

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Subyek Penelitian

Penyebaran kuesioner dimulai dari tanggal 1 Desember 2013 – 7 Desember 2013 di Kecamatan Gamping Yogyakarta dengan responden seluruh warga Kecamatan Gamping dalam kategori dewasa yang memiliki sepeda motor Yamaha dan siap untuk dijadikan sebagai responden. Kuesioner yang disebar berjumlah 115 kuesioner, dan dilakukan secara random. Dari seluruh kuesioner yang disebar terdapat 8 kuesioner yang tidak terisi lengkap dan dinyatakan gugur, sehingga kuesioner yang siap diolah berjumlah 107. Sesuai dengan jumlah sampel yang telah ditentukan pada bab sebelumnya, maka dari 101 kuesioner hanya 100 kuesioner saja yang akan diolah lebih lanjut.

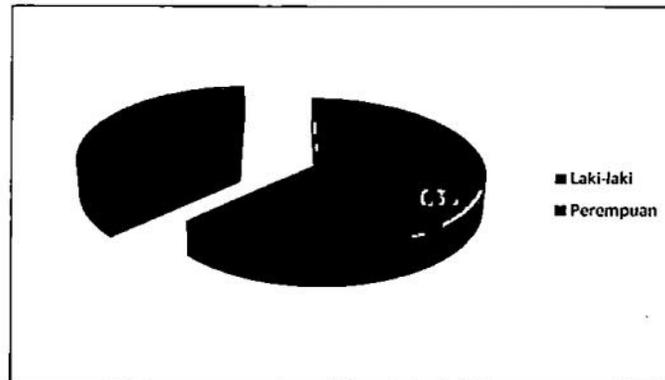
1. Jenis Kelamin

Hasil penyebaran kuesioner menunjukkan bahwa 63% atau 63 orang dari responden berjenis kelamin laki-laki dan sisanya sebesar 27% atau 27 responden berjenis kelamin perempuan. Persentase dan jumlah responden dapat dilihat pada tabel dan gambar berikut ini:

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
Laki-laki	63	63%
Perempuan	37	37%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah (2014).



Gambar 4.1
Jenis Kelamin Responden
Sumber: Data primer yang diolah (2014).

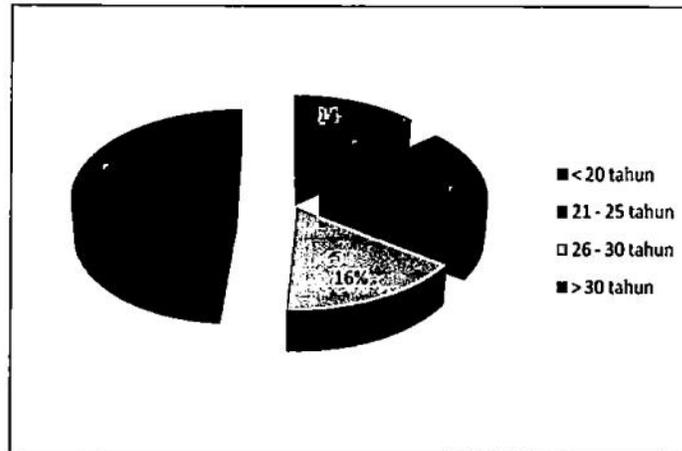
2. Usia

Penggolongan responden berdasarkan usia, menunjukkan bahwa 14% atau sejumlah 14 orang berusia kurang dari 20 tahun, 21% berusia 20 sampai 25 tahun, 16% berusia 26-30 tahun dan sisanya sebesar 49% berusia kurang dari 30 tahun. Persentase dan jumlah responden dapat dilihat pada tabel dan gambar berikut ini:

Tabel 4.2
Usia Responden

Usia	Jumlah	Persentase (%)
< 20 tahun	14	14%
21 - 25 tahun	21	21%
26 - 30 tahun	16	16%
> 30 tahun	49	49%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah (2014).



Gambar 4.2

Usia Responden

Sumber: Data primer yang diolah (2014).

