BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Identitas Responden

Seperti yang dikemukakan pada bab terdahulu, bahwa penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh diferensiasi dan positioning terhadap keputusan pembelian konsumen sepeda motor Honda di pekanbaru. Namun sebelum penulis menjelaskan secara terperinci hasil penelitian yang berkaitan dengan hal tersebut diatas, ada baiknya terlebih dahulu melihat gambaran umum atau karakteristik responden. Selanjutnya ciri-ciri responden tersebut diharapkan dapat memperjelas dan menambah informasi yang akan berguna untuk mengambarkan latar belakang responden.

Dalam penulisan ini responden berjumlah 100 orang. Jadi total kuisioner yang dapat diolah dari jumlah keseluruhan kuisoner yang disebarkan adalah 100 rangkap. diperoleh kondisi responden tentang jenis kelamin, umur, dan status pekerjaan.

Tabel V.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

keterangan	Jumlah	Porsentase (%)
Laki-laki	**64**	**64%**
Perempuan	**36**	**36%**
Jumlah	**100**	**100%**

Sumber: Data primer yang diolah

Dari data diatas dapat dijelaskan bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 64 orang atau sebesar 64%. Dan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 36 orang atau sebesar 36%.

Tabel V.2 Responden Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah	Porsentase (%)
20-30	**42**	**42%**
31-40	**30**	**30%**
41-50	**20**	**20%**
>50	**8**	**8%**
Jumlah	**100**	**100%**

Sumber: Data primer yang diolah

Dari data diatas dapat dijelaskan bahwa responden yang berumur 20-30 tahun sebanyak 42 orang atau sebesar 42%, yang berumur 31-40 tahun sebanyak 30 orang atau sebesar 30%, yang berumur 41-50 tahun sebanyak 20 orang atau sebesar 20%, dan yang berumur >50 tahun sebanyak 8 orang atau 8%.

Tabel V.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan

PEKERJAAN	JUMLAH	PORSENTASE(%)
PNS	**16**	**16%**
WIRASWASTA	**32**	**32%**
MAHASISWA	**30**	**30%**
PELAJAR	**22**	**22%**
JUMLAH	**100**	**100%**

Sumber: Data primer yang diolah

Dari data diatas dapat dijelaskan bahwa responden yang berprofesi sebagai PNS adalah sebanyak 16 orang atau sebesar 16%, yang berprofesi sebagai wiraswasta adalah sebanyak 32 orang atau sebesar 32%, yang masih mahasiswa sebanyak 30 orang atau sebesar 30% dan yang masih pelajar sebanyak 22 orang atau sebesar 22%.

B. Tanggapan Responden

Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh diferensiasi dan positioning terhadap keputusa pembelian sepeda motor Honda di pekanbaru dapat diketahui dari penyebaran kuisioner. Dalam penelitian ini terdapat 3 (tiga) variabel yang diteliti. Terdiri dari 1 (satu) variabel terikat dan 2 (dua) variable bebas. *Diferensiasi* (variabel bebas), *positioning* (variable bebas) dan *keputusan pembeliaan* (variabel terikat). Melalui kuisioner yang telah disebarkan, di peroleh data mengenai variabel-variabel tersebut sebagai berikut :

1. Variabel Diferensiasi (X1)

Pada variabel Diferensiasi ini, diwakili oleh 4 (empat) pernyataan yang bernilai positif. Tanggapan responden terhadap masing-masing pernyataan dapat dilihat pada tabel rekapitulasi dibawah ini.

Tabel V.4 Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Diferensiasi

Indikator	**Frekuensi Jawaban Responden**					**N**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	
Produk (D1)	0	0	12	61	27	100
Pelayanan (D2)	0	0	14	59	27	100
Personil (D3)	0	0	28	58	14	100
Citra (D4)	0	0	15	45	40	100
Skors	0	0	69	223	108	400
Porsentase	0%	0%	17,25%	55,75%	27%	100%

Sumber : Data Olahan SPSS

Dari tabel V.4 dapat dilihat bahwa responden menyatakan sangat setuju sebesar 27%, responden menyatakan setuju sebesar 55,75%, responden yang

menyatakan netral sebesar 17,25%, dan responden yang menyatakan tidak setuju 0%, sedangkan responden yang menyatakan sangat tidak setuju 0% tentang variabel diferensiasi.

