

## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Obyek Penelitian**

##### **1. Sejarah Motor Lelang Balai Lelang Serasi Palembang**

PT. Balai Lelang Serasi Palembang merupakan salah satu penyelenggara penjualan kendaraan (mobi, motor dan alat berat) bekas dengan sistem lelang kepada perusahaan maupun perorangan. Berdiri sejak tahun 2007, merupakan anak perusahaan PT. Serasi Autoraya yang bernaung dibawah bendera Grup Astra.

Berawal dari peraturan pemerintah yang mewajibkan melelang kendaraan harus melalui badan lelang resmi dan adanya kebutuhan dari beberapa perusahaan yang ingin menjual kendaraan-kendaraannya dengan jumlah banyak serta menggunakan sistem lelang, maka dibentuklah (balai lelang serasi).

Seiring dengan berkembangnya (balai lelang serasi) tidak hanya menerima titipan kendaraan untuk dijual dari perusahaan saja, namun kami juga menerima titipan kendaraan dari perorangan untuk dijual dengan sistem lelang secara professional.

Penanganan lelang berstandar Astra, keamanan objek lelang, keakuratan dan legalitas transaksi didukung dengan pengalaman yang melakukan lelang diberbagai kota besar di Indonesia merupakan nilai lebih yang kami tawarkan untuk kenyamanan anda.

Publik mempercayai layanan kami dengan menganugraahkan penghargaan “5 – Star “ *Wold Class Quality Achievement* kategori balai lelang berdasarkan riset MARS Indonesia dan SWA Group sebagai bentuk apresiasi terhadap merek-merek terbaik di Inonesia. Dan

pada tahun 2014 Ibid (balai lelang serasi) menerima penghargaan dari Direktorat Jendral Kekayaan Negara (DJKN) sebagai balai lelang dengan tingkat kinerja terbaik sector kendaraan.

## 2. Visi Dan Misi Perusahaan

### a. Visi Perusahaan PT. Balai lelang Serasi Palembang

Menjadi perusahaan yang berinovasi tinggi dan menyanggah reputasi yang baik, melalui pertumbuhan berkelanjutan, pengembangan sumber daya manusia, pengembangan produk, serta menjunjung etika dan budaya keselamatan kerja.

### b. Misi Perusahaan PT. Balai lelang Serasi Palembang

Mencapai kepuasan pelanggan yang optimal dengan penyediaan solusi terbaik dibidang jasa solusi transportasi, penjualan kendaraan bekas, dan jasa pengelolaan logistik.

## 3. Karakteristik Responden

Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 75 orang yang diperoleh dari pembagian kuesioner. Berdasarkan hasil dari kuesioner tersebut dapat diidentifikasi karakteristik responden yaitu umur, jenis kelamin, dan angkatan.

## 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

**Tabel 4.1**

### **Karakteristik Responden Berdasarkan Umur**

No.	Umur	Jumlah	Persentase
1.	15 – 25 tahun	18 orang	24%
1.	26 – 35 tahun	20 orang	27%
2.	36 – 45 tahun	25 orang	33%
3.	>46 tahun	12 orang	16%

<b>Total</b>	<b>75 orang</b>	<b>100%</b>
--------------	-----------------	-------------

*Sumber: Olahan data primer, 2020*

Pada tabel di atas menjelaskan karakteristik responden Pelanggan Motor Lelang Balai Lelang Serasi Palembang berdasarkan umur. Pelanggan yang berumur 15 – 25 tahun berjumlah 18 orang dengan presentase 24%, pelanggan yang berumur 26 – 35 tahun berjumlah 20 orang dengan persentase 27%, pelanggan yang berumur 36 – 45 tahun berjumlah 25 orang dengan persentase 33%, pelanggan yang berumur lebih dari 46 tahun berjumlah 12 orang dengan persentase 16%.

## 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel 4.2**

### **Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>No.</b>	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
1.	Laki-laki	40	53%
2.	Perempuan	35	47%
<b>Total</b>		<b>75</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Olahan data primer, 2020*

Pada tabel di atas menjelaskan karakteristik responden Pelanggan Motor Lelang Balai Lelang Serasi Palembang berdasarkan Jenis Kelamin. Pelanggan yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 40 dengan persentase 53%, pelanggan perempuan berjumlah 35 dengan persentase 47%.

## 6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

**Tabel 4.3**

**Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

No.	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
1.	SMA	20	26%
2.	D3	20	26%
3.	S1	35	48%
<b>Total</b>		<b>75</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Olahan data primer, 2020*

Pada tabel di atas menjelaskan karakteristik responden Pelanggan Motor Lelang Balai Lelang Serasi Palembang berdasarkan Pendidikan Terakhir. Pelanggan dengan pendidikan terakhir SMA berjumlah 20 dengan persentase 26%, pelanggan dengan tingkatan D3 berjumlah 20 dengan persentase 26%, pelanggan dengan tingkatan S1 berjumlah 35 dengan persentase 48%.

