

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR HONDA SPORT (STUDI KASUS DI KABUPATEN PASURUAN)

Nasrullah¹

hondahereherekgl@gmail.com¹

Antin Rakhmawati²

antinrakhmawati@yudharta.ac.id²

Any Urwatul Wusko³

anieurwah@yudharta.ac.id³

^{1,2,3}Universitas Yudharta Pasuruan

ABSTRACT

This study was conducted to determine the EFFECT OF PRICE, PRODUCT QUALITY AND LIFESTYLE ON THE DECISION TO PURCHASE HONDA SPORT MOTORCYCLES IN PASURUAN DISTRICT This type of research uses causal associative research with a quantitative approach, with the distribution of questionnaires as a data collection technique. The sampling method uses purposive sampling, which is a sampling technique where people are selected as samples according to the purpose of the study, the sample used is 99 respondents through the distribution of questionnaires. The data analysis method used in this study is Explanatory Linear.

Keywords: *The Influence of Price, Product Quality and Lifestyle on Purchase Decisions For Honda Sport Motorcycles.*

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR HONDA SPORT DI KABUPATEN PASURUAN Jenis penelitian ini menggunakan penelitian asosiatif kausal dengan pendekatan kuantitatif, dengan penyebaran kuesioner sebagai teknik pengumpulan data. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dimana orang yang dipilih sebagai sampel sesuai dengan tujuan dilakukannya penelitian, sampel yang digunakan sebanyak 99 responden melalui penyebaran kuesioner. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Explanatory Linier.

Kata Kunci: Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Sport.

PENDAHULUAN

Perkembangan industri otomotif di Indonesia mengalami kemajuan yang cepat dan pesat. Saat ini industri otomotif seperti produk sepeda motor saat ini mengalami peningkatan yang pesat dan menjadi gaya hidup masyarakat Indonesia. Hampir semua masyarakat menginginkan kendaraan bermotor untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, karena memberi keuntungan seperti bahan bakar yang irit, harganya jauh lebih murah, lebih cepat sampai saat jalanan macet, dan biaya suku cadang terjangkau, kebutuhan akan sepeda motor berdampak kepada meningkatnya permintaan akan berbagai jenis sepeda motor yang mengakibatkan semakin banyaknya persaingan dalam dunia bisnis di bidang transportasi, hal tersebut dapat di lihat dari banyaknya produsen sepeda motor yang menawarkan berbagai macam tipe sepeda motor dengan inovasi dengan kebutuhan di mana sepeda motor yang dihasilkan banyak memberikan kemudahan bagi para konsumen.

Data dari Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) mencatat bahwa volume penjualan sepeda motor di Indonesia selalu mengalami kenaikan selama dua tahun berturut-turut. hal ini dapat dilihat pada penjualan di tahun 2022 yang meningkat 160 ribu unit

menjadi 5,22 juta unit. Kemudian, penjualannya langsung melesat naik 1 juta unit menjadi 6,23 juta unit pada tahun 2023.

Motor sport merupakan sarana transportasi paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Hal ini diperkuat dengan keadaan iklim tropis di tanah air, ditambah mayoritas kondisi perekonomian masyarakat Indonesia yang akhirnya membuat mereka memilih sepeda motor sebagai kendaraan utamanya.

Keputusan pembelian merupakan suatu studi yang membahas tentang bagaimana individu atau kelompok melakukan suatu pembelian dan menggunakan barang atau jasa tersebut untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka. Keputusan konsumen adalah sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia sehingga konsumen dapat menentukan pilihannya untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya.