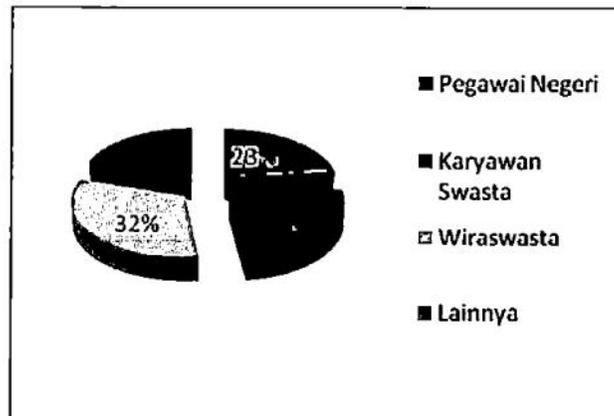
3. Pekerjaan

Pekerjaan responden dalam penelitian ini, terbagi menjadi empat kelompok yaitu 23% atau 23 orang responden bekerja sebagai pegawai negeri, 25% responden atau 25 orang bekerja sebagai karyawan swasta, 32% atau 32 orang bekerja sebagai wiraswasta dan sisanya sebesar 20% atau 20 orang lainnya mempunyai pekerjaan selain pekerjaan tersebut. Persentase dan jumlah responden dapat dilihat pada tabel dan gambar berikut ini:

Tabel 4.3
Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
Pegawai Negeri	23	23%
Karyawan Swasta	25	25%
Wiraswasta	32	32%
Lainnya	20	20%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah (2014).



Gambar 4.3

Pekerjaan Responden

Sumber: Data primer yang diolah (2014).

4. Pengeluaran

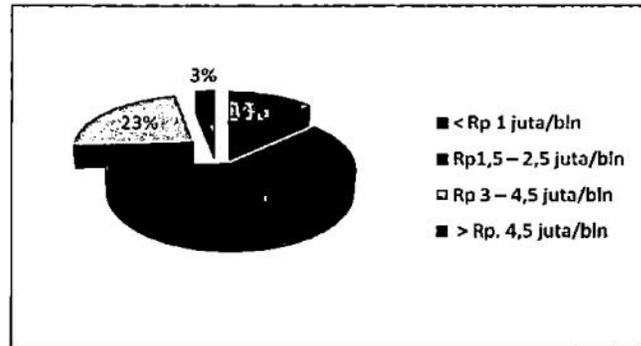
Rata-rata pengeluaran per bulan responden terbagi menjadi empat kelompok, yaitu 13% atau sebesar 13 orang responden berpengeluaran kurang dari Rp. 1.000.000,00 kemudian 61% responden berpengeluaran antara Rp. 1.500.000,00 – Rp. 2.500.000,00 dan 23% responden berpengeluaran sebesar Rp. 3.000.000,00 – Rp.4.500.000,00 sedangkan sisanya sebesar 3% atau 3 orang responden mempunyai rata-rata pengeluaran lebih besar dari Rp. 4.500.000,00. Persentase dan jumlah responden dapat dilihat pada tabel dan gambar berikut ini:

Tabel 4.4

Rata-rata Pengeluaran Responden Per Bulan

Pengeluaran	Jumlah
< Rp 1 juta/bln	13
Rp1,5 – 2,5 juta/bln	61
Rp 3 – 4,5 juta/bln	23
> Rp. 4,5 juta/bln	3
Total	100

Sumber: Data primer yang diolah (2014).



Gambar 4.4
Rata-rata Pengeluaran Responden Per Bulan
Sumber: Data primer yang diolah (2014).

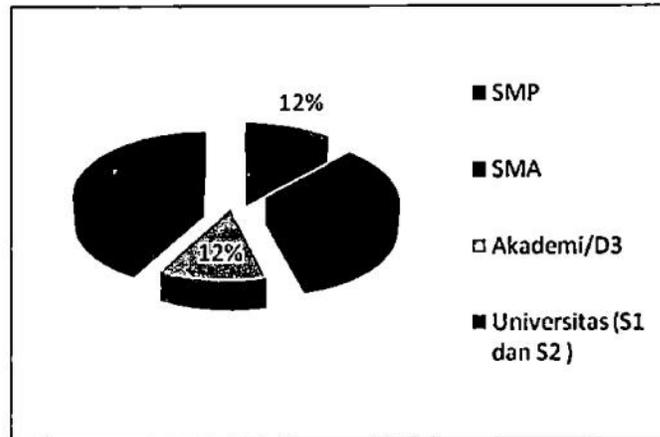
5. Pendidikan

Latar belakang pendidikan responden dalam penelitian ini 12% dari mereka berpendidikan SMP, 34% dari mereka berlatar pendidikan SMA, 12% dari mereka berpendidikan akademi/D3 dan sisanya sebesar 42% berpendidikan S1 dan S2. Persentase dan jumlah responden dapat dilihat pada tabel dan gambar berikut ini:

