

PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA PCX DI PT NAGAMAS MITRA SEJATI TEGAL

Fera Arifin, Bahri Kamal², Dewi Sulistyowati³

¹²³*Program Studi D-III Akuntansi Politeknik Harapan Bersama,*
Korespondensi email: feraarifin10@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian alat elektronik pada PT. Nagamas Mitra Sejati Tegal. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang dilaksanakan di PT. Nagamas Mitra Sejati Tegal yang dilaksanakan dari bulan Maret sampai bulan Juni 2021. Populasi dalam penelitian ini adalah 399 pelanggan pada PT. Nagamas Mitra Sejati Tegal. Sampel diambil menggunakan rumus slovin dan teknik pengambilan sampel *Accidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 200 responden. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner, wawancara, studi pustaka, observasi dan dokumentasi. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian, sedangkan variabel bebasnya adalah citra merek, harga dan kualitas pelayanan. Analisis data menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: citra merek, harga, kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda PCX di PT. Nagamas Mitra Sejati Tegal.

Kata kunci: Citra Merek, Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.

The Influence of Brand Image, Price, Product Quality Toward Purchase Decision of Honda PCX Motorcycle In PT. Nagamas Mitra Sejati Tegal

Abstract

The Influence The aims of is research were to examined and analyzed e influence of brand image, price and product quality toward purchase decision of Honda PCX Motorcycle in PT. Nagamas Mitra Sejati Tegal. e type of is research was quantitative is research conducted in PT. Nagamas Mitra Sejati Tegal. conducted on March until June 2021. Population of is researh were 399 customers. Samples were taken using e Slovin formula and e sampling technicque was Accidental Sampling wi 200 respondents. Data collection methods were questionnaire, interview, literature study, observation and documentation. Depent variable in is research was purchase decision while independent variables were brand image, price and product quality. Data analysis method was multiple linear regression. e result of e data analysis were brand image, price and product quality influence purchase decision of Honda PCX Motorcycle.

Keyword : Brand Image, Price, Product Quality,Purchase Decision.

I. PENDAHULUAN

Perkembangan industri otomotif di Indonesia sangat cepat dan cenderung meningkat tiap tahunnya, seiring dengan kebutuhan dan permintaan masyarakat akan sarana transportasi yang memadai. Terbukti dengan semakin ramainya jalanan dan lalu lintas semakin padat oleh kendaraan bermotor. Permintaan pasar akan kendaraan bermotor yang sedemikian tingginya, dihadapi para produsen otomotif sepeda motor untuk saling berpacu mendapatkan produk yang mampu memenuhi seluruh permintaan calon pembeli.

Serta diikuti dengan lahir dan tumbuhnya perusahaan-perusahaan baru yang senantiasa berupaya semaksimal mungkin untuk mendapatkan dan mempertahankan pangsa pasar yang ada. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya produsen sepeda motor yang menawarkan berbagai tipe sepeda motor dengan inovasi yang berbeda sesuai dengan kebutuhan, dimana sepeda motor yang dihasilkan banyak memberikan kemudahan bagi para konsumen dalam melakukan mobilitas. Poin penting bagi sebuah perusahaan untuk dapat memenangkan persaingan pasar, yaitu perusahaan tersebut perlu memperhatikan apa yang melandasi seorang konsumen dalam memilih suatu produk, dalam hal ini adalah keputusan membeli dari seorang konsumen yang selalu timbul setelah adanya proses evaluasi seseorang akan membuat suatu rangkaian pilihan mengenai produk yang hendak dibeli atas dasar merek.

Kualitas produk memiliki inti pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan yang bertujuan untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut (Kotler dan Armstrong, 2014:11)^[1]. Keputusan pembelian yang dilakukan pelanggan melibatkan keyakinan pelanggan pada suatu produk sehingga timbul rasa percaya diri atas kebenaran tindakan yang diambil. Rasa percaya diri pelanggan atas keputusan pembelian yang diambilnya mempresentasikan sejauh mana pelanggan memiliki keyakinan diri atas keputusannya memilih produk (Kusumastuti, 2011:2)^[2]. Diantara beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian seperti citra merek, persepsi harga, dan kualitas produk dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan

keputusan pembelian. Kekurangan Honda PCX adalah performa mesin, kubikasi Honda PCX 150cc, sementara Yamaha NMX selaku kompetitor 155cc.