Harga adalah suatu moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa sehingga menimbulkan kepuasan konsumen. Harga menjadi penentu bagi pembeli sebelum melakukan keputusan

pembelian, karena konsumen akan memutuskan apakah harga yang diberikan telah sesuai dengan barang yang ditawarkan atau belum. Dalam memutuskan penetapan harga, haruslah berorientasi pada pembeli dan harga di pasaran. Jika konsumen beranggapan bahwa harga barang atau jasa lebih mahal dari pada nilai suatu produk atau jasa maka konsumen tidak akan membeli produk atau jasa tersebut, Alma (2011), (Mail Hilian Batin), (Risna Wati), (Ahmad Fithoni)

Kualitas produk adalah faktor penting selain keunggulan produk untuk menentukan keputusan pembelian. Menurut Kotler dan Keller (2016), kualitas produk adalah bagaimana kualitas produk tersebut memiliki nilai yang dapat memuaskan konsumen baik secara fisik maupun secara psikologis yang menunjukkan pada atribut atau sifat-sifat yang terdapat pada suatu barang atau hasil. Dari beberapa konsumen yang melakukan transaksi pembelian, konsumen lebih memilih kualitas produk yang bagus dari pada yang tidak. Itu disebabkan kualitas produk yang bagus dapat membuat barang lebih tahan lama dan dapat memuaskan konsumen baik dari desain sampai keunggulan lainnya.

Gaya hidup adalah aktivitas sehari-hari yang dilakukan oleh makhluk sosial. Gaya hidup merupakan pola perilaku hidup seseorang, pola dalam berbelanja dan mengalokasikan waktu. orang-orang yang berasal dari berbagai

macam budaya dan kelas pekerjaan maupun kelas sosialnya yang sama dapat memiliki gaya hidup yang berbeda. Menurut Kotler, gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai pola hidup seseorang di dunia yang terungkap pada aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan "keseluruhan diri seseorang" yang berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup dapat dipahami sebagai sebuah karakteristik seseorang secara kasat mata, yang menandai sistem nilai, serta sikap terhadap diri sendiri dan lingkungannya. Menurut Piliang, gaya hidup merupakan kombinasi dan totalitas cara, tata, kebiasaan, pilihan, serta obyek-obyek yang mendukungnya, dalam pelaksanaannya dilandasi oleh sistem nilai atau sistem kepercayaan tertentu. Dilansir dari jurnal Analisis Faktor Gaya Hidup dan Pengaruhnya Terhadap Pembelian Rumah Sehat Sederhana (2012) oleh Listyorini Sari, Sumarwan mengatakan bahwa pengertian gaya hidup seringkali digambarkan dengan kegiatan, minat, dan opini dari seseorang (activities, interest, and opinion).

Gaya hidup yang merupakan bagian dari perilaku konsumen juga mempengaruhi tindakan konsumen dalam melakukan pembelian. Keputusan pembelian konsumen tidak terlepas dari gaya hidup mereka yang ingin membeli produk yang bermanfaat dan mempunyai kualitas yang baik. Keanekaragaman konsumen dalam

memenuhi kebutuhan-nya dipengaruhi oleh karakteristik gaya hidup yaitu aktivitas di mana seseorang melakukan kegiatan dalam memenuhi kebutuhannya seperti pekerjaan, hobi, belanja, hiburan, olahraga, dan minat seseorang berdasarkan keinginan terhadap produk yang diinginkan, serta pendapat atau pandangan seseorang terhadap produk yang akan dibeli.

Honda secara umum selalu memproduksi unit produk yang sedang diminati oleh mayoritas pengguna sepeda motor di Indonesia sebagai salah satu cara untuk menarik minat beli konsumen, dengan demikian fokus Honda berada pada produksi motor jenis sport, meski begitu produk lain juga diproduksi oleh Honda secara berkala. Konsentrasi Honda pada jenis motor sport cukup terlihat, hal ini dapat dibuktikan dari jenis motor yang diproduksi oleh Honda dalam kurun waktu beberapa tahun. Berikut jenis motor sport yang diproduksi oleh Honda.