Tabel 4.5
Pendidikan Terakhir Responden

Pendidikan	Jumlah
SMP	12
SMA	34
Akademi/D3	12
Universitas (S1 dan S2)	42
Total	100

Sumber: Data primer yang diolah (2014).



Gambar 4.5
Pendidikan Terakhir Responden
Sumber: Data primer yang diolah (2014).

B. Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana suatu alat uji mengukur apa yang harus diukur. Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan skor butir pada kuesioner dengan skor totalnya. Suatu *item* dikatakan *valid* jika $sig.(2\text{ tailed}) < \alpha (0,05)$. Berikut ini adalah hasil uji validitas untuk masing-masing variabel.

a. Validitas Persepsi Kualitas Produk (X_1)

Sebuah data dikatakan *valid* jika nilai signifikansi lebih kecil dari *alpha*, atau taraf signifikansi $< 0,05$. Hasil pengujian validitas persepsi kualitas produk dapat dilihat melalui tabel 4.6 di bawah ini.

Tabel 4.6

Hasil Pengujian Validitas Variabel Persepsi Kualitas Produk

No.	<i>Pearson Correlation</i>	<i>P-Value</i>	Keterangan
P1	0,648	0,000	Valid
P2	0,728	0,000	Valid
P3	0,705	0,000	Valid
P4	0,799	0,000	Valid
P5	0,836	0,000	Valid
P6	0,822	0,000	Valid
P7	0,806	0,000	Valid
P8	0,672	0,000	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah (2014).

Pada tabel tersebut terlihat masing-masing nilai *sig.(2 tailed)* bernilai 0,000 untuk pertanyaan nomor 1 sampai dengan pertanyaan nomor 8, sehingga $0,000 < 0,05$ sehingga masing-masing item pertanyaan pada variabel persepsi kualitas produk dinyatakan *valid*.

b. Validitas Harga

Tabel 4.7
Hasil Pengujian Validitas Variabel Harga

No.	<i>Pearson Correlation</i>	<i>P-Value</i>	Keterangan
P1	0,648	0,000	Valid
P2	0,728	0,000	Valid
P3	0,705	0,000	Valid
P4	0,799	0,000	Valid

Sumber: Data primer yang diolah (2014).

Tabel 4.7 di atas merupakan hasil pengujian validitas variabel harga. Pada butir pertanyaan tersebut, mulai dari pertanyaan nomor 1 sampai dengan pertanyaan nomor 4 mempunyai nilai *sig.(2 tailed)* sebesar 0,000 sehingga $0,000 < 0,05$. Jadi, dapat dikatakan masing-masing item pertanyaan pada variabel harga adalah valid.

c. Validitas Minat Membeli Ulang

Butir pertanyaan minat membeli ulang pada pertanyaan nomor 1 sampai dengan pertanyaan nomor 4, mempunyai nilai *sig.(2 tailed)* sebesar 0,000 sehingga lebih kecil dari 0,05. Jadi masing-masing item pertanyaan pada variabel minat membeli ulang telah memenuhi uji validitas. Berikut ini adalah tabel nilai *sig.(2 tailed)* pada masing-masing item pertanyaan:

Tabel 4.8
Hasil Pengujian Validitas Variabel Minat Membeli Ulang

No.	<i>Pearson Correlation</i>	<i>P-Value</i>	Keterangan
P1	0,636	0,000	Valid
P2	0,609	0,000	Valid
P3	0,680	0,000	Valid
P4	0,651	0,000	Valid

Sumber: Data primer yang diolah (2014).

2. Uji Reliabilitas Data

Keandalan (reliabilitas) berkaitan dengan ketepatan dari prosedur pengukuran. Reliabilitas diukur dengan nilai *Cronbach Alpha*. Jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 berarti konstruk tersebut memenuhi uji reliabilitas.

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Persepsi Kualitas Produk	0,910	Reliabel
Harga	0,879	Reliabel
Minat Membeli Ulang	0,716	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah (2014).

Berdasarkan tabel 4.9 di atas, menunjukkan bahwa nilai *cronbach alpha* masing-masing variabel lebih besar dari 0,60 sehingga konstruk yang digunakan dalam penelitian ini reliabel.

3. Uji Hipotesis

a. Statistik Deskriptif

Tabel 4.10
Statistik Deskriptif

	Mean	Std. Deviation	N
Y	4.2500	.46737	100
X1	4.1809	.54443	100
X2	4.2400	.48058	100

Sumber: Data primer yang diolah (2014).

Berdasarkan tabel 4.10 di atas dapat diketahui jumlah data atau responden sebanyak 100 orang, dan rata-rata masing-masing variabel dapat dilihat pada tabel di bawah ini. Pada tabel tersebut menunjukkan nilai rata-rata variabel minat membeli ulang (Y) adalah sebesar 4,2500 dengan standar deviasi 0,46737 yang artinya nilai rata-rata variabel minat membeli ulang adalah sebesar 42,5%. Kemudian, rata-rata variabel persepsi kualitas produk (X₁) adalah 4,1890 yang artinya rata-rata persepsi kualitas produk besarnya adalah 42,89% dengan deviasi standar sebesar 0,544443 dan variabel harga mempunyai rata-rata 4,2400 yang artinya rata-rata besarnya variabel harga adalah 42,4% dengan deviasi standar sebesar 0,48058.

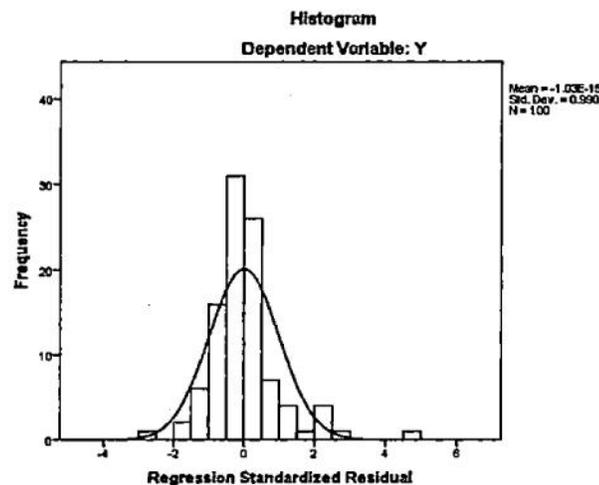
b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Linieritas

Cara umum yang sering dilakukan untuk melihat uji linieritas adalah dengan melihat histogram residual. Apabila histogram residual

berbentuk lonceng maka data dikatakan memenuhi uji linieritas. Selain dengan melihat histogram residual linieritas dapat dilihat dengan nilai signifikansi baris *linearity* pada tabel annova. Jika nilainya $< 0,05$ maka bersifat linear sehingga dapat disimpulkan memenuhi syarat linearitas.

Gambar di bawah ini merupakan *histogram residual* prengaruh X_1 dan X_2 terhadap Y yang berbentuk lonceng, sehingga dalam model ini memenuhi asumsi Linieritas.



Gambar 4.6
Hasil Uji Linieritas
Sumber: Data primer yang diolah (2014).

Selain itu, pada tabel linearitas menunjukkan nilai signifikansi baris linieritas sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga data dalam model ini memenuhi asumsi linieritas.

Tabel 4.11
Hasil Uji Linieritas X_1 Terhadap Y

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X1	(Combined)	6.579	13	.506	2.893	.002
	Between Groups	5.335	1	5.335	30.496	.000
	Deviation from Linearity	1.244	12	.104	.592	.843
	Within Groups	15.046	86	.175		
	Total	21.625	99			

Sumber: Data primer yang diolah (2014).

Tabel 4.12
Hasil Uji Linieritas X_2 Terhadap Y

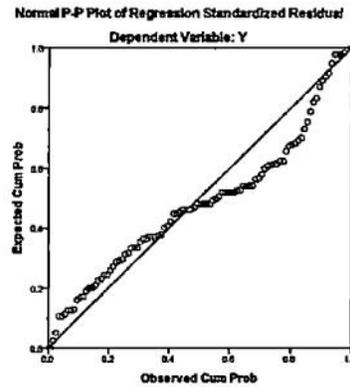
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X2	(Combined)	14.667	7	2.095	27.704	.000
	Between Groups	14.072	1	14.072	186.061	.000
	Deviation from Linearity	.595	6	.099	1.311	.260
	Within Groups	6.958	92	.076		
	Total	21.625	99			

Sumber: Data primer yang diolah (2014).

2) Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas dilakukan dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk suatu garis lurus diagonal dan *plotting* data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Apabila distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya mengikuti garis diagonalnya

Berikut ini adalah gambar hasil uji normalitas (grafik histogram) dalam penelitian ini:



Gambar 4.7

Hasil Uji Normalitas (grafik histogram)
Sumber: Data primer yang diolah (2014).

Berdasarkan gambar di atas, terbentuk kurva normal sehingga dikatakan dalam model regresi ini memenuhi uji normalitas data.

3) Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas merupakan keadaan dimana antara dua variabel independen atau lebih pada model regresi terjadi hubungan linier yang sempurna. Model regresi yang baik tidak mensyaratkan adanya multikolinieritas. Dampak yang diakibatkan dengan adanya multikolinieritas adalah nilai *standar eror* untuk masing-masing koefisien menjadi tinggi sehingga *t* hitung menjadi rendah, *standar error of estimate* akan semakin tinggi dengan bertambahnya variabel independen, dan pengaruh masing-masing sulit di deteksi. Untuk melihat ada tidaknya multikolinieritas dengan melihat nilai *tolerance* dan

VIF. Semakin kecil nilai *tolerance* dan semakin besar nilai VIF maka semakin mendekati terjadinya masalah multikolinieritas. Dalam banyak penelitian menyebutkan bahwa jika *tolerance* lebih dari 0,1 dan VIF kurang dari 10 maka tidak terjadi multikolinieritas. Dari tabel koefisien dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* pada seluruh variabel lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10 sehingga pada model ini tidak terjadi multikolinieritas.

Tabel 4.13
Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 X1	.917	1.090
X2	.917	1.090

Sumber: Data primer yang diolah (2014).

4) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* antar variabel independen dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka itu yang dinamakan dengan homoskedastisitas dan jika berbeda dinamakan heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Salah satu cara untuk melihat ada atau tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model regresi adalah dengan melihat grafik *scatterplot* antara

5) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi anggota sampel yang diurutkan berdasarkan waktu. Penyimpangan asumsi ini biasanya muncul pada observasi yang menggunakan *time series*. Untuk mendiagnosis adanya autokorelasi dalam suatu regresi dilakukan melalui pengujian terhadap nilai Durbin Watson (lihat tabel 4.3). Syarat tidak terjadi otokorelasi adalah $1 < DW < 3$ (Sufren & Yonathan Natanael, 2013: 109). Pada penelitian ini, nilai Durbin Watson adalah sebesar 2,225. Dengan demikian model ini memenuhi uji autokorelasi karena $1 < DW < 3$ atau $1 < 2,225 < 3$.

Tabel 4.14
Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.853 ^a	.727	.722	.24661	2.255

Sumber: Data primer yang diolah (2014).

4. Uji Hipotesis

a) Uji F

Uji F atau uji statistik simultan berfungsi untuk melihat sejauh mana seluruh variabel independen yang dimasukkan ke dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Untuk menentukan df_1 ($N1$) dan df_2 ($N2$) digunakan rumus $df_1 = k - 1$ sedangkan $df_2 = n - k$, dimana k adalah jumlah variabel (bebas + terikat) dan n adalah jumlah observasi/sampel pembentuk regresi.

Dalam penelitian ini, kita punya persamaan regresi dengan dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Jumlah sampel pembentuk regresi tersebut sebanyak 100. Maka $df_1 = k - 1 = 3 - 1 = 2$ sedangkan $df_2 = n - k = 100 - 3 = 97$. Pengujian dilakukan pada $\alpha = 5\%$, maka nilai F tabelnya adalah 3,09.

Pada penelitian ini nilai F hitung sebesar 129,296 dengan taraf signifikansi 0,05 lebih besar dari F tabel yaitu sebesar 3,09 sehingga disimpulkan dalam penelitian ini variabel persepsi kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) secara simultan berpengaruh terhadap minat membeli ulang (Y). Uji F dapat dilihat dari analisis Anova. Hasil Anova dapat dilihat pada tabel 4.16 berikut ini.

Tabel 4.16
Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	15.726	2	7.863	129.296	.000 ^b
Residual	5.899	97	.061		
Total	21.625	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Data primer yang diolah (2014).

b) Uji t

Uji t atau uji statistik parsial berfungsi untuk melihat sejauh mana seluruh variabel independen yang dimasukkan ke dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

Uji t ini dapat dilihat dari analisis Anova.

Tabel 4.15

Uji t

Model	t	Sig.
(Constant)	.892	.374
1 X1	5.215	.000
X2	13.071	.000

Sumber: Data primer yang diolah (2014).

Pada tabel 4.15 di atas diketahui besarnya nilai t hitung pada variabel persepsi kualitas produk (X_1) adalah sebesar $5,125 < 1,66023$ sehingga dapat disimpulkan secara parsial persepsi kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh terhadap minat membeli ulang produk sepeda motor bebek Yamaha, dan nilai t hitung pada variabel harga (X_2) adalah sebesar $13,071 > 1,66023$ dengan taraf signifikansi 0,000 sehingga dikatakan secara parsial persepsi harga berpengaruh terhadap minat membeli ulang, kemudian

c) Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai *adjusted R Square* (R^2) pada tabel 4.14 adalah 0,722 artinya 72,2% minat membeli ulang dipengaruhi oleh persepsi kualitas produk dan harga, sisanya sebesar 27,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

d) Persamaan Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda berguna untuk menganalisis pengaruh antara dua variabel independen atau lebih dengan satu variabel dependen. Hasil analisis regresi berganda dapat dilihat pada tabel 4.16 di bawah ini.

Tabel 4.16
Persamaan Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	.230	.257	
1 X1	.248	.048	.289
X2	.704	.054	.724

Sumber: Data primer yang diolah (2014).

Pada kolom *Unstandardized Coefficients* di atas persamaan regresi dapat dilihat melalui kolom beta (B), persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,289 X_1 + 0,724 X_2$$

Interpretasi persamaan tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Koefisien variabel persepsi kualitas produk (X_1) bernilai positif yaitu 0,289. Tanda positif berarti variabel bebas tersebut mempunyai pengaruh searah dengan variabel tidak bebas, artinya

jika kualitas produk semakin tinggi maka minat membeli ulang akan meningkat sebaliknya jika kualitas produk semakin rendah maka minat membeli ulang akan menurun.

- 2) Koefisien variabel harga (X_2) bernilai positif yaitu 0,742. Tanda positif berarti variabel bebas tersebut mempunyai pengaruh searah dengan variabel tidak bebas, artinya jika persepsi terhadap harga naik maka minat membeli ulang akan naik. Sebaliknya jika persepsi harga semakin rendah maka minat beli ulang akan rendah.

C. PEMBAHASAN

1. Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Terhadap Minat Membeli Ulang Produk Sepeda Motor Yamaha

Kualitas merupakan keseluruhan karakteristik produk dan jasa di mana produk dan jasa tersebut dalam pemakaiannya akan sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kualitas produk mempengaruhi konsumen untuk membeli ulang sepeda motor bebek Yamaha. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai signifikansi t sebesar $0,000 < 0,05$. Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh basrah Saidani & Samsul Arifin (2012) serta penelitian Kuntjara (2007) yang menyatakan bahwa secara empiris kualitas produk terbukti berpengaruh terhadap minat beli ulang.

2. Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Minat Membeli Ulang Produk

Sepeda Motor Yamaha

Harga (*price*) adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk barang atau jasa, atau jumlah nilai yang harus konsumen pertukarkan untuk mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Harga ditetapkan oleh pembeli dan penjual dengan tawar menawar. Para penjual akan meminta harga lebih mahal daripada yang mereka inginkan dan para pembeli akan menawar lebih murah daripada yang akan mereka bayarkan. Melalui tawar menawar, mereka akan sepakat untuk saling menyetujui jumlah harga tertentu.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga mempengaruhi konsumen untuk membeli ulang produk tersebut. Hal itu dibuktikan dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Herman Ahmadi (2013) yang menyatakan bahwa harga mempunyai pengaruh terhadap minat konsumen untuk membeli ulang.