**B. Uji Instrumen Penelitian**

**1. Uji Validitas**

Uji validitas merupakan suatu alat ukur tes dalam kuesioner. Validitas artinya sejauh mana tes dapat mengukur dengan tepat dan dapat di pertanggung jawabkan kebenarannya.

Uji validitas dilakukan dengan melakukan perbandingan antara nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel untuk tingkat signifikan 5% dari *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-2$  dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka pernyataan tersebut valid, maka demikian pula sebaliknya. Adapun  $r$  tabel pada penelitian ini adalah 0,2272. Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan untuk variabel bebas dan variabel terikat pada setiap item menunjukkan bahwa  $r$  hitung  $>$  0,2272. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh data yang diuji adalah valid. Berikut ini adalah tampilan hasil uji validitas.

**Tabel 4.4**

### Hasil Uji Validitas terhadap Keputusan Konsumen (Y)

No.	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	Pertanyaan 1	0,653	0,2272	Valid
2.	Pertanyaan 2	0,761	0,2272	Valid
3.	Pertanyaan 3	0,740	0,2272	Valid
4.	Pertanyaan 4	0,716	0,2272	Valid
5.	Pertanyaan 5	0,445	0,2272	Valid

Sumber: *Olahan data primer 2020 (SPSS 16)*

### Tabel 4.5

#### Hasil Uji Validitas terhadap Produk (X1)

No.	Item Pernyataan	r hitung	r table	Keterangan
1.	Pertanyaan 1	0,697	0,2272	Valid
2.	Pertanyaan 2	0,416	0,2272	Valid
3.	Pertanyaan 3	0,511	0,2272	Valid
4.	Pertanyaan 4	0,501	0,2272	Valid
5.	Pertanyaan 5	0,475	0,2272	Valid
6.	Pertanyaan 6	0,674	0,2272	Valid
7.	Pertanyaan 7	0,571	0,2272	Valid
8.	Pertanyaan 8	0,425	0,2272	Valid
9.	Pertanyaan 9	0,573	0,2272	Valid

Sumber: *Olahan data primer 2020 (SPSS 16)*

### Tabel 4.6

#### Hasil Uji Validitas terhadap Harga (X2)

No.	Item Pernyataan	r hitung	r table	Keterangan
1.	Pertanyaan 1	0,691	0,2272	Valid
2.	Pertanyaan 2	0,601	0,2272	Valid
3.	Pertanyaan 3	0,763	0,2272	Valid
4.	Pertanyaan 4	0,686	0,2272	Valid
5.	Pertanyaan 5	0,479	0,2272	Valid
6.	Pertanyaan 6	0,529	0,2272	Valid
7.	Pertanyaan 7	0,349	0,2272	Valid

Sumber: *Olahan data primer 2020 (SPSS 16)*

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Butir kuesioner dikatakan reliabel atau andal apabila jawaban seseorang terhadap kuesioner adalah konsisten. Dalam penelitian ini untuk menentukan kuesioner reliabel atau tidak reliabel menggunakan *alpha cronbach*. Kuesioner reliabel apabila *alpha cronbach* >0,60 dan tidak reliabel jika sama tau dibawah 0,60

Berikut ini adalah tampilan hasil uji reliabilitas yang menjelaskan bahwa uji reliabilitas yang dilakukan untuk mengetahui sejauhmana tingkat kehandalan data yang diperoleh untuk diteliti.

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

No.	Variabel	Standar Alpha	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
1.	Produk (X1)	0,60	0,689	Reliabel
2.	Harga (X2)	0,60	0,675	Reliabel
3.	Keputusan Pembelian (Y)	0,60	0,677	Reliabel

Sumber: Olahan data primer (2020)

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa hasil uji reliabilitas memperlihatkan nilai *cronbach alpha* dari semua variabel > 0,60 dan dapat disimpulkan bahwa semua variabel dapat dipercaya dan handal untuk digunakan sebagai alat ukur variabel serta dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

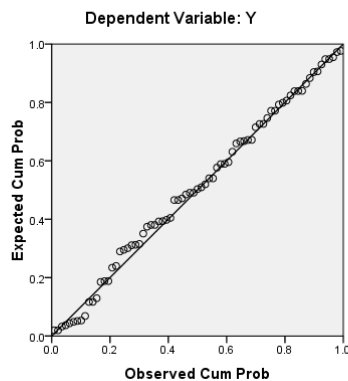
## 3. Uji Asumsi Klasik

### 3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data terdistribusi normal atau tidak. Sehingga apabila data terdistribusi normal maka bisa dilanjutkan ke tahap berikutnya.