Tabel 1 1 data jenis motor honda sport

Motor honda sport	
Merek	Jenis
Honda	CB150 Verza
Honda	CB150R Srteetfire
Honda	CB150X
Honda	Sonic 150R
Honda	CBR150R
Honda	CRF150R
Honda	CBR250RR 8
Honda	CRF250L

Honda	ST125 Dax
Honda	Monkey
Honda	CRF250 Rally

Sumber : Wahana honda 2024

Berdasarkan data tersebut, Honda memiliki banyak variasi motor sport yang bisa menyangingi motor sport yang lain, selain dari jenis motor sport yang beragam, grafik penjualan motor sport honda dalam kurun waktu cukup menjanjikan dan selalu mengalami peningkatan.

Kehidupan masyarakat modern juga mempengaruhi perilaku pembelian masyarakat. Kehidupan modern sering diidentikkan dengan cara hidup yang selalu mengikuti trend atau perkembangan zaman. Dalam keadaan seperti ini, pilihan merek mempengaruhi gaya hidup modern, sehingga keinginan untuk membeli produk bermerek juga mempengaruhi kebiasaan konsumsi. Muafi (2013) menambahkan bahwa “hidup dalam masyarakat modern berimplikasi pada peran merek, artinya konsumen tidak hanya menginginkan produk tetapi juga merek”. Merek yang sudah mapan biasanya dijadikan sebagai simbol keberhasilan suatu produk, sehingga nilai merek juga mempengaruhi keadaan emosional konsumen. Meskipun banyak produk serupa di pasaran, terutama produk pesaing, itu semua tergantung pada apresiasi konsumen terhadap merek tersebut. Itu berarti jika konsumen dengan benar mempersepsikan merek yang mereka

yakini, maka karakteristik merek di benak konsumen lebih kuat.

Berdasarkan uraian di atas, mulai dari keputusan pembelian, harga, kualitas produk dan gaya hidup, maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang harga, kualitas produk, dan gaya hidup di kabupaten pasuruan untuk menganalisis seberapa besar pengaruhnya terhadap keputusan pembelian motor honda sport. Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas maka penulis melakukan penelitian dengan mengangkat topik **“Pengaruh harga, kualitas produk, Dan gaya hidup Terhadap keputusan pembelian motor honda sport”** (Studi Pada kabupaten pasuruan)

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel harga, kualitas produk dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian motor sport di kabupaten pasuruan. metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandas pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah di tetapkan (Sugiyono, 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung setiap item (correlated item-total correlations) dengan nilai r tabel. Uji signifikan koefisien korelasi pada taraf signifikan 0,05 untuk menentukan apakah suatu item layak atau tidak untuk digunakan yang artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi terhadap skor total (Ghozali, 2018).

Tabel 4 1 hasil uji validitas

N o	Varia bel	It e m	Koe fisie n Kor elasi (r)	r ta be l	Si g	Keter anga n
1	Harg a	X 1. 1	0,38 8	0, 34 9	0, 03 1	Valid
		X 1. 2	0,65 5	0, 34 9	0, 00 1	Valid
		X 1. 3	0,56 2	0, 34 9	0, 00 1	Valid
		X 1. 4	0,52 8	0, 34 9	0, 00 2	Valid
		X 1. 5	0,67 1	0, 34 9	0, 00 1	Valid
		X 1. 6	0,62 5	0, 34 9	0, 00 1	Valid

		X 1. 7	0,67 4	0, 34 9	0, 00 1	Valid
		X 1. 8	0,49 6	0, 34 9	0, 00 5	Valid
2	Kuali tas prod uk	X 2. 1	0,69 9	0, 34 9	0, 00 1	Valid
		X 2. 2	0,79 6	0, 34 9	0, 00 1	Valid
		X 2. 3	0,72 9	0, 34 9	0, 00 1	Valid
		X 2. 4	0,51 8	0, 34 9	0, 00 3	Valid
		X 2. 5	0,43 4	0, 34 9	0, 01 5	Valid
		X 2. 6	0,74 6	0, 34 9	0, 00 1	Valid
		X 2. 7	0,81 6	0, 34 9	0, 00 1	Valid
3	Gaya hidp	X 3. 1	0,75 3	0, 34 9	0, 00 1	Valid
		X 3. 2	0,78 6	0, 34 9	0, 00 1	Valid
		X 3. 3	0,58 0	0, 34 9	0, 00 1	Valid