Citra merek adalah persepsi konsumen terhadap perusahaan atau produknya. Menurutnya citra tidak dapat ditanamkan dalam pikiran konsumen dalam semalam atau di sebarakan melalui satu media saja. Sebaliknya, citra tersebut harus disampaikan melalui tiap sarana komunikasi yang tersedia dan disebarakan secara terus menerus karena tanpa citra yang kuat sangatlah sulit bagi sebuah perusahaan untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

Menurut (Oentoro, 2012:149)^[3] harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Dalam pengambilan keputusan pembelian, harga merupakan salah satu pertimbangan penting, karena konsumen tentunya mengharapkan uang yang mereka keluarkan sesuai dengan apa yang mereka dapatkan. Penting bagi perusahaan menetapkan harga yang sesuai atau wajar dengan nilai (*value*) dari produknya.

Faktor yang terakhir dalam keputusan pembelian yaitu kualitas produk, Menurut Kotler (2012:9)^[4] kualitas produk adalah ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Kualitas berdampak langsung pada kinerja produk atau jasa, oleh karena itu kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan.

PT Nagamas Mitra Sejati Tegal adalah anggota dari retail chain dealer terbesar dan terpercaya. PT Nagamas Mitra Sejati Tegal beroperasi sejak tahun 1972, perusahaan ini bergerak dalam bidang penjualan sepeda motor dan penyedia servis motor. Salah satu produk yang dijual oleh PT Nagamas Mitra Sejati Tegal adalah sepeda motor merek Honda. Pelayanan yang ada yaitu meliputi *sales & distribution*, perawatan sepeda motor Honda, sparepart motor Honda, pembiayaan motor Honda baru. Didukung dengan team dan orang-orang sudah terlatih dan terpercaya. Salah satu produk Honda

yang dijual yaitu Honda PCX yang banyak peminatnya.

Konsumen mengambil keputusan pembelian salah satunya adalah dengan membandingkan citra merek dan harga kualitas dengan perusahaan lainnya dengan harapan mendapatkan produk yang berkualitas baik sesuai dengan harganya. PT Nagamas Mitra Sejati Tegal berusaha menetapkan harga yang terjangkau tetapi tetap mempertahankan kualitas produk. Akan tetapi, masih terdapat konsumen yang mengeluhkan produk Honda PCX lebih mahal dari merek lain, dan mengeluhkan tentang kualitas produk Honda PCX memiliki kekurangan yaitu performa mesin, kubikasi Honda PCX 150cc, sedangkan merek lain selaku kompetitor 155cc dengan harga yang dibandrol lebih murah dari Honda PCX.

Demi kepuasan pelanggan PT Nagamas Mitra Sejati Tegal sudah berusaha semaksimal mungkin dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, memberikan potongan harga untuk konsumen yang telah membeli lebih dari 2 (dua) kali produk PT Nagamas Mitra Sejati Tegal berusaha, memberikan service gratis selama 3 bulan setelah pembelian produk di PT Nagamas Mitra Sejati Tegal berusaha. Dengan adanya identifikasi masalah dan penyelesaian masalah diharapkan agar penjualan produk Honda PCX di PT Nagamas Mitra Sejati Tegal akan mengalami kenaikan.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA PCX DI PT NAGAMAS MITRA SEJATI TEGAL.”

Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda PCX di PT Nagamas Mitra Sejati Tegal.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda PCX di PT Nagamas Mitra Sejati Tegal.

3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda PCX di PT Nagamas Mitra Sejati Tegal.
4. Untuk mengetahui pengaruh citra merek, kualitas, dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda PCX di PT Nagamas Mitra Sejati Tegal.

II. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilaksanakan selama 4 bulan, terhitung daribulan Maret 2021 sampai dengan Juni 2021 bertempat PT. Nagamas Mitra Sejati Tegal yang bertempat di Jalan AR Hakim No. 42 Rt 03/05, Kota Tegal.