**Gambar 4.1**  
**Normal P-P Plot**

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Data Primer Diolah, 2020

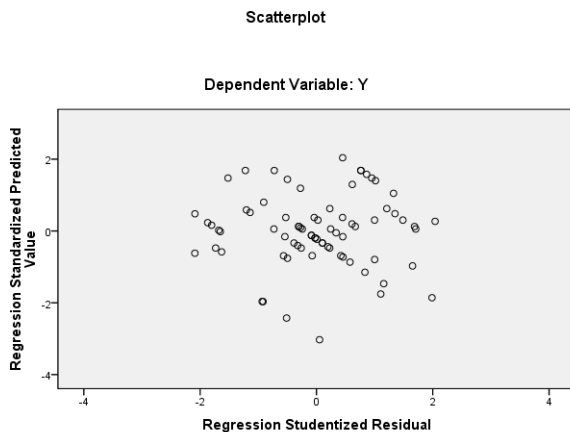
Berdasarkan gambar 4.1 di atas pada grafik menggambarkan bahwa titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal. Disimpulkan bahwa nilai residual yang dihasilkan normal. Maka model regresi layak dipakai untuk memprediksi pengaruh kualitas produk dan harga berdasarkan variabel keputusan konsumen.

### 3.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas Dalam persamaan regresi berganda perlu diuji mengenai sama atau tidak sama varians dari residual dari observasi yang satu dengan observasi yang lain. Terjadi homoskedastisitas jika pada *scatterplot* titik-titik hasil pengolahan data antara  $Z_{pred}$  dan  $S_{resid}$  menyebar di bawah maupun di atas titik origin (angka 0) pada sumbu Y dan tidak mempunyai pola yang teratur. Terjadi homoskedastisitas jika

pada *scatterplot* titik-titik mempunyai pola yang teratur baik menyempit, melebar maupun bergelombang-gelombang. Berikut adalah gambar hasil pengujian uji heterokedastisitas.

**Gambar 4.2**



*Sumber: Data Primer Diolah, 2020*

Dapat dilihat dari gambar 4.2 di atas bahwa titik- titik pada scatterplot tidak membentuk pola yang teratur, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heterokedastisitas atau dengan kata lain tidak terjadi homoskedastisitas. Asumsi klasik dalam model ini terpenuhi yaitu terbebas dari heterokedastisitas atau homoskedastisitas.

### 3.3 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas diterapkan untuk analisis regresi berganda yang terdiri atas dua atau lebih variabel bebas. Dikatakan tidak terjadi multikolinearitas apabila nilai *tolerance*  $> 0,10$  dan *VIF*  $< 10,00$ . Berikut adalah tabel hasil pengujian uji multikolinearitas



**Tabel 4.8**  
**Hasil Multikolinieritas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	5.106	2.606		1.960	.054		
X1	.386	.057	.636	6.789	.000	.882	1.134
X2	.065	.083	.073	2.781	.037	.882	1.134

a. Dependent

Variable: Y

Hasil uji multikolinieritas pada tabel 4.8 diatas dapat dilihat pada kolom *tolerance* dan VIF. Hasil *tolerance* keempat variabel independen Produk (X1) 0,882, Harga (X2) 0,882, nilai tersebut menunjukkan  $> 0,10$ . Nilai VIF kedua variabel independen Produk (X1) 1,134, Harga (X2) 1,134, menunjukkan  $< 10,00$ , oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antara variabel independen dalam model regresi.

#### 4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas (harga, lokasi, suasana dan kualitas produk) terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan).

Analisis regresi linear berganda dipakai untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dengan rumus sebagai berikut (Darwanto & Subagyo, 1993):

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

**Tabel 4.9**  
**Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	5.106	2.606		1.960	.054		
X1	.386	.057	.636	6.789	.000	.882	1.134
X2	.065	.083	.073	2.781	.037	.882	1.134

a. Dependent Variable: Y

$$Y = 5.106 + 0.386x_1 + 0.065x_2$$

Maka didapat perhitungannya pada penelitian ini sebagai berikut:

Keterangan:

Y = Keputusan Konsumen

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

X1 = Produk

X2 = Harga

Konstanta besarnya 5,106 dengan koefisien produk X1, harga X2, bernilai nol (0), maka diperoleh kepuasan pelanggan sebesar 5,106 satuan. Hal ini berarti walaupun nilai X1 dan X2 terhadap Y bernilai nol (0), nilai keputusan pembelian tetap ada dan positif.