		X 3. 4	0,70 7	0, 34 9	0, 00 1	Valid
4	Kepu tusa n Pem belia n	Y 1. 1	0,64 3	0, 34 9	0, 00 1	Valid
		Y 1. 2	0,59 9	0, 34 9	0, 00 1	Valid
		Y 1. 3	0,62 7	0, 34 9	0, 00 1	Valid
		Y 1. 4	0,46 6	0, 34 9	0, 00 8	Valid
		Y 1. 5	0,53 2	0, 34 9	0, 00 2	Valid
		Y 1. 6	0,68 7	0, 34 9	0, 00 1	Valid
		Y 1. 7	0,56 0	0, 34 9	0, 00 1	Valid
		Y 1. 8	0,53 8	0, 34 9	0, 00 2	Valid

Sumber: Diolah, 2024

2. Uji reabilitas

Reabilitas atau keandalan adalah konsistensi dari serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur. Dapat berupa pengukuran dari alat ukur yang sama (tes dengan tes ulang)

akan memberikan hasil yang sama (Ghozali, 2018).

Tabel 4.11 Hasil Uji Reabilitas

N o	Variabel	Cronbach Alpha	Koefisien	Keterangan
1	Harga	0,710	0,60	Reliabel
2	Kualitas produk	0,806	0,60	Reliabel
3	Gaya hidup	0,655	0,60	Reliabel
4	Keputusan Pembelian	0,703	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah, 20

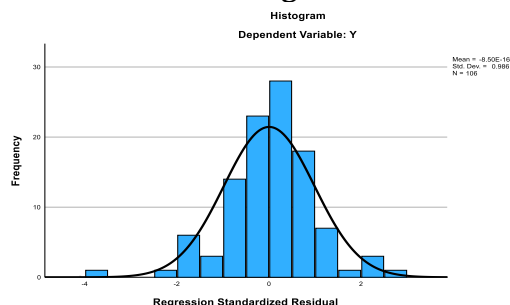
Berdasarkan tabel 4. dapat disimpulkan bahwa hasil perhitungan dari masing-masing variabel memiliki koefisien Cronbach Alpha $> 0,6$. Dalam hal ini menunjukkan bahwa semua variabel yang terdapat dalam tabel dinyatakan Reliabel.

3. Uji asumsi klasik

Uji normalitas

Uji Normalitas pada penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah data yang digunakan dalam model regresi ini berdistribusi normal (Ghozali, 2005). Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan hasil Histogram dan P-P Plot of Regression Standardized Residual. Adapun hasil dari pengujian tersebut adalah sebagai berikut:

gambar 4.2 Hasil uji normalitas histogram



Sumber: Data diolah, 2024

Dari gambar di atas dapat disimpulkan bahwa jika garis histogramnya berbentuk seperti gunung di tengah-tengah angka 0 dan berdekatan dengan garis histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi pada penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearita

Uji Multikolinieritas dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independent (Ghozali, 2011). Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dapat dilihat pada nilai tolerance dan VIF. Apabila nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas. Adapun hasil dari pengujian tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 2 Hasil uji multikolinieritas

Varia bel	Tolera nce	VIF	Keterangan
-----------	------------	-----	------------

Harga	0.488	2.048	Non multikolinieritas
Kualitas produk	0.510	1.960	Non multikolinieritas
Gaya hidup	0.661	1.513	Non multikolinieritas

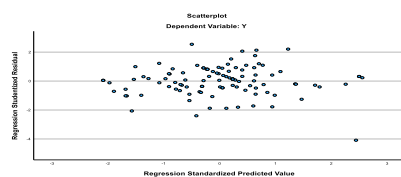
Sumber: Data diolah, 2024

Hasil uji multikolinieritas menunjukkan bahwa semua variabel penelitian mempunyai