

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Deskriptif Objek Penelitian

PT. Gratia Plena Mas Kayuagung adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan motor Honda yang telah berdiri sejak tahun 2012 dengan lokasi Jln Merdeka Kelurahan Mangunjaya Kec. Kayuagung Kab. Oki.

B. Karakteristik Responden

1. Profil Responden

Pada penelitian ini profil responden diperinci berdasarkan umur, jenis kelamin, penghasilan, dan pekerjaan.

Tabel 4.1
Profil Responden Berdasarkan Umur

Umur	Frekuensi	Persentase
19-20 Tahun	27	15
21-25 Tahun	43	24
26-30 Tahun	56	31
>30 Tahun	54	30
Total	180	100

Dari tabel 4.1 yaitu profil responden yang berdasarkan umur menjelaskan bahwasanya umur yang paling terbesar dalam penelitian ini adalah 26-30 tahun yaitu sebanyak 56 orang atau 31%, maka bisa ditarik kesimpulan bahwa rata rata usia responden sepeda motor honda pada PT. Gratia Plena Mas Kayuagung ialah umur 26-30 tahun.

Selanjutnya akan disajikan profil responden berdasarkan jenis kelamin responden bisa dilihat pada tabel 4.2 sebagai berikut:

Tabel 4.2
Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-Laki	103	57
Perempuan	77	43
Total	180	100

Dari tabel 4.2 jenis kelamin diatas dapat dilihat bahwa jenis kelamin yang terbesar dalam penelitian ini adalah laki-laki yaitu sebanyak 103 orang atau 57%, sedangkan perempuan sebanyak 77 orang atau 43%, jadi dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden sepeda motor honda pada PT. Gratia Plena Mas Kayuagung adalah laki-laki.

berikutnya disajikan profil responden berdasarkan penghasilan responden yang bisa dilihat pada tabel 4.3 yaitu:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

No.	Penghasilan	Jumlah	Persentase
1.	Rp 500.000 - Rp 1.500.000	27	15
2.	$\geq$ Rp 1.500.000	56	31
3.	$\geq$ Rp 2.500.000	43	24
4.	$\geq$ Rp 3.500.000	54	30
Total		180	100

Dari tabel 4.3 penghasilan menjelaskan bahwa penghasilan yang terbesar dalam penelitian ini yaitu penghasilan $\geq$ Rp 1.500.000 adalah sebanyak 56 orang atau 31%.

Selanjutnya disajikan profil responden berdasarkan pekerjaan responden yang dapat dilihat pada tabel 4.4 sebagai berikut:

Tabel 4.4
Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
PNS	44	24
Pegawai Swasta	47	26
Pelajar/ Mahasiswa	27	15
Wiraswasta	52	29
Lain-lain	10	6
Total	180	100

Dari tabel 4.4 ialah profil responden berdasarkan pekerjaan memaparkan bahwa pekerjaan yang terbesar pada penelitian ini ialah wiraswasta yaitu sebanyak 52 orang atau 29%, jadi bisa di tarik kesimpulan bahwa rata-rata pekerjaan responden sepeda motor honda pada PT. Gratia Plena Mas Kayuagung adalah wiraawasta.

C. Hasil Analisis Data

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Apabila seluruh instrument dari kuesioner yang diujikan sesuai maka instrument tersebut dikatakan valid. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan r hitung dengan r tabel dengan tingkat 5% yaitu 0,2084 jadi nilai r hitung harus lebih besar dari 0,2084. Hasil dari uji validitas ditunjukkan pada tabel Sebagai berikut:

1) Variabel Keluarga (X₁)

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Variabel Keluarga

<i>Item Pernyataan</i>	<i>Corrected Item-Total Correlations (r_{hitung})</i>	<i>R_{tabel} (alpha = 0,05)</i>	<i>Keterangan</i>
X1.1	0,605	0,1471	Valid
X1.2	0,685	0,1471	Valid
X1.3	0,600	0,1471	Valid
X1.4	0,541	0,1471	Valid
X1.5	0,459	0,1471	Valid
X1.6	0,481	0,1471	Valid
X1.7	0,357	0,1471	Valid
X1.8	0,584	0,1471	Valid

Berdasarkan tabel 4.5 di atas menunjukkan bahwa nilai *corrected item-total correlation* > *r_{tabel}*. Jadi bisa ditarik kesimpulan bahwa *item pernyataan* dinyatakan valid.