Target/ Subjek Penelitian

Target/ Subjek dalam penelitian ini adalah pembeli sepeda motor Honda PCS di PT. Nagamas Mitra Sejati Tegal.

Teknik Pengumpulan Data

- a. Wawancara
Menurut Afifudin (2010:131)^[4] wawancara adalah metode pengambilan data dengan cara menanyakan sesuatu kepada seseorang yang menjadi informan atau responden.
- b. Observasi
Observasi atau pengamatan secara langsung peneliti mengumpulkan data tanpa perlu meminta ijin kepada siapapun. Pada Penelitian ini Peneliti mengamati langsung responden saat mengisi kuisisioner Sugiyono (2017)^[5]Studi Pustaka
- c. Studi Pustaka
Menurut Sugiyono (2017)^[5]studi pustaka berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti, hal ini karena penelitian tidak lepas dari literatur-literatur ilmiah.
- d. Dokumentasi
Dokumentasi yaitu proses untuk memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian yang berasal

dari data yang berbentuk arsip (dokumen), foto atau dokumen elektronik. Data yang diperoleh berupa Responden yang dijadikan sebagai sampel penelitian Sugiyono (2017)^[5].

e. Kuisisioner

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisisioner. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab Sugiyono (2017)^[5].

Populasi dan Sampel

a. Populasi

Sugiyono (2017:80)^[5] populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. dalam penelitian ini, Populasi pada penelitian ini berjumlah 399 orang. Populasi adalah pembeli Honda PCX PT Naga Mas Mitra Sejati Tegal tahun 2021. Populasi pada penelitian ini berjumlah 399 orang.

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2017:81)^[5] sampel merupakan sebagian atau wakil dari populasi yang memiliki sifat dan karakter yang sama serta memenuhi populasi yang diselidiki .Adapaun teknik pengambilan sampel pada penilitian ini dengan menggunakan *Accidental Sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan kebutulan saja, bila orang yang ditemui cocok dijadikan sumber data (Sugiyono, 2017)^[5]. Berdasarkan 399 responden hanya 200 orang yang bersedia dijadikan sampel. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah rumus Slovin.

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

n= jumlah sampel minimal

N= jumlah populasi

e= batas toleransi kesalahan

$$n = \frac{399}{1+399 (0,05)^2} = 199.74$$

Jadi jumlah sampel minimal yang harus diambil minimal adalah 199.74 dibulatkan menjadi 200. Tidak dibulatkan kebawah. Jika dibulatkan kebawah jumlah sampel minimalnya tidak dapat terpenuhi karena masih kurang 0,26. Sampel pada penelitian ini 200.

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini perhitungan menggunakan program SPSS (*Statistic Program for Social Science*) atau Program Statistika untuk Ilmu-ilmu sosial versi 22. Adapun metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Teknik Analisis Deskriptif

Sugiyono (2017:147)^[5] mengatakan bahwa analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitiantetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas.

2. Teknik Pengujian Instrumen

a. Uji Validitas

Validitas adalah tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Instrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data itu valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur Sugiyono (2017:121)^[5].

b. Uji Reabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah alat pengumpulan data menunjukkan tingkat ketepatan, tingkat keakuratan, kestabilan atau konsistensi dalam mengungkapkan gejala tertentu Sugiyono (2017:130)^[5].

3. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas data dimaksudkan untuk memastikan bahwa data sampel berasal dari populasi yang beretriibusi normal (Sumanto, 2014:146)^[6].Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnow* dilakukan dengan

SPSS dengan nilai signifikansi 0,05. Apabila nilai sig. > 0,05 maka data terdistribusi normal, apabila < 0,05 maka data terdistribusi tidak normal.

2. Uji Heteroskedastitas

Uji Heteroskedastitas dilakukan untuk menguji ada tidaknya heteroskedastitas. varians dari residual tidak homogen Ghozali (2011:139)^[13] Uji Heterokedastitas pada penelitian menggunakan uji statistik Glejser dengan ketentuan :

1. Apabila variabel independen memiliki sig. > α 0,05 maka model regresi tidak terkena gejala heterokedastitas.
2. Apabila variabel independen memiliki sig. < α 0,05 maka model regresiterkena gejala heterokedastitas.

3. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinieritas dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan yang signifikan antar variabel bebas. Jika terdapat hubungan yang cukup tinggi, berarti aspek yang sama diukur pada variabel bebas. Uji multikolinearitas menggunakan uji TOL dan VIF dilakukan dengan melihat nilai tolerance > 0,10 atau sama dengan nilai VIF < 10 Ghozali (2011:139)^[6].

4. Analisis Regresi Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh harga, kualitas pelayanan baik secara parsial atau secara simultan terhadap keputusan pembelian. persamaan regresi berganda dengan rumus ;

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + \dots + b_nx_n$$

Y = variabel dependen

a = konstanta

b = koefisien regresi variable

x = variabel independen

5. Uji Hipotesis

1. Uji T

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial atau individu variabel independen terhadap variabel dependen

2. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan atau bersama variabel dependen terhadap variabel independen.

6. Koefisiensi Determinasi

Koefisien determinasi (R²) intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model (citra merek, harga, kualitas produk) dalam menerangkan variabel dependen (Keputusan pembelian). Nilai adjusted R² dapat naik turun apabila jumlah variabel independen ditambahkan dalam model (Ghozali, 2011 : 45)^[6]. Menurut Sugiyono (2017)^[15] Nilai koefisien determinasi ini dapat dihitung dengan formula sebagai berikut :

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Koefisien Detreminasi

r² = Nilai koefisien korelasi

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Analisis Deskriptif

Sugiyono (2017:147)^[5] mengatakan bahwa analisis deskriptif kualitatif digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Karakteristik responden yang diamati dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, status pernikahan. Deskripsi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan sebagai berikut:

Tabel 1 Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin

	Jenis_Kelamin			
	Freque ncy	Percen t	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Vali L	93	46.5	46.5	46.5
d W	107	53.5	53.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Sumber: data diolah 2021

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin Laki-laki sebanyak 93 orang (46,5%) wanita sebanyak 107 orang (53,5%). Deskripsi karakteristik

responden berdasarkan usia disajikan sebagai berikut:

Tabel 2 Karakteristik responden berdasarkan usia

Usia				
	Freque ncy	Perce nt	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Vali d <_21	94	47.0	47.0	47.0
21- 30	106	53.0	53.0	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Sumber: data diolah 2021

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden berusia < 21 sebanyak 94 orang (46,5%) dan responden dengan usia 21-30 sebanyak 106 orang (53,5%). Deskripsi karakteristik responden berdasarkan status perkawinan disajikan sebagai berikut:

Tabel 3 Karakteristik responden berdasarkan status perkawinan

status perkawinan				
	Freque ncy	Perce nt	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Vali d Kawin	77	38.5	38.5	38.5
belum kawin	123	61.5	61.5	100.0
Total	200	100.0	100.0	

Sumber: data diolah 2021

2. Teknik Pengujian instrument

a. Hasil Uji Validitas

Uji validitas penelitian ini dilakukan dengan membandingkan r hitung dengan r tabel, r hitung $>$ r tabel maka variabel tersebut valid sedangkan apabila r hitung $<$ r tabel, maka variabel tersebut tidak valid. Pada penelitian ini menggunakan 200 responden dengan 0,05, sehingga r table pada penelitian ini 0,138 Sugiyono (2017:121)^[5].

Tabel 4 Uji Validitas

Variabel	Pertan yaan	r hitung	r tabel	Keter angan
Citra Merek	X1_1	0,369	0,138	Valid
	X1_2	0,275	0,138	Valid
	X1_3	0,291	0,138	Valid
	X1_4	0,234	0,138	Valid
	X1_5	0,330	0,138	Valid
	X1_6	0,445	0,138	Valid

	X1_7	0,609	0,138	Valid	
	X1_8	0,452	0,138	Valid	
	X1_9	0,387	0,138	Valid	
	X1_10	0,379	0,138	Valid	
	X1_11	0,609	0,138	Valid	
	X1_12	0,430	0,138	Valid	
	X1_13	0,183	0,138	Valid	
	X1_14	0,327	0,138	Valid	
	X1_15	0,248	0,138	Valid	
	X1_16	0,226	0,138	Valid	
	Harga	X2_1	0,380	0,138	Valid
		X2_2	0,455	0,138	Valid
		X2_3	0,575	0,138	Valid
		X2_4	0,537	0,138	Valid
		X2_5	0,517	0,138	Valid
		X2_6	0,450	0,138	Valid
X2_7		0,393	0,138	Valid	
X2_8		0,341	0,138	Valid	
X2_9		0,280	0,138	Valid	
X2_10		0,365	0,138	Valid	
X2_11		0,319	0,138	Valid	
Kualitas Produk	X3_1	0,656	0,138	Valid	
	X3_2	0,353	0,138	Valid	
	X3_3	0,427	0,138	Valid	
	X3_4	0,406	0,138	Valid	
	X3_5	0,374	0,138	Valid	
	X3_6	0,382	0,138	Valid	
	X3_7	0,460	0,138	Valid	
	X3_8	0,656	0,138	Valid	
	X3_9	0,473	0,138	Valid	
	X3_11	0,298	0,138	Valid	
	X3_12	0,492	0,138	Valid	
	X3_13	0,226	0,138	Valid	
	X3_14	0,283	0,138	Valid	
	X3_15	0,377	0,138	Valid	
	X3_16	0,303	0,138	Valid	
	Keputus an Pembeli an	Y_1	0,555	0,138	Valid
Y_2		0,580	0,138	Valid	
Y_3		0,527	0,138	Valid	
Y_4		0,573	0,138	Valid	
Y_5		0,465	0,138	Valid	
Y_6		0,464	0,138	Valid	
Y_7		0,483	0,138	Valid	
Y_8		0,467	0,138	Valid	

Reliability Statistics				
Cronbach's Alpha		Cronbach's Alpha Based on Standardized Items		N of Items
.658		.645		16
Y_9	0,486	0,138	Valid	
Y_10	0,573	0,138	Valid	

Sumber: Data Diolah 2021

b. Uji Reabilitas

1. Citra merek

Tabel 5 Uji Reliabilitas Citra Merek

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.655	.547	16

Sumber: data diolah 2021

Dari *output* SPSS diatas, uji reliable variabel citra merek mempunyai nilai *cronbach's alpha* 0,655 lebh besar dari 0,60. Maka hasil uji reliabilitas untuk variabel citra merek dapat dikatakan reliabel.

2. Variabel Harga

Tabel 6 Uji Reliabilitas Harga

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.637	.532	11

Sumber: data diolah 2021

Dari *output* SPSS diatas, uji reliable variabel citra merek mempunyai nilai *cronbach's alpha* 0,637 lebh besar dari 0,60. Maka hasil uji reliabilitas untuk variabel citra merek dapat dikatakan reliabel.

3. Variabel Kualitas Produk

Sumber: data diolah 2021

Dari *output* SPSS diatas, uji reliable variabel citra merek mempunyai nilai *cronbach's alpha* 0,658 lebh besar dari 0,60. Maka hasil uji reliabilitas untuk variabel citra merek dapat dikatakan reliabel.

Tabel 7 Uji Kualitas Produk

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.658	.645	16

4. Variabel Keputusan Pembelian

Tabel 8 Uji Keputusan Pembelian

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.721	.783	11

Sumber: data diolah 2021

Dari *output* SPSS diatas, uji reliable variabel citra merek mempunyai nilai *cronbach's alpha* 0,658 lebh besar dari 0,60. Maka hasil uji reliabilitas untuk variabel citra merek dapat dikatakan reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

Pengujian normalitas data dimaksudkan untuk memastikan bahwa data sampel berasal dari populasi yang beretriibusi normal (Sumanto, 2014:146)^[7]. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnow* dilakukan dengan SPSS dengan nilai signifikasi 0,05. Apabila nilai sig. > 0,05 maka data terdistribusi normal, apabila < 0,05 maka data terdistribusi tidak normal.

Tabel 9 Uji Asumsi Klasik

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Standardized Residual
N		200
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.9924336
		9
Most Extreme Differences	Absolute	.049
	Positive	.031
	Negative	-.049
Test Statistic		.049
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- is is a lower bound of e true significance.

Sumber: data diolah 2021

Berdasarkan hasil analisis uji normalitas menggunakan kolmogorv smirnov test menunjukkan nilai Asym. Sig sebesar $0,200 > 0,05$ yang berarti data terdistribusi normal.

- Uji Heterokedastitas

Tabel 10 Uji Heterokedastitas

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
		1 (Constant)	5.096	1.850		
	CITRA_MER EK	-.033	.029	-.086	-1.118	.265
	HARGA	.040	.034	.091	1.190	.236
	KUALITAS_ PRODUK	-.038	.030	-.114	-1.537	.126

- Dependent Variable: abres

Sumber: data diolah 2021

Berdasarkan hasil uji analisis *glejser* menunjukkan nilai sig. variabel citra merek $0,265 > 0,05$, nilai sig. variabel $0,236 > 0,05$ dan nilai sig. variabel kualitas produk $0,126 > 0,05$ yang berarti model regresi tidak terkena gejala heterokedastitas.

- Uji Multikolinearitas

Tabel 11 Uji Multikolinearitas

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
		1 (Constant)	-5.944	3.323				
	CITRA_MER EK	.341	.053	.378	6.463	.000	.841	1.189
	HARGA	.242	.061	.231	3.981	.000	.854	1.171
	KUALITAS_ PRODUK	.236	.044	.299	5.320	.000	.911	1.098

- Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

Sumber: data diolah 2021

Berdasarkan hasil analisis TOL dan VIF menunjukkan nilai tolerance variabel citra merek $0,841 > 0,10$, variabel harga $0,854 > 0,10$, variabel kualitas produk $0,911 > 0,10$. Nilai VIF variabel citra merek $1,189 < 10$, variabel harga $1,171 < 10$ dan variabel kualitas produk $1,098 < 10$ yang berarti tidak terkena gejala multikolinearitas.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh citra merek, harga, kualitas produk baik secara parsial atau secara simultan

terhadap keputusan pembelian.persamaan regresi berganda dengan rumus ;

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_nx_n$$

Y= variabel dependen

a= konstanta

b= koefisien regresi variabel

x= variabel independen

Tabel 12 Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	-3.483	3.224		-1.080	.281
CITRA_MERK	.328	.054	.373	6.113	.000
HARGA	.226	.063	.216	3.598	.000
KUALITAS_PRODUK	.213	.044	.279	4.848	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

Sumber: data diolah 2021

$$Y = - 3,483 + 0,328 + 0,226 + 0,213$$

Keterangan :

1. Nilai konstanta sebesar -3,483 yang menunjukkan bahwa jika citra merek, harga dan kualitas produk sebesar 0 maka keputusan pembelian sebesar -3,483.
2. Nilai koefisien regresi sebesar 0,328 menunjukkan bahwa setiap peningkatan citra merek menyebabkan peningkatan keputusan pembelian sebesar 0,328.
3. Nilai koefisien regresi sebesar 0,226 menunjukkan bahwa setiap peningkatan harga menyebabkan peningkatan keputusan pembelian sebesar 0,226.
4. Nilai koefisien regresi 0,213 menunjukkan bahwa setiap peningkatan kualitas produk

menyebabkan peningkatan keputusan pembelian sebesar 0,213.

5. Uji Hipotesis

1. Uji T

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial atau individu variabel independen terhadap variabel dependen. Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut:

2. Hipotesis diterima jika signifikansinya < 0,05
3. Hipotesis ditolak jika angka signifikansinya > 0,05

Tabel 13 Uji T

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	-3.483	3.224		-1.080	.281
CITRA_MERK	.328	.054	.373	6.113	.000
HARGA	.226	.063	.216	3.598	.000
KUALITAS_PRODUK	.213	.044	.279	4.848	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

Sumber: Data Diolah 2021

Nilai Sig. variabel citra merek 0,000 < 0,05 sehingga menunjukkan terdapat pengaruh citra merek secara parsial terhadap keputusan pembelian Hipotesis 1 diterima. Nilai sig. variabel harga 0,000 < 0,05 sehingga menunjukkan terdapat pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian Hipotesis 2 diterima. Nilai sig. variabel kualitas 0,000 < 0,05 sehingga menunjukkan terdapat pengaruh kualitas

produk secara parsial terhadap keputusan pembelian Hipotesis 3 diterima.

2. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan atau bersama variabel dependen terhadap variabel independen. H4 : Citra merek, harga, kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda PCX di PT Nagamas Mitra Sejati Tegal. Uji F yang dilakukan dalam penelitian menggunakan angka signifikansi, Hipotesis diterima jika signifikansinya $< 0,05$ Hipotesis ditolak jika angka signifikansinya $> 0,05$

Tabel 14 Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1638.179	3	546.060	47.666	.000 ^b
	Residual	2245.376	196	11.456		
	Total	3883.555	199			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN_PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS_PRODUK, HARGA, CITRA_MERKEK

Sumber: data diolah 2021

Nilai Sig. pada F yaitu sebesar 0,000 maka Hipotesis 4 diterima sehingga menunjukkan terdapat pengaruh citra merek, harga, kualitas produk terhadap keputusan pembelian secara simultan.

6. Koefisien Determinasi

Tabel 15 Hasil Koedisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.649 ^a	.422	.413	3.385

a. Predictors: (Constant), KUALITAS_PRODUK,

HARGA, CITRA_MERKEK

Sumber: data diolah 2021

Nilai koefisien determinasi sebesar 0,413 menunjukkan bahwa citra merek, harga dan kualitas produk dapat menjelaskan keputusan pembelian sebesar 41,3 % sedangkan sisanya 58,7 % dijelaskan oleh variabel lainnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek, harga, kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda PCX di PT. Nagamas Mitra Sejati Tegal. Responden pada penelitian ini sebanyak 200 orang yang berjenis kelamin laki-laki dan perempuan, laki-laki sebanyak 93 orang (46,5%) wanita sebanyak 107 orang (53,5%), responden yang sudah menikah sebanyak 77 orang (38,5%), dan responden yang belum menikah 123 orang (61,5%), responden berusia < 21 sebanyak 94 orang (46,5%) dan responden dengan usia 21-30 sebanyak (53,5%).

1. Pengaruh Citra Merek (X1), Harga (X2), Kualitas Produk (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek (X1), harga (X2), kualitas produk (X3) mempengaruhi keputusan pembelian (Y) sepeda motor Honda PCX di PT Nagamas Mitra Tegal secara simultan. Hasil ini dibuktikan dengan dengan uji F nilai Sig. F sebesar $0,000 < 0,05$.

2. Pengaruh Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga (X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) sepeda motor Honda PCX di PT. Naga Mas Mitra Sejati Tegal. Hasil ini dibuktikan dengan hasil uji t nilai sig. variabel citra merek $0,000 < 0,05$ yang berarti hipotesis diterima.

3. Pengaruh Kualitas Produk (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk (X3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) sepeda motor Honda PCX di PT. Naga Mas Mitra Sejati Tegal. Hasil ini dibuktikan dengan hasil uji t nilai sig. variabel kualitas produk $0,000 < 0,05$ yang berarti hipotesis diterima.

4. Pengaruh Citra Merek (X1), Harga (X2), Kualitas Produk (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek (X1), harga (X2), kualitas produk (X3) mempengaruhi keputusan pembelian (Y) sepeda motor Honda PCX di PT Nagamas Mitra Tegal secara simultan. Hasil ini dibuktikan dengan uji F nilai Sig. F sebesar $0,000 < 0,05$.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Kesimpulan dari hasil analisis yang berjudul Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pcx di PT Nagamas Mitra Sejati Tegal adalah sebagai berikut :

1. terdapat pengaruh Antara citra merek terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan menggunakan uji t. Uji t yang dilakukan dalam penelitian menggunakan angka signifikansi, Hipotesis diterima jika signifikansinya $< 0,05$. Hipotesis ditolak jika angka signifikansinya $> 0,05$. Nilai Sig. variabel citra merek $0,000 < 0,05$ sehingga menunjukkan terdapat pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian secara parsial.
2. Terdapat pengaruh Antara harga terhadap keputusan pembelian hal ini dibuktikan dengan menggunakan uji t. Uji t yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan angka signifikansi, Hipotesis diterima jika signifikansinya $< 0,05$. Hipotesis ditolak jika angka signifikansinya $> 0,05$. Nilai Sig. variabel harga $0,000 < 0,05$ sehingga menunjukkan terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian secara parsial.
3. Terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian hal ini dibuktikan dengan menggunakan uji t. Uji t yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan angka signifikansi, Hipotesis diterima jika signifikansinya $< 0,05$. Hipotesis ditolak jika angka signifikansinya $> 0,05$. Nilai Sig. variabel kualitas produk $0,000 < 0,05$ sehingga menunjukkan terdapat pengaruh

kualitas produk terhadap keputusan pembelian secara parsial.

4. Terdapat pengaruh antara citra merek, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan Uji F, Uji F yang dilakukan dalam penelitian menggunakan angka signifikansi, hipotesis diterima jika signifikansinya $< 0,05$. Hipotesis ditolak jika angka signifikansinya $> 0,05$. Hasil uji F pada penelitian ini Sig. F sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya Hipotesis diterima terdapat pengaruh antara citra merek, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian secara simultan.

Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian, peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut :

1. Bagi Perusahaan
Banyaknya persaingan penjualan sepeda motor dipasaran, PT. Nagamas Mitra Sejati Tegal diharapkan memperhatikan penetapan harga, terus meningkatkan promosi dan berinovasi dalam strategi marketing sehingga *image* Honda tetap dikenal baik oleh konsumen.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
Pada penelitian ini nilai koefisien determinasi sebesar 0,413 menunjukkan bahwa citra merek, harga dan kualitas produk dapat menjelaskan keputusan pembelian sebesar 41,3 % sedangkan sisanya 58,7 % dijelaskan oleh variabel lainnya. Sebaiknya peneliti selanjutnya mencari variabel-variabel yang menjelaskan keputusan pembelian selain citra merek, harga dan kualitas produk misalnya, promosi, lokasi, kualitas pelayanan dan lainnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang "PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA PCX DI PT NAGAMAS MITRA SEJATI

TEGAL”. Tujuan Tugas Akhir ini adalah untuk memenuhi persyaratan dalam menempuh Ujian Akhir Pendidikan Diploma III Akuntansi Politeknik Harapan Bersama Kota Tegal.

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, penulis mendapatkan bimbingan, pengarahan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Nisar Suhendra, SE, MPP., selaku Direktur Politeknik Harapan Bersama.
2. Ibu Yeni Priatna Sari, SE, M.Si, Ak, CA selaku Ka.Prodi DIII Akuntansi Politeknik Harapan Bersama.
3. Bapak Bahri Kamal, SE, MM selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan, bimbingan, dan petunjuk hingga terselesaikannya penyusunan Tugas Akhir ini.
4. Ibu Dewi Sulistyowati, SE, CAAT selaku dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan bantuan dan bimbingan hingga terselesaikannya penyusunan Tugas Akhir ini.
5. Kedua Orangtuaku tersayang tercinta dan saudara saya yang telah memberikan dukungan, nasihat dan motivasi dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
6. Teman-teman di kampus yang telah memberikan dorongan dan semangat serta pihak baik secara langsung maupun tidak langsung, turut membantu selesainya Tugas Akhir ini.
7. Karyawan NAGAMAS SEJATI TEGAL yang telah memberikan dukungan dalam pelaksanaan Tugas Akhir ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2014). *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Edisi 14, Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- [2] Kusumastuti. (2012). *Kecenderungan Kecurangan Akuntansi dengan Perilaku*

Tidak Etis Sebagai Variabel Intervening. Skripsi. Universitas Diponegoro.

- [3] Deliyanti Oentoro. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. LakBang PRESSindo, Yogyakarta.
- [4] Afifudin. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Pustaka Setia
- [5] Sugiyono. (2014) *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- [6] Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- [7] Sumanto. (2014). *Teori dan Aplikasi Metode Penelitian*. Yogyakarta: CAPS