2. *Positioning* (X2)

Pada variabel positioning ini, diwakili oleh 3 (tiga) pernyataan yang bernilai positif. Tanggapan responden terhadap masing-masing pernyataan dapat dilihat pada tabel rekapitulasi dibawah ini.

Tabel V.5 Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel positioning

Indikator	**Frekuensi Jawaban Responden**					**N**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	
Harga (P1)	0	0	25	48	27	100
Kualitas (P2)	0	0	27	42	31	100
Manfaat (P3)	0	0	24	47	29	100
Skors	0	0	76	137	87	300
porsentase	0%	0%	25,33%	45,67%	29%	100%

Sumber : Data Olahan SPSS

Dari tabel V.5 dapat dilihat bahwa responden menyatakan sangat setuju sebesar 29%, responden menyatakan setuju sebesar 45,67%, responden yang menyatakan netral sebesar 25,33%, dan responden yang menyatakan tidak stuju 0%, sedangkan responden yang menyatakan sangat tidak setuju 0% tentang variabel positioning.

3. Keputusan Pembelian (Y)

Pada variabel Keputusan Pembelian ini, diwakili oleh 4 (empat) pernyataan yang bernilai positif. Tanggapan responden terhadap masing-masing pernyataan dapat dilihat pada tabel rekapitulasi dibawaht ini.

Tabel V.6 Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian

Indicator	**Frekuensi Jawaban Responden**					**N**
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	
Pencarian Infomasi (KP1)	0	0	21	51	28	100
Evaluasi Alternatif(KP2)	0	0	26	46	28	100
Keputusan Pembelian (KP3)	0	0	22	49	29	100
Perilaku Setelah Pembelian (KP4)	0	0	30	38	32	100
skors	0	0	99	184	117	400
porsentase	0%	0%	24,75%	46%	29,25%	100%

Sumber : Data Olahan SPSS

Dari tabel V.6 dapat dilihat bahwa responden menyatakan sangat setuju sebesar 29,25%, responden menyatakan setuju sebesar 46%, responden yang menyatakan netral sebesar 24,75%, dan responden yang menyatakan tidak setuju 0% , sedangkan responden yang menyatakan sangat tidak setuju 0% tentang variabel keputusan pembelian.

C. Uji Alat Ukur

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui item-item yang ada didalam kuisioner mampu mengukur pengubah yang didapatkan dalam penelitian ini. Untuk mengetahui valid suatu variabel, dilakukan pengujian dengan menggunakan teknik validity analysis dengan nilai korelasi diatas 0,30. Untuk perhitungan validitas dan reliabilitas instrumen item masing-masing variabel pada penelitian yang dilakukan menggunakan program SPSS 16.0.

Tabel V.7 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas

variabel	indikator	r_{hitung}	keterangan
Diferensiasi (D)	D1	1	Valid
	D2	0.396	Valid
	D3	0.524	Valid
	D4	0.543	Valid
Positioning (P)	P1	1	Valid
	P2	0.582	Valid
	P3	0.743	Valid
Keputusan Pembelian (KP)	KP1	1	Valid
	KP2	0.570	Valid
	KP3	0.679	Valid
	KP4	0.586	Valid

Sumber : Data Olahan SPSS

Dari tabel di atas diketahui bahwa semua butir instrument variabel bebas (Diferensiasi dan Positioning) dan variabel terikat (keputusan pembelian) dinyatakan

valid karena r hitung > 0,30. Berdasarkan nilai uji *validitas* butir instrumen seluruh variabel di atas, dapat di simpulkan bahwa data kuisioner yang peneliti gunakan dalam penelitian sudah representatif. Dalam artian mampu mengungkapkan data dan variabel yang diteliti.

2. Uji Reliabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk mengetahui instrumen penelitian yang dipakai dapat digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda. Pengujian dilakukan dengan menggunakan teknik cronbach alpha. Dimana suatu instrument dapat dilakukan reliabel bila memiliki koefisien keandalan atau alpha sebesar (a) <0,6 tidak *releabel*, (b) 0,6-0,7 *acceptable*, (c) 0,7-0,8 baik, dan (d) >0,8 sangat baik.