Koefisien regresi Produk (X1) sebesar 0,386 bernilai positif, maka setiap penambahan satu satuan skor Produk (X1) akan meningkatkan skor kepuasan Konsumen sebesar 0,386 dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.

Koefisien regresi Harga (X2) sebesar 0,065 bernilai positif, maka setiap penambahan satu satuan skor Harga (X2) akan meningkatkan skor kepuasan Konsumen sebesar 0,065 dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.

## 5. Uji Hipotesis

### 5.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji T (Parsial) digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel *independent* (harga, lokasi, suasana dan kualitas produk) secara parsial berpengaruh dan signifikan terhadap variabel *dependent* (kepuasan pelanggan). Uji T diukur dengan membandingkan antara t hitung dengan t tabel. Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka secara parsial variabel *independent* berpengaruh terhadap variabel *dependent*, begitu juga sebaliknya, apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka secara parsial variabel *independent* tidak berpengaruh terhadap variabel *dependent*.

#### **Tabel 4.10** **Hasil Uji T**

#### **Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	5.106	2.606		1.960	.054		
X1	.386	.057	.636	6.789	.000	.882	1.134
X2	.065	.083	.073	2.781	.037	.882	1.134

a. Dependent Variable: Y  
Hipotesis Produk (X1)

Ho = produk secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen

Ha = produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan konsumen

Kriteria Pengujian

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  Ho diterima

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  Ho ditolak

Berdasarkan signifikan

Jika signifikan  $> 0,05$  Ho diterima

Jika signifikan  $< 0,05$  Ho ditolak

Penetapan produk (X1) berpengaruh terhadap keputusan konsumen. Berdasarkan tabel diatas di peroleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6,789 denan nilai Sig 0.00. Hal ini menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,666. Perbandinganya  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  didapatkan hasil  $6,789 > 1,666$  atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Sedangkan

Perbandingan nilai signifikansi yang di dapat  $0.00 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan tingkat signifikansi yang lebih kecil dari pada tingkat kesalahan. Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen.

Hipotesis Harga (X2)

$H_0$  = harga secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen

$H_a$  = harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan konsumen

Kriteria Pengujian

Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$   $H_0$  diterima

Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$   $H_0$  ditolak

Berdasarkan signifikan

Jika signifikan  $> 0,05$   $H_0$  diterima

Jika signifikan  $< 0,05$   $H_0$  ditolak

Penetapan harga (X2) berpengaruh terhadap keputusan konsumen. Berdasarkan tabel diatas di peroleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,781 dan nilai Sig 0,037. Hal ini menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,666. Perbandingannya  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  didapatkan hasil  $2,781 > 1,666$  atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Sedangkan Perbandingan nilai signifikansi yang di dapat  $0,037 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan tingkat signifikansi yang lebih kecil daripada tingkat kesalahan. Maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang artinya Harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan konsumen.

## 5.2 Uji Simultan (Uji f)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama dengan menggunakan tingkat signifikan 0,05.

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji F**

### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	244.119	2	122.060	28.544	.000 <sup>a</sup>
	Residual	307.881	72	4.276		
	Total	552.000	74			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Hipotesis

Ho = pengaruh Produk dan Harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan konsumen

Ha = pengaruh Produk dan Harga secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap Keputusan Konsumen

Dalam penelitian ini membandingkan besarnya angka F hitung dengan F tabel. F hitung dari pengolahan SPSS diperoleh nilai sebesar 28,544. Selanjutnya F tabel dapat dicari pada tabel statistik pada signifikansi 0,00 dengan rumus  $df = n - \text{jumlah variable}$ . Diperoleh angka F tabel sebesar 2,73. Berdasarkan hasil pengolahan SPSS diperoleh angka F hitung > F tabel atau  $28,544 > 2,73$ .

Berdasarkan uji F yang telah dilakukan, maka didapatkan bahwa pengaruh antara variabel *independent* (produk dan harga) terhadap variabel *dependent* (keputusan

konsumen) adalah kuat dan berpengaruh secara bersama-sama (simultan). Hal ini dapat dilihat pada uji F yang menunjukkan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $28,544 > 2,73$  dan taraf signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  yang berarti produk dan harga berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan konsumen.

### 5.3 Uji Koefisien Determinasi R Square ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi masing-masing variable

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.665 <sup>a</sup>	.442	.427	2.06788

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Dapat dilihat dari hasil tabel di atas menunjukkan bahwa variabel harga, lokasi, suasana dan kualitas produk berpengaruh sebesar 0,427 atau 42,7% terhadap keputusan pembelian, sedangkan sisanya sebesar 0,573 atau 57,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.