2) Variabel Motivasi(X₂)

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Variabel Motivasi

<i>Item Pernyataan</i>	<i>Corrected Item-Total Correlations (r_{hitung})</i>	<i>R_{tabel} (alpha = 0,05)</i>	<i>Keterangan</i>
X2.1	0,530	0,1471	Valid
X2.2	0,571	0,1471	Valid
X2.3	0,602	0,1471	Valid
X2.4	0,629	0,1471	Valid
X2.5	0,446	0,1471	Valid
X2.6	0,569	0,1471	Valid

Dari tabel 4.6 di atas menunjukkan bahwa nilai *corrected item-total correlation* > *r_{tabel}*. Jadi bisa ditarik kesimpulan bahwa *item pernyataan* dinyatakan valid.

3) Variabel Persepsi (X_3)

Tabel 4.7

Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi

<i>Item Pernyataan</i>	<i>Corrected Item-Total Correlations</i> (r_{hitung})	R_{tabel} ($\alpha = 0,05$)	Keterangan
X3.1	0,685	0,1741	Valid
X3.2	0,586	0,1741	Valid
X3.3	0,685	0,1741	Valid
X3.4	0,586	0,1741	Valid
X3.5	0,358	0,1741	Valid
X3.6	0,614	0,1741	Valid

Dari tabel 4.7 di atas menunjukkan bahwa nilai *corrected item-total correlation* $> r_{tabel}$. Jadi bisa ditarik kesimpulan bahwa *item* pernyataan dinyatakan valid.

4) Variabel Sikap (X_4)

Tabel 4.8

Hasil Uji Validitas Variabel Sikap

<i>Item Pernyataan</i>	<i>Corrected Item-Total Correlations</i> (r_{hitung})	R_{tabel} ($\alpha = 0,05$)	Keterangan
X4.1	0,511	0,1741	Valid
X4.2	0,588	0,1741	Valid
X4.3	0,430	0,1741	Valid
X4.4	0,488	0,1741	Valid
X4.5	0,501	0,1741	Valid
X4.6	0,632	0,1741	Valid
X4.7	0,438	0,1741	Valid
X4.8	0,517	0,1741	Valid

Dari tabel 4.8 di atas menunjukkan bahwa nilai *corrected item-total correlation* $> r_{tabel}$. Jadi bisa ditarik kesimpulan bahwa *item* pernyataan dinyatakan valid.

5) Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 4.9

Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

<i>Item Pernyataan</i>	<i>Corrected Item-Total Correlations</i> (r_{hitung})	R_{tabel} ($\alpha = 0,05$)	Keterangan
Y.1	0,428	0,1741	Valid
Y.2	0,517	0,1741	Valid
Y.3	0,586	0,1741	Valid
Y.4	0,530	0,1741	Valid
Y.5	0,510	0,1741	Valid
Y.6	0,577	0,1741	Valid
Y.7	0,578	0,1741	Valid
Y.8	0,514	0,1741	Valid

Dari tabel 4.9 di atas menunjukkan bahwa nilai *corrected item-total correlation* $> r_{tabel}$. Jadi bisa disimpulkan bahwa *item* pernyataan dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas instrument dapat dilihat dari besarnya nilai *cronbach alpha* pada setiap variabel. Kriteria yang digunakan ialah teknik *cronbach alpha* $> 0,60$. suatu variabel dikatakan reliabel jika menunjukkan nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0,60.