Tabel V.8 Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien Alpha	Keterangan
Diferensiasi (X1)	0.796	Reliabel
Positioning (X2)	0.841	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0.855	Reliabel

Sumber : Data Olahan SPSS

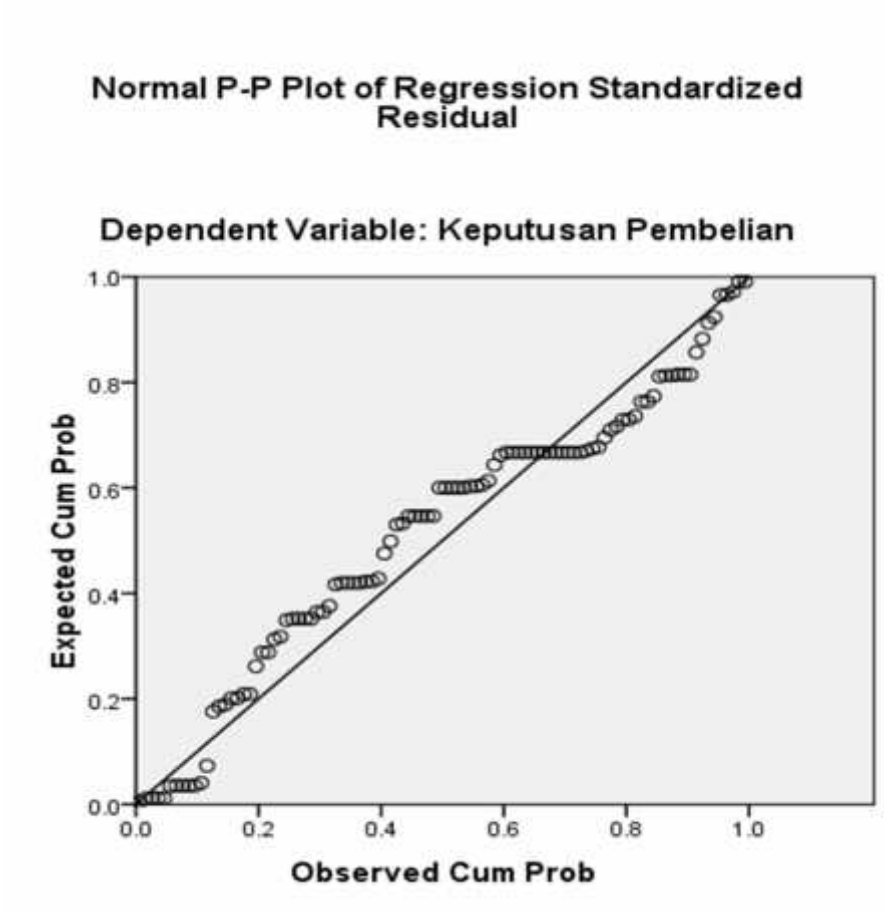
3. Uji Normalitas Data

Menguji dalam sebuah model regresi yaitu variabel dependen, variable independen atau keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk mendeteksi normalitas dapat dilihat grafik Normal P-P *Plot of Regression Standarized Residual.*

Deteksi dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal dari grafik. (Ghozali, 2006)

Daftar pengambilan keputusan antara lain: (1) jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas, serta (2) jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan/atau tidak mengikuti garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Gambar V. 1 Uji Normalitas



Dari grafik *scatterplot* diatas, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tidak membentuk pola tertentu atau tidak teratur. Hal ini mengindikasikan tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi sehingga model regresi layak dipakai.

D. Uji Asumsi Klasik

Model regresi selanjutnya diuji keefektifannya dengan menggunakan uji asumsi klasik yang meliputi uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas dan uji autokorelasi

1. Hasil Uji Multikolineritas

Dalam penelitian ini teknik untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas didalam model regresi adalah melihat dari nilai *Varience Inflation Factor* (VIF) dan nilai *tolerance*, dimana nilai *tolerance* mendekati 1 atau tidak kurang dari 0,10, serta nilai VIF disekitar angka 1 serta tidak lebih dari 10, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antara variable bebas dalam model regresi.

