada Tabel 4.32 di atas, dapat diketahui bahwa jawaban tertinggi responden tentang Mitsubishi *Cold Diesel* memberikan diskon pada transaksi tertentu sebagai jawaban atas kebutuhan mobilisasi sehari-hari adalah setuju dengan jumlah 21 responden (70%), kemudian jawaban kurang setuju dengan 9

responden (30%), jawaban sangat setuju dengan 0 responden (0%), jawaban tidak setuju dengan 0 responden (0%), serta jawaban sangat tidak setuju dengan 0 responden (0%). Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden setuju bahwa Mitsubishi *Cold Diesel* di PT. Sumber Berlian Motors Mitsubishi Banjamasin memberikan diskon pada transaksi tertentu.

2. Hasil Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kesahian suatu instrumen. Suatu instrumen dikatakan valid jika mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Validitas (Arikunto, 2002:146) diuji dengan cara menghitung korelasi antar skor masing-masing pertanyaan dengan skor total dengan menggunakan rumus Korelasi Product Moment. Bila $r_{hitung} > r_{tabel}$ berarti data tersebut signifikan atau valid dan layak digunakan dalam pengujian hipotesis penelitian. Hasil uji validitas ditampilkan sebagai berikut :

Tabel 4.33
Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Indikator	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Y1	0,628	0,361	Valid
Y2	0,629	0,361	Valid
Y3	0,724	0,361	Valid
Y4	0,595	0,361	Valid
Y5	0,699	0,361	Valid

Sumber : Data angket yang diolah dengan SPSS 25, 2022

Tabel 4.34
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1)

Indikator	<i>r</i> hitung	<i>r</i> tabel	Keterangan
X1.1	0,671	0,361	Valid
X1.2	0,502	0,361	Valid
X1.3	0,676	0,361	Valid
X1.4	0,705	0,361	Valid
X1.5	0,698	0,361	Valid

Sumber : Data angket yang diolah dengan SPSS 25, 2022

Tabel 4.35
Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Merek (X2)

Indikator	<i>r</i> hitung	<i>r</i> tabel	Keterangan
X2.1	0,663	0,361	Valid
X2.2	0,524	0,361	Valid
X2.3	0,743	0,361	Valid
X2.4	0,756	0,361	Valid
X2.5	0,860	0,361	Valid

Sumber : Data angket yang diolah dengan SPSS 25, 2022

Tabel 4.36
Hasil Uji Validitas Variabel Asosiasi Merek (X3)

Indikator	<i>r</i> hitung	<i>r</i> tabel	Keterangan
X3.1	0,757	0,361	Valid
X3.2	0,777	0,361	Valid
X3.3	0,649	0,361	Valid
X3.4	0,660	0,361	Valid
X3.5	0,678	0,361	Valid

Sumber : Data angket yang diolah dengan SPSS 25, 2022

Tabel 4.37
Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X4)

Indikator	<i>r</i> hitung	<i>r</i> tabel	Keterangan
X4.1	0,699	0,361	Valid
X4.2	0,613	0,361	Valid
X4.3	0,685	0,361	Valid
X4.4	0,585	0,361	Valid
X4.5	0,701	0,361	Valid

Sumber : Data angket yang diolah dengan SPSS 25, 2022

Berdasarkan tabel-tabel di atas menunjukkan bahwa semua indikator pertanyaan pada variabel Keputusan Pembelian (Y), Kualitas Produk (X1), Loyalitas Merek (X2), Asosiasi Merek (X3), dan Harga (X4) memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel} = 0,361$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semua indikator pertanyaan pada kelima variabel penelitian dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji apakah instrumen yang digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data dan kesimpulan yang sama. Uji reliabilitas berhubungan dengan konsistensi, akurasi atau ketepatan peramalan dari hasil penelitian. Menurut Ghazali (2005:42), suatu instrumen dikatakan reliabel (handal) jika memiliki koefisien kehandalan atau Cronbach's Alpha $> 0,60$. Hasil uji reliabilitas dari masing-masing variabel ditampilkan sebagai berikut :

Tabel 4.38
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.657	5

Sumber : Data angket yang diolah dengan SPSS 25, 2022

Tabel 4.39
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.662	5

Sumber : Data angket yang diolah dengan SPSS 25, 2022

Tabel 4.40
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Merek (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.760	5

Sumber : Data angket yang diolah dengan SPSS 25, 2022

Tabel 4.41
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Asosiasi Merek (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.743	5

Sumber : Data angket yang diolah dengan SPSS 25, 2022

Tabel 4.42
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (X4)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.671	5

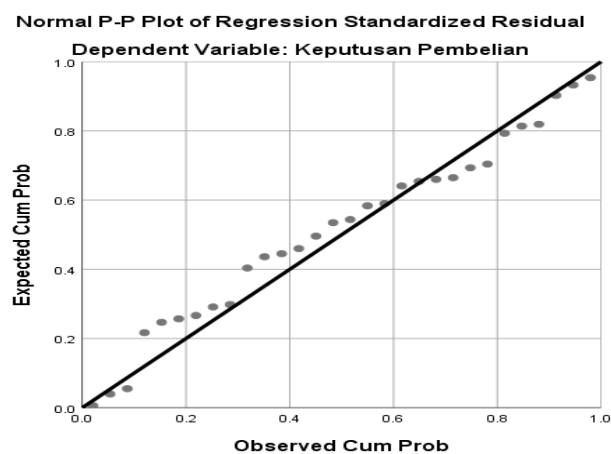
Sumber : Data angket yang diolah dengan SPSS 25, 2022

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada masing-masing variabel di atas, diperoleh variabel Keputusan Pembelian (Y) dengan 5 indikator memiliki nilai *Cornbach's Alpha* sebesar 0,657, Kualitas Produk (X1) dengan 5 indikator memiliki nilai *Cornbach's Alpha* sebesar 0,662, Loyalitas Merek (X2) dengan 5 indikator memiliki nilai *Cornbach's Alpha* sebesar 0,760, Asosiasi Merek (X3) dengan 5 indikator memiliki nilai *Cornbach's Alpha* sebesar 0,743, dan Harga (X4) dengan 5 indikator memiliki nilai *Cornbach's Alpha* sebesar 0,671. Karena semua nilai *Cornbach's Alpha* $> 0,60$, maka dapat disimpulkan bahwa semua indikator variabel yang terdapat di penelitian ini adalah reliabel (dapat diandalkan atau dipercaya).

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji uormalitas data digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Deteksi normal dilakukan dengan penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Hasil uji grafik normalitas terlihat pada gambar berikut :



Gambar 4.4 Grafik Uji Normalitas

Sumber : Data angket yang diolah dengan SPSS 25, 2022

Berdasarkan Gambar di atas, diketahui bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Selain itu juga dilakukan uji normalitas menggunakan *Kolmogorov Smirnov Test*, dengan hasil uji sebagai berikut :

Tabel 4.43
Hasil Kolmogorov Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.06926532
Most Extreme Differences	Absolute	.100
	Positive	.082
	Negative	-.100
Test Statistic		.100
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 angket yang diolah dengan SPSS 25, 2022

Berdasarkan hasil output pada Tabel 4.43 di atas, dapat diketahui nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200. Maka dapat disimpulkan bahwa data model regresi pada penelitian ini berdistribusi normal, karena memiliki nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* = $0,200 > \alpha = 0,05$.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak ditemukan korelasi diantara variabel bebas (independen) atau dengan kata lain tidak terjadi multikolinearitas. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai dari *tolerance* dan VIF, dalam hal ini apabila nilai *Tolerance* $> 0,10$ dan *VIF* < 10 maka dapat disimpulkan tidak

terjadi multikolinearitas pada model regresi. Hasil uji multikolinearitas tampak pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.44
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1		
(Constant)		
Kualitas Produk	.491	2.038
Loyalitas Merek	.855	1.170
Asosiasi Merek	.476	2.100
Harga	.804	1.244

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

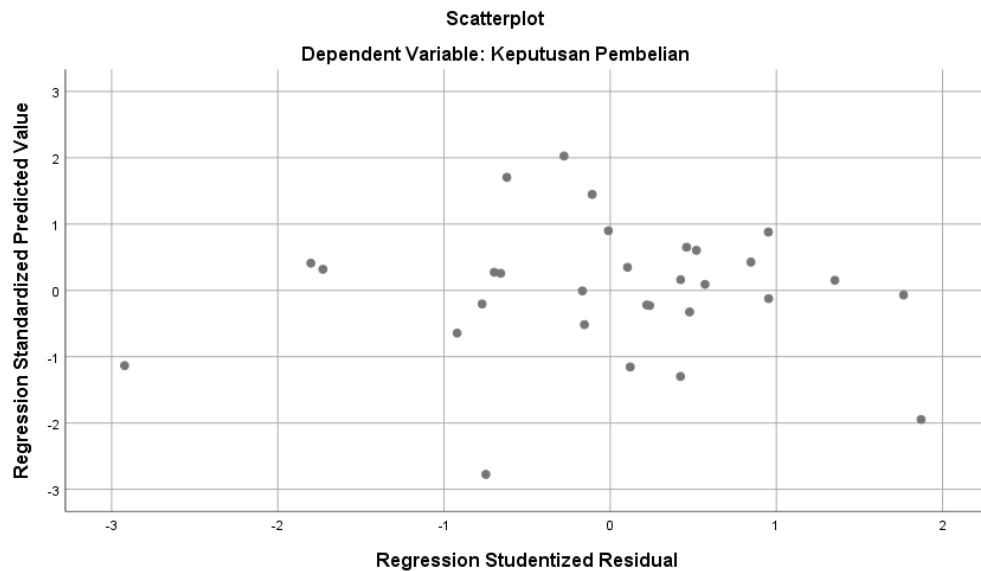
Sumber : Data angket yang diolah dengan SPSS 25, 2022

Berdasarkan hasil output pada Tabel 1.44 di atas, dapat diketahui bahwa variabel semua variabel bebas (independen) Kualitas Produk (X1), Loyalitas Merek (X2), Asosiasi Merek (X3), dan Harga (X4) memiliki nilai *Tolerance* > 0,10 dan *VIF* < 10. Hasil ini menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada model regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Cara untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat yaitu ZPRED dengan

residualnya SRESID. Hasil uji heteroskedastisitas tampak pada gambar berikut :



Gambar 4.5 Grafik Uji Heteroskedastisitas
Sumber : Data angket yang diolah dengan SPSS 25, 2022

Berdasarkan Gambar di atas, terlihat bahwa tidak terdapat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka nol pada sumbu Y, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda pada penelitian ini digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan variabel terikat (Keputusan Pembelian (Y).) apabila variabel bebas (Kualitas Produk (X1), Loyalitas Merek (X2), Asosiasi Merek (X3), dan Harga (X4)) yang menjadi indikatornya. Analisis ini juga digunakan untuk membuktikan sejauh mana pengaruh Kualitas Produk (X1), Loyalitas Merek (X2),

Asosiasi Merek (X3), dan Harga (X4) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Adapun hasil dari uji analisis regresi linear berganda dari data ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.45
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	6.032	3.151	
	Kualitas Produk	.359	.130	.370
	Loyalitas Merek	.446	.096	.471
	Asosiasi Merek	.322	.133	.328
	Harga	-.393	.151	-.273

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data angket yang diolah dengan SPSS 25, 2022

Berdasarkan hasil output pada Tabel 4.45 di atas, didapatkan persamaan regresi penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

$$Y = 6,032 + 0,359X_1 + 0,446X_2 + 0,322X_3 - 0,393X_4 + e$$

Penjelasan:

- a. Konstanta (a) = 6,032, yang berarti apabila Kualitas Produk (X1), Loyalitas Merek (X2), Asosiasi Merek (X3), dan Harga (X4) bernilai 0 (nol), maka Keputusan Pembelian (Y) sebesar 6,032.
- b. Koefisien regresi (β_1) Kualitas Produk (X1) = 0,359. Artinya setiap terdapat peningkatan Kualitas Produk (X1) sebesar 1 satuan, maka Keputusan Pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,359 satuan. Pada kasus ini Kualitas Produk (X1) dan Keputusan Pembelian (Y) memiliki hubungan yang positif, sehingga apabila Kualitas Produk

- (X1) mengalami peningkatan, maka Keputusan Pembelian (Y) juga akan meningkat atau bertambah.
- c. Koefisien regresi (β_2) Loyalitas Merek (X2) = 0,446. Artinya setiap terdapat peningkatan Loyalitas Merek (X2) sebesar 1 satuan, maka Keputusan Pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,446 satuan. Pada kasus ini Loyalitas Merek (X2) dan Keputusan Pembelian (Y) memiliki hubungan yang positif, sehingga apabila Loyalitas Merek (X2) mengalami peningkatan, maka Keputusan Pembelian (Y) juga akan meningkat atau bertambah.
- d. Koefisien regresi (β_3) Asosiasi Merek (X3) = 0,322. Artinya setiap terdapat peningkatan Asosiasi Merek (X3) sebesar 1 satuan, maka Keputusan Pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,322 satuan. Pada kasus ini Asosiasi Merek (X3) dan Keputusan Pembelian (Y) memiliki hubungan yang positif, sehingga apabila Asosiasi Merek (X3) mengalami peningkatan, maka Keputusan Pembelian (Y) juga akan meningkat atau bertambah.
- e. Koefisien regresi (β_4) Harga (X4) = -0,393. Artinya setiap terdapat peningkatan Harga (X4) sebesar 1 satuan, maka Keputusan Pembelian (Y) akan menurun sebesar 0,393 satuan. Pada kasus ini Harga (X4) dan Keputusan Pembelian (Y) memiliki hubungan yang negatif, sehingga apabila Harga (X4) mengalami peningkatan, maka Keputusan Pembelian (Y) akan menurun atau berkurang.

5. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas dapat menjelaskan variable terikat. Yaitu seberapa besar kemampuan Kualitas Produk (X1), Loyalitas Merek (X2), Asosiasi Merek (X3), dan Harga (X4) dapat menjelaskan Keputusan Pembelian (Y). Hasil dari uji koefisien determinasi (R^2) adalah sebagai berikut:

Tabel 4.46
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.883 ^a	.780	.745	1.15163
a. Predictors: (Constant), Harga, Loyalitas Merek, Kualitas Produk, Asosiasi Merek				
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian				

Sumber : Data angket yang diolah dengan SPSS 25, 2022

Berdasarkan Tabel 4.46 di atas, dapat diketahui nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,883, yang berarti bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat antar variabel penelitian. Selain itu diperoleh nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,780 atau 78,0%. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1), Loyalitas Merek (X2), Asosiasi Merek (X3), dan Harga (X4) dapat menjelaskan variasi dari variabel Keputusan Pembelian (Y) sebesar 78,0%, sedangkan sisanya yaitu 22,0% (100% - 78,0%) dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan (uji F) bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel bebas secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Ketentuannya, jika pada hasil $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau nilai $Sig. < \alpha = 0,05$, maka semua variabel bebas tersebut berpengaruh signifikan secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel terikat. Adapun hipotesis awal dari uji simultan (uji F) adalah sebagai berikut:

- 1) H_0 : Variabel Kualitas Produk (X1), Loyalitas Merek (X2), Asosiasi Merek (X3), dan Harga (X4) tidak berpengaruh signifikan secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).
- 2) H_a : Variabel Kualitas Produk (X1), Loyalitas Merek (X2), Asosiasi Merek (X3), dan Harga (X4) berpengaruh signifikan secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).

Hasil uji simultan (uji F) adalah sebagai berikut :

Tabel 4.47
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	117.643	4	29.411	22.176	.000 ^b
	Residual	33.157	25	1.326		
	Total	150.800	29			

- a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
 b. Predictors: (Constant), Harga, Loyalitas Merek, Kualitas Produk, Asosiasi Merek

Sumber : Data angket yang diolah dengan SPSS 25, 2022

Rumus $F_{tabel(\alpha;k-1;n-k-1)} = F_{tabel(0,05;4-1;30-4-1)}$ adalah:

$$F_{tabel(0,05;3;25)} = 2,991$$

Berdasarkan Tabel 4.47, didapatkan nilai F_{hitung} sebesar 22,176, dengan nilai $Sig.$ sebesar 0,000. Karena nilai F_{hitung} ($22,176$) $> F_{tabel}$ ($2,991$), dan nilai $Sig.$ ($0,000$) $< \alpha$ ($0,05$), maka H_0 ditolak, dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1), Loyalitas Merek (X2), Asosiasi Merek (X3), dan Harga (X4) berpengaruh signifikan secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).

c. Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial (uji t) bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel bebas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Ketentuannya, apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau nilai $Sig. < \alpha = 0,05$, maka variabel bebas tersebut berpengaruh signifikan secara parsial atau sendiri-sendiri terhadap variabel terikat. Adapun hipotesis awal dari uji parsial (uji t) ini adalah sebagai berikut:

- 1) H_0 : Variabel Kualitas Produk (X1), Loyalitas Merek (X2), Asosiasi Merek (X3), dan Harga (X4) tidak berpengaruh

signifikan secara parsial terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).

- 2) H_a : Variabel Kualitas Produk (X1), Loyalitas Merek (X2), Asosiasi Merek (X3), dan Harga (X4) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).

Hasil uji parsial (uji t) dipaparkan sebagai berikut:

Tabel 4.48
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	6.032	3.151		1.914	.067
	Kualitas Produk	.359	.130	.370	2.766	.011
	Loyalitas Merek	.446	.096	.471	4.643	.000
	Asosiasi Merek	.322	.133	.328	2.417	.023
	Harga	-.393	.151	-.273	-2.609	.015

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data angket yang diolah dengan SPSS 25, 2022

Rumus $t_{tabel(\frac{\alpha}{2}; n-k-1)} = t_{tabel(\frac{0,05}{2}; 30-4-1)}$ untuk hipotesis dua arah:

$$t_{tabel(0,025;25)} = 2,060$$

- 1) Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan Tabel 4.48 di atas, dapat diketahui bahwa nilai *t*hitung Kualitas Produk (X1) adalah sebesar 2,766, dengan nilai *Sig.* sebesar 0,011. Karena nilai *t*hitung (2,766) > *t*tabel (2,060), dan nilai *Sig.* (0,011) < α (0,05), maka H_0 ditolak, dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk

(X1) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y).

2) Pengaruh Loyalitas Merek terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan Tabel 4.48 di atas, dapat diketahui bahwa nilai *t*hitung Loyalitas Merek (X2) adalah sebesar 4,643, dengan nilai *Sig.* sebesar 0,000. Karena nilai *t*hitung (4,643) > *t*tabel (2,060), dan nilai *Sig.* (0,000) < α (0,05), maka H_0 ditolak, dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa Loyalitas Merek (X2) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y).

3) Pengaruh Asosiasi Merek terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan Tabel 4.48 di atas, dapat diketahui bahwa nilai *t*hitung Asosiasi Merek (X3) adalah sebesar 2,417, dengan nilai *Sig.* sebesar 0,023. Karena nilai *t*hitung (2,417) > *t*tabel (2,060), dan nilai *Sig.* (0,023) < α (0,05), maka H_0 ditolak, dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa Asosiasi Merek (X3) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y).

4) Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan Tabel 4.48 di atas, dapat diketahui bahwa nilai *t*hitung Harga (X4) adalah sebesar -2,609, dengan nilai *Sig.* sebesar 0,015. Karena nilai *t*hitung (-2,609) < *t*tabel (2,060), dan nilai *Sig.* (0,015) < α (0,05), maka H_0 ditolak, dan H_a diterima,

sehingga dapat disimpulkan bahwa Harga (X4) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian (Y).

D. Hasil Analisis Data

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, loyalitas merek, asosiasi merek, dan harga terhadap keputusan pembelian produk pada konsumen mobil mitsubishi di PT. Sumber Berlian Motors mitsubishi Banjarmasin. Pembahasan kesemua variable disajikan sebagai berikut:

1. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk pada konsumen mobil mitsubishi di PT. Sumber Berlian Motors mitsubishi Banjarmasin

Berdasarkan hasil analisis pengaruh kualitas produk (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y), dapat diketahui bahwa hasil t_{hitung} adalah 2,766. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variable kualitas berpengaruh signifikan secara parsial terhadap tingakt keputusan nasabah. Dikarenakan nilai $t_{hitung} = 2,766$ lebih besar dari $t_{tabel} = 2,060$. Dan nilai $sig = 0,011$ lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Indikator mobil mitsubiai *Colt Diesel* sudah dikenal oleh masyarakat dan memiliki suku cadang yang mudah di dapatkan memiliki nilai range tinggi pada jawaban responden artinya indikator ini memberi pengaruh yang besar kepada konsumen untuk membeli mobil mitsubishi *Colt Diesel*. Adapun mobil mitsubishi *Colt Diesel* sudah dikenal oleh masyarakat memiliki

skor paling tinggi dibandingkan pernyataan lain, hal ini disebabkan karena kendaraan niaga memang yang diutamakan adalah tenaga yang besar, fitur kenyamanan, kemudian perawatan dan layanan purna jual dan itu semua dimiliki mobil mitsubishi. Skor terendah yaitu mobil mitsubishi cold disel cukup irit bahan bakar.

2. Pengaruh loyalitas merek terhadap keputusan pembelian produk pada konsumen mobil mitsubishi di PT. Sumber Berlian Motors mitsubishi Banjarmasin

Berdasarkan hasil analisis pengaruh loyalitas merek (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y), dapat diketahui bahwa hasil t_{hitung} adalah 4,643. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variable loyalitas berpengaruh signifikan secara parsial terhadap tingkat keputusan nasabah. Dikarenakan nilai $t_{hitung} = 4,643$ lebih besar dari $t_{tabel} = 2,060$. Dan nilai $sig = 0,000$ lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. loyalitas merek merupakan factor dominan yang paling berpengaruh diantara variable, kualitas produk, asosiasi merek dan harga. Indikator responden setia kepada mobil *Colt Diesel* dalam menjalankan bisnis memiliki skor yang paling tinggi dibandingkan pertanyaan lain, hal ini disebabkan karena responden setia menggunakan mobil mitsubishi *Colt Diesel* dalam menjalankan aktivitas kerja dan sudah mempercayakan dalam hal kekuatan mobil tersebut sangat baik untuk digunakan dalam persoalan angkutan berat baik dari segi pertambangan, perkebunan maupun perdagangan. Skor terendah berada pada indikator konsumen

tidak akan beralih ke merek mobil lain. Meskipun mobil Mitsubishi menawarkan harga yang lebih murah dari merek lain tapi dalam segi kualitas kekuatan dan ketahanan hampir sama dengan merek yang lain maka pembeli akan cenderung ke merek lain karena harga murah

3. Pengaruh asosiasi merek terhadap keputusan pembelian produk pada konsumen mobil mitsubisi di PT. Sumber Berlian Motors mitsubisi Banjarmasin

Berdasarkan hasil analisis pengaruh asosiasi merek (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y), dapat diketahui bahwa hasil t_{hitung} adalah 2,417. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variable asosiasi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap tingkat keputusan nasabah. Dikarenakan nilai $t_{hitung} = 2,417$ lebih besar dari $t_{tabel} = 2,060$. Dan nilai $sig = 0,023$ lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Indikator responden Anda mudah mengingat mobil Mitsubishi *Cold Diesel* karena salah satu orang menggunakannya, memiliki skor yang paling tinggi dibandingkan pernyataan lain, hal ini disebabkan karena responden mudah mengingat mobil Mitsubishi *Cold Diesel* karena salah satu orang menggunakannya dan sudah sangat percaya dalam hal kekuatan mobil, kenyamanan baik untuk digunakan dalam persoalan angkutan berat baik dari segi pertambangan, perkebunan maupun perdagangan. Skor terendah berada pada indikator asosiasi merek untuk menjaga kredibilitas konsumen, meskipun perusahaan Mitsubishi

telah berupaya melakukan asosiasi merek untuk menjaga kredibilitas konsumen tapi masih ada kekurangan dalam hal periklanan.

4. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk pada konsumen mobil mitsubishi di PT. Sumber Berlian Motors mitsubishi Banjarmasin.

Berdasarkan hasil analisis pengaruh asosiasi merek (X_4) terhadap keputusan pembelian (Y), dapat diketahui bahwa hasil t_{hitung} adalah 2,609. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variable harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap tingkat keputusan nasabah. Dikarenakan nilai $t_{hitung} = -2,609$ lebih kecil dari $t_{tabel} = 2,060$ di karenakan negatif maka dibalik. Dan nilai $sig = 0,015$ lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Indikator responden Harga mobil Mitsubishi *Cold Diesel* yang dapat bersaing dengan mobil merek lain di kelasnya memiliki skor yang paling tinggi dibandingkan pernyataan lain di kelasnya hal ini karena mobil Mitsubishi lebih murah dengan segi kualitas yang lebih baik dari merek lain walupun mobil merek lain lebih murah tapi rata-rata dalam segi kualitas masih dibawah mitsubishi. Skor terendah berada pada indikator Harga Mitsubishi *Clot Diesel* lebih murah di bandingkan dengan yang lain meskipun mobil Mitsubishi memiliki kualitas yang lebih baik dari yang lain tapi dalam segi harga masih ada yang di bawah Mitsubishi.