Tabel 4.10
Hasil Uji Reabilitas Instrumen

Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Minimal nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Keluarga (X1)	0,645	0,50	Reliabel
Motivasi (X2)	0,544	0,50	Reliabel
Persepsi (X3)	0,605	0,50	Reliabel
Sikap (X4)	0,599	0,50	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,634	0,50	Reliabel

ber: Pengolahan data primer, 2018

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel keluarga (X1), motivasi (X2), persepsi (X3), sikap (X4), keputusan pembelian (Y) memiliki nilai *cronbach alfa* lebih dari 0,50 dengan demikian seluruh variabel tersebut dapat dikatakan reliabel dan instrument yang diajukan dalam penelitian ini layak dijadikan sebagai alat untuk pengumpulan data.

D. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Jika data ternyata tidak berdistribusi normal, maka analisis nonparametrik dapat digunakan.

Tabel 4.11
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
Asymp. Sig. (2-tailed)	.986

a. Test distribution is Normal.

Berdasarkan tabel 4.11 diatas menunjukkan hasil uji normalitas pada penelitian ini melalui uji *Kolmogorov-Smirnov* adalah kelima variabel memperlihatkan hasil *Asymp.Sig* yaitu sebesar $0,986 > 0.05$. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa data yang digunakan berdistribusi normal dan lulus uji asumsi klasik normalitas.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi yang terbentuk ada korelasi yang lebih tinggi atau sempurna di antara variabel bebas atau tidak. Jika dalam model regresi yang terbentuk terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna diantara variabel bebas maka model tersebut dinyatakan mengandung gejala multikorelasi. Nilai yang dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah jika nilai $VIF < 10$ dan nilai *Tolerance* $> 0,10$, maka regresi bebas dari multikolinieritas.

Tabel 4.12
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1(Constant)		
KELUARGA	.855	1.170
MOTIVASI	.824	1.214
PERSEPSI	.960	1.042
SIKAP	.772	1.296

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

Berdasarkan tabel 4.12 diatas menunjukkan bahwa nilai dari toleransi dan nilai perhitungan VIF menunjukkan bahwa semua variabel bebas yang terdiri dari keluarga, motivasi, persepsi dan sikap memiliki nilai toleransi $>0,1$ dan $VIF < 10$. Maka dapat disimpulkan model regresi tersebut tidak terjadi multikolonieritas antar variabel bebas dalam model regresi yang digunakan dalam penelitian.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari suatu residual pada satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dalam penelitian ini pengujian dilakukan dengan uji Gletser. Pengambilan keputusan pada uji gletser ditentukan, jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka tidak terjadi gejala atau masalah heterokedastisitas.

Tabel 4.13
Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a	
Model	Sig.
1 (Constant)	.001
KELUARGA	.603
MOTIVASI	.860
PERSEPSI	.800
SIKAP	.874

a. Dependent Variable: RES3

Berdasarkan tabel 4.13 diatas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi variabel keluarga (X_1) sebesar 0,603 lebih besar dari Alpha sebesar 0,05, variabel motivasi (X_2) sebesar 0,860 lebih besar dari 0,05, variabel persepsi (X_3) sebesar 0,800 lebih besar dari alpha 0,05, variabel sikap (X_4) sebesar 0,874. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa keempat variabel tidak terjadi gejala atau masalah heterokedastisitas.

4. Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan sebagai prasyarat dalam melakukan analisi korelasi dengan skala pengukuran numerik atau regresi Linear. Pengujian dengan menggunakan Test For Linearity dengan kekuatan uji 95% atau alpha 0,05 dengan dikelola program SPSS versi 17.0. Dikatakan mempunyai hubungan yang linier atau tidak, jika nilai eta > eta square maka model yang tepat adalah linier. Model linieritas dapat dilihat dari Anova Table dan dikatakan linier jika nilai sig. Linearity < 0,05. Berikut ini hasil uji linieritas akan diuraikan sebagai berikut:

Tabel 4.14
Uji Linieritas Keluarga

ANOVA Table							
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
KEPUTUSAN_ PEMBELIAN * KELUARGA	Between Groups	(Combined)	508.721	18	28.262	3.235	.000
		Linearity	304.138	1	304.138	34.812	.000
		Deviation from Linearity	204.583	17	12.034	1.377	.154
	Within Groups		1406.590	161	8.737		
	Total		1915.311	179			

Measures of Association				
	R	R Squared	Eta	Eta Squared
KEPUTUSAN_ PEMBELIAN * KELUARGA	.398	.159	.515	.266

Pada hasil pengujian linieritas keputusan pembelian dan keluarga diatas menunjukkan nilai eta sebesar 0,515 > eta square sebesar 0,266, maka model yang tepat adalah linier. Dilihat Pada anova table menunjukkan hasil signifikansi untuk keputusan pembelian dan keluarga sebesar $0,000 < 0,05$, maka model yang tepat adalah linier. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini adalah linier dan lulus dari uji asumsi klasik linieritas.

Tabel 4.15
Uji Linieritas Motivasi

ANOVA Table							
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
KEPUTUSAN PEMBELIAN * MOTIVASI	Between Groups	(Combined)	841.497	13	64.731	10.007	.000
		Linearity	742.385	1	742.385	114.765	.000
		Deviation from Linearity	99.112	12	8.259	1.277	.237
	Within Groups		1073.814	166	6.469		
	Total		1915.311	179			

Measures of Association				
	R	R Squared	Eta	Eta Squared
KEPUTUSAN PEMBELIAN * MOTIVASI	.623	.388	.663	.439

Pada hasil pengujian linieritas keputusan pembelian dan motivasi diatas menunjukkan nilai eta sebesar 0,663 > eta square sebesar 0,439, maka model yang tepat adalah linier. Dilihat Pada anova table menunjukkan hasil signifikansi untuk keputusan pembelian dan motivasi sebesar $0,000 < 0,05$, maka model yang tepat adalah linier. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini adalah linier dan lulus dari uji asumsi klasik linieritas.

Tabel 4.16
Uji Linieritas persepsi

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEPUTUS	Between	(Combined)	282.699	15	18.847	1.893	.027
AN_PEMB	Groups	Linearity	56.885	1	56.885	5.714	.018
ELIAN *		Deviation from	225.814	14	16.130	1.620	.078
PERSEPSI		Linearity					
	Within	Groups	1632.612	164	9.955		
	Total		1915.311	179			

Measures of Association				
	R	R Squared	Eta	Eta Squared
KEPUTUSAN_PEMBELIAN *	.172	.030	.384	.148
PERSEPSI				

Pada hasil pengujian linieritas Keputusan pembelian dan persepsi diatas menunjukkan nilai eta sebesar 0,384 nilai eta square sebesar 0,148, maka model yang tepat adalah linier. Kemudian pada anova table menunjukkan hasil signifikansi untuk keputusan pembelian dan persepsi sebesar $0,018 < 0,05$, maka model yang tepat adalah linier. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah linier dan lulus dari uji asumsi klasik linieritas.

Tabel 4.17
Uji Linieritas Sikap

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEPUTUSA	Between	(Combined)	249.243	17	14.661	1.426	.130
N_PEMBELI	Groups	Linearity	105.065	1	105.065	10.216	.002
AN * SIKAP		Deviation from Linearity	144.178	16	9.011	.876	.597
Within Groups			1666.068	162	10.284		
Total			1915.311	179			

Measures of Association				
	R	R Squared	Eta	Eta Squared
KEPUTUSAN_PEMBELIAN * SIKAP	.234	.055	.361	.130

Pada hasil pengujian linierit keputusan pembelian dan sikap diatas menunjukkan nilai eta sebesar 0,361 > nilai eta square sebesar 0,130, maka model yang tepat adalah linier. Kemudian pada anova table menunjukkan hasil signifikansi untuk keputusan pembelian dan sikap sebesar $0,002 < 0,05$, maka model yang tepat adalah linier. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah linier dan lulus dari uji asumsi klasik linieritas.

E. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda adalah suatu metode analisa yang digunakan untuk menentukan ketepatan prediksi dari pengaruh yang terjadi antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

Tabel 4.18
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1(Constant)	8.162	2.783
KELUARGA	.231	.112
MOTIVASI	.205	.122
PERSEPSI	.212	.131
SIKAP	.303	.129

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

Berdasarkan hasil perhitungan regresi linier berganda pada tabel 4.18 diatas dengan menggunakan program SPSS 17 diperoleh persamaan regresi linear berganda yang dapat diuraikan dalam rumus persamaan dibawah ini:

$$Y = 8,162 + 0,231X_1 + 0,205X_2 + 0,212X_3 + 0,303X_4 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda tersebut di atas, dapat menerangkan bahwa:

- Nilai konstanta sebesar 8,162. Jika menganggap variabel keluarga, motivasi, persepsi dan sikap sama dengan nol, maka besarnya nilai variabel keputusan pembelian adalah sebesar 8,162.
- Koefisien regresi variabel keluarga (X_1) mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian sebesar 0,231. Jika setiap kenaikan 1%

variabel keluarga maka akan menaikkan variabel keputusan pembelian sebesar 0,231, Begitu pun sebaliknya.

- c. Koefisien regresi variabel motivasi (X2) mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian sebesar 0,205. Jika setiap kenaikan 1% variabel motivasi maka akan menaikkan variabel keputusan pembelian sebesar 0,205, begitu pun sebaliknya.
- d. Koefisien regresi variabel persepsi (X3) mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian sebesar 0,212. Jika setiap kenaikan 1% variabel persepsi maka akan menaikkan variabel keputusan pembelian sebesar 0,212, begitu pun sebaliknya.
- e. Koefisien regresi variabel sikap (X4) mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian sebesar 0,303. Jika setiap kenaikan 1% variabel sikap maka akan menaikkan variabel keputusan pembelian sebesar 0,303, begitu pun sebaliknya.

F. Uji Hipotesis

1. Uji Signifikasi Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menunjukkan apakah seluruh variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen dalam model regresi linear berganda.

Tabel 4.19
Hasil Uji Signifikasi Simultan (Uji F)

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	133.373	4	33.343	6.311	.000 ^a
	Residual	454.385	175	5.284		
	Total	587.758	179			

a. Predictors: (Constant), SIKAP, PERSEPSI, MOTIVASI, KELUARGA

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

Berdasarkan tabel 4.19 diatas, hasil uji F simultan menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 6,311 dan menentukan nilai uji F signifikan menggunakan tabel 5% dengan derajat kebebasan (*degree of freedom*), $df = (n-k)$ dan $(k-1)$, $(180-5=85)$ dan $(5-1=4)$ yang diperoleh untuk F_{tabel} sebesar 2,42. $F_{hitung} > F_{tabel} = 6,311 > 2,42$ serta tingkat signifikan tersebut lebih kecil dari 0,05 dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel keluarga, motivasi, persepsi dan sikap bersama-sama mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Uji Signifikasi Parsial (Uji T)

Uji hipotes yang kedua dengan menggunakan uji t (parsial). Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh atau tidak terhadap variabel tidak bebas.

Tabel 4.20
Hasil Uji Signifikasi Parsial (Uji T)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.162	2.783		2.933	.004
KELUARGA	.231	.112	.211	2.055	.043
MOTIVASI	.205	.122	.175	1.673	.028
PERSEPSI	.212	.131	.182	1.719	.023
SIKAP	.303	.129	.253	2.341	.022

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

Berdasarkan hasil tabel 4.20 diatas, dapat disimpulkan analisis sebagai berikut:

1. Keluarga (X_1)

Tabel *coefficients* diatas menunjukkan bahwa variabel keluarga (X_1) memiliki nilai t_{hitung} yang positif yaitu sebesar 2,055 . $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,055 > 1,6536) dan nilai signifikan 0,043 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima, yang artinya variabel keluarga (X_1) secara individu atau parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda pada PT. Gratia plena mas.

2. Motivasi (X_2)

Tabel *coefficients* diatas menunjukkan bahwa variabel motivasi (X_2) memiliki nilai t_{hitung} yang positif yaitu sebesar 1,673 . $t_{hitung} > t_{tabel}$ (1,673 > 1,6536) dan nilai signifikan 0,028 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima, yang artinya variabel motivasi (X_2)

secara individu atau parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda pada PT. Gratia plena mas kayuagung.

3. Persepsi (X3)

Tabel *coefficients* diatas menunjukkan bahwa variabel persepsi (X₃) memiliki nilai t_{hitung} yang positif yaitu sebesar 1,719. $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,719 > 1,6536$) dan nilai signifikan $0,023 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima, yang artinya variabel persepsi (X₃) secara individu atau parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda pada PT. Gratia plena mas kayuagung.

4. Sikap (X4)

Tabel *coefficients* diatas menunjukkan bahwa variabel sikap (X₄) memiliki nilai t_{hitung} yang positif yaitu sebesar 2,341. $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,341 > 1,6536$) dan nilai signifikan $0,022 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima, yang artinya variabel sikap (X₄) secara individu atau parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda pada PT. Gratia plena mas kayuagung.

3. Uji Determinasi (R²)

Pengujian hipotesis ini adalah uji determinasi, yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar peranan variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen didalam model regresi.

Tabel 4.21
Hasil Uji Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.876 ^a	.727	.791	2.299

a. Predictors: (Constant), SIKAP, PERSEPSI, MOTIVASI, KELUARGA

Dari tabel diatas diperoleh pada kolom R^2 diketahui jumlah ialah sebesar 0,791 atau 79,1% hal ini menunjukkan bahwa besarnya pengaruh variabel keluarga, motivasi, persepsi dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian sebesar 79,1% sedangkan sisanya 20,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model regresi.

G. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh keluarga terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda pada PT. Gratia plena mas kayuagung

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial diperoleh hasil keluarga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian hal ini dibuktikan pada Uji T bahwa variabel keluarga (X_1) memiliki nilai t_{hitung} yang positif yaitu sebesar 2,055. $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,055 > 1,6536$) dan nilai signifikan $0,043 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima, yang artinya variabel keluarga (X_1) secara individu atau parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti bahwa jika keluarga memiliki keterlibatan dan pemberi informasi, maka semakin tinggi kesediaan konsumen dalam melakukan pembelian sepeda motor honda pada PT. Gratia plena mas.

2. Pengaruh motivasi terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda pada PT. Gratia plena mas kayuagung

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial diperoleh hasil motivasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian hal ini dibuktikan pada Uji T bahwa variabel motivasi (X_2) memiliki nilai t_{hitung} yang positif yaitu sebesar 1,673. $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,673 > 1,6536$) dan nilai signifikan $0,028 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima, yang artinya variabel motivasi (X_2) secara individu atau parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti jika motivasi konsumen semakin tinggi, maka akan mengakibatkan semakin tinggi kesediaan konsumen untuk melakukan pembelian sepeda motor honda pada PT. Gratia plena mas kayuagung.

3. Pengaruh persepsi terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda pada PT. Gratia plena mas kayuagung

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial diperoleh hasil persepsi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian hal ini dibuktikan pada Uji T bahwa variabel persepsi (X_3) memiliki nilai t_{hitung} yang positif yaitu sebesar 1,719. $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,719 > 1,6536$) dan nilai signifikan $0,023 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima, yang artinya variabel persepsi (X_3) secara individu atau parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti bahwa jika persepsi kualitas semakin baik, maka akan mengakibatkan

semakin tinggi kesediaan konsumen untuk melakukan pembelian sepeda motor honda pada PT. Gratia plena mas kayuagung.

4. Pengaruh sikap terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda pada PT. Gratia plena mas kayuagung

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial diperoleh hasil sikap berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian hal ini dibuktikan pada Uji T, bahwa variabel sikap (X_4) memiliki nilai t_{hitung} yang positif yaitu sebesar 2,341. $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,341 > 1,6536$) dan nilai signifikan $0,022 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima, yang artinya variabel sikap (X_4) secara individu atau parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti bahwa jika sikap konsumen terhadap produk semakin baik, maka akan mengakibatkan semakin tinggi kesediaan konsumen untuk melakukan pembelian sepeda motor honda pada PT. Gratia plena mas kayuagung.