Tabel V.9: Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity statistics	
	Tolerance	VIF
1 (constant)		
Diferensiasi	.466	2.146
Positioning	.466	2.146

Sumber : Data Olahan SPSS

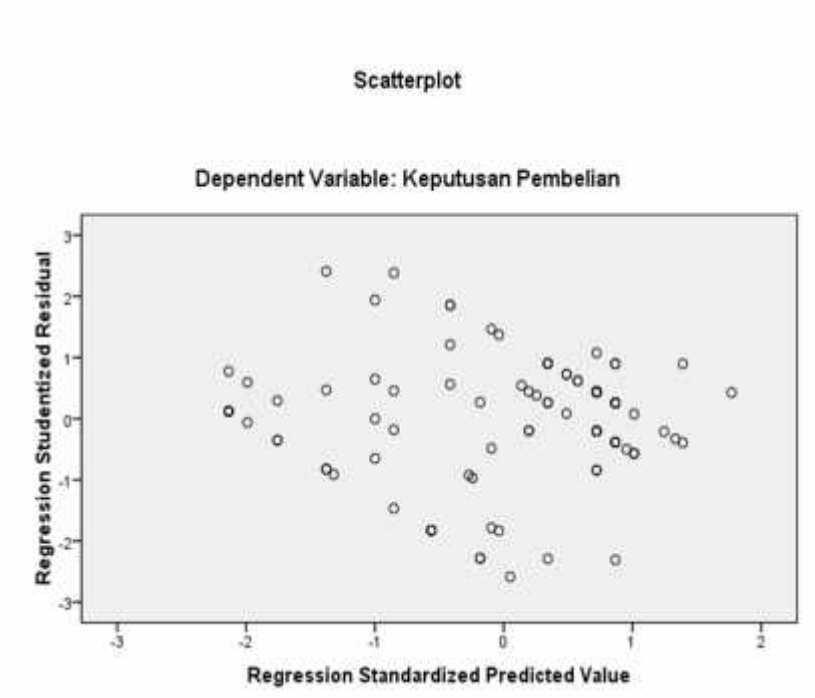
Dari Tabel diatas terlihat bahwa nilai VIF disekitar angka 1 dan tidak lebih dari 10 serta nilai *tolerance* mendekati 1 atau tidak lebih kecil dari 0,10 yang berarti bahwa tidak terdapat korelasi antar variabel bebas.

2. Hasil Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terjadi ketidaksamaan variabel dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain dalam model regresi. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heterokedastisitas menurut **Ghozali (2005:105)** dapat dilihat dari *Scatterplot* antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur, maka telah terjadi heterokedastisitas. Sebaliknya jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar maka tidak terjadi heterokedastisitas.

Hasil dari uji heterokedastisitas dapat dilihat pada grafik *scatterplot* berikut ini:

Gambar V. 2 Uji Heterokedasitas



Dari grafik *scatterplot*, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tidak membentuk pola tertentu atau tidak teratur. Hal ini mengindikasikan tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi sehingga model regresi layak dipakai.

3. Uji Autokorelasi

Autokorelasi merupakan kolerasi atau hubungan yang terjadi antara anggota-anggota dari serangkaian pengamatan yang tersusun dalam times series pada waktu yang berbeda. Autokolrelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada priode t jika ada, berarti autokorelasi. Dalam penelitian keberadaan autokorelasi diuji dengan ketetuaan berikut:

1. Jika angka D – W di bawah – 2 berarti terdapat Autokorelasi positif.
2. Jika angka D – W diantara – 2 sampai 2 berarti tidak terdapat Autokorelasi.
3. Jika D – W di atas 2 berarti terdapat Autokorelasi negatif.

Tabel V.10: Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.777[a]	.604	.569	1.57623	1.889

a. Predictors: (Constant), Positioning, Diferensiasi

b. Dependent Variable: KP

Sumber : Data Olahan SPSS

Berdasarkan tabel dibawah ini, diketahui bahwa nilai DW sebesar 1.889 Angka DW tersebut berada diantara -2 sampai 2 yang berarti tidak terjadi autokorelasi.

E. Hasil regresi Linear Berganda

Hasil dari mengolah data variabel menggunakan program SPSS 16.00 *for windows* dengan analisis regresi sederhana diperoleh *output* data seperti pada tabel V.11.

Tabel V.11: Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model	Unstandardized ceofficients		Standardized coefficients	t	Sig.	Collinearity statistics	
	B	Std. error	Beta			Tolerance	VIF
1(constanta)	.572	1.286		.410	.638		
Diferensiasi	.730	.113	.603	6.438	.000	.466	2.146
positioning	.281	.120	.218	2.339	.021	.466	2.146

a. Dependent Variable: KP

Sumber : Data Olahan SPSS

Dari hasil tersebut, diperoleh persamaan Analisis Regresi Linear Berganda sebagai berikut:

Persamaan Regresi Berganda:

Y = a + b1X1 + b2X2 + e

Keputusan pembelian = 0,527 + 0,730 Diferensiasi + 0,281 Positioning + e

Arti angka-angka dalam persamaan regresi diatas:

- Nilai konstanta (a) sebesar 0,527. Artinya adalah apabila variabel independen diasumsikan nol (0), maka keputusan pembelian sebesar 0,527.

- Nilai koefisien regresi variabel diferensiasi sebesar 0,730. Artinya adalah bahwa setiap peningkatan diferensiasi sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,730 dengan asumsi variabel lain tetap.

- Nilai koefisien regresi variabel positioning sebesar 0,281. Artinya adalah bahwa setiap peningkatan positioning sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,281 dengan asumsi variabel lain tetap.

Standar error (*e*) merupakan variabel acak dan mempunyai distribusi probabilitas yang mewakili semua faktor yang mempunyai pengaruh terhadap Y tetapi tidak dimasukan dalam persamaan.

F. Pengujian Hipotesis

Untuk memperoleh kesimpulan dari analisis ini maka terlebih dahulu dilakukan pengujian hipotesis yang dilakukan secara menyeluruh atau simultan (Uji F). dan secara parsial (Uji t) yang dijelaskan sbagai berikut:

1. Uji Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

Tabel V.12: Uji Simultan (Uji F)

Model	Mean squares	F	Sig.
Regression Residual Total	183.756 2.485	73.691	.000[a]

Sumber : Data Olahan SPSS

Diketahui F hitung sebesar 73,961 dengan signifikansi 0,000. F tabel dapat diperoleh sebagai berikut:

F tabel = n – k – 1 ; k

F tabel = 100 – 2 – 1 ; 2

F tabel = 97 ; 2

F tabel = 3,090

Keterangan: n : jumlah sampel

k : jumlah variabel bebas

1 : konstan

Dengan demikian secara simultan atau bersama-sama diketahui F hitung (73,961) > F tabel (3,090) dengan Sig. (0,000) < 0,05. Berarti adalah bahwa diferensisi dan positioning secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Uji Persial (Uji t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variable independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Tabel V.13: Uji Parsial (Uji t)

Coefficients[a]

Model	t	Sig.	Collinearity Statistics	
			Tolerance	VIF
1 (Constant)	.410	.683		
Diferensiasi	6.438	.000	.466	2.146
Positioning	2.339	.021	.466	2.146

Sumber : Data Olahan SPSS

Diketahui nilai t tabel pada taraf signifikansi 5 % (2-tailed) dengan Persamaan berikut:

t tabel = n – k – 1 : alpha/ 2
= 100 – 2 – 1 : 0,05/ 2
= 97 : 0,025
= 1,985

keterangan: n : jumlah
k : jumlah variabel bebas
1 : konstan

1. Secara persiial Diferensiasi Diketahui t hitung (6,438) > t tabel (1,985) atau Sig. (0,000) < 0,05. Berarti diferensiasi secara persial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Secara persial Positioning Diketahui t hitung (2,339) > t tabel (1,985) atau Sig. (0,021) < 0,05. Berartia positioning secara persial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

G. Uji Koefisien Determinan

Koefisien determinan (R) adalah sebuah koefisien yang menunjukkan seberapa besar persentase variabel-variabel independen. Semakin besar koefisien determinasinya, maka semakin baik variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Dengan demikian regresi yang dihasilkan baik untuk mengistimasi nilai variabel dependen.

Tabel V.14: Koefisien Determinasi

Model Summary[p]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.777[a]	.604	.596	1.57623	1.889

a. Predictors: (Constant), Positioning, Diferensiasi

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan model summary tersebut menunjukkan bahwa besarnya Adjusted R Square adalah 0,596. Hal ini berarti hanya 59,6% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen di atas, yaitu diferensiasi dan positioning. Sedangkan sisanya dijelaskan oleh sebab-sebab lain.

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh diferensiasi dan positioning terhadap keputusan pembelian pelanggan sepeda motor merek Honda di pekanbaru. Hasil penelitian terhadap model penelitian dan pengujian hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini menghasilkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana dihasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b1X1 + b2X2 + e$$

Keputusan pembelian = 0,527 + 0,730 Diferensiasi + 0,281 Positioning + e

Arti angka-angka dalam persamaan regresi diatas:

- Nilai konstanta (a) sebesar 0,527. Artinya adalah apabila variabel independen diasumsikan nol (0), maka keputusan pembelian sebesar 0,527.
- Nilai koefisien regresi variabel diferensiasi sebesar 0,730. Artinya adalah bahwa setiap peningkatan diferensiasi sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,730 dengan asumsi variabel lain tetap.
- Nilai koefisien regresi variabel positioning sebesar 0,281. Artinya adalah bahwa setiap peningkatan positioning sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,281 dengan asumsi variabel lain tetap.

- Standar error (*e*) merupakan variabel acak dan mempunyai distribusi probabilitas yang mewakili semua faktor yang mempunyai pengaruh terhadap Y tetapi tidak dimasukan dalam persamaan.

2. Dengan demikian secara simultan atau bersama-sama diketahui F hitung (73,961) > F tabel (3,090) dengan Sig. (0,000) < 0,05. Berarti adalah bahwa diferensisi dan positioning secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. Secara parsial Diferensiasi diketahui t hitung (6,438) > t tabel (1,985) atau Sig. (0,000) < 0,05. Berarti diferensiasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
4. Secara persial Positioning diketahui t hitung (2,339) > t tabel (1,985) atau Sig. (0,021) < 0,05. Berartia positioning secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
5. Adjusted R Square adalah 0,596. Hal ini berarti hanya 59,6% keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh diferensiasi dan positioning.

6.2 Saran

Sebagai saran yang dapat penulis sampaikan kepada manajemen dan pihak-pihak yang berkepentingan adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan kepada pihak manajemen PT AHM mempertahankan dan berupaya untuk terus meningkatkan keberagaman produk yang nantinya akan menjadi ciri khas dan menjadi sebuah senjata persaingan yang handal. Diantaranya dengan selalu menciptakan inovasi baru, memberi kankonsultasi pelanggan, pelatihan pegawai,

menjaga keandalan para pegawai dalam memberikan jasa pelayanan kepada pelanggan.

2. Penulis juga menyarankan agar dalam proses meningkatakn dan mempertahankan Pelanggan, manajemen tidak menitik beratkan pada diferensiasi dan positioning saja, karena terbukti dari hasil penelitan ini, 40,4 % merupakan kontribusi faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian yang tidak diungkap dalam penelitian ini.

3. Kepada pihak lain yang ingin melanjutkan penelitian ini, diharapkan agar mempergunakan variabel-variabel lainnya, kareana variabel-variabel yang di pergunakan dalam penelitian ini hanya menggunakan dua variable independen sedangkan variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian banyak variabel yang lain.

Demikianlah kesimpulan dan saran yang dapat penulis sampaikan yang tentunya didalam keterbatasan pengetahuan dan penelitian penulis. Semoga apa yang penulis sumbangkan dalam skripsi ini dapat bermanfaat bagi manajemen baik secara langsung maupaun tidak langsung dimasa yang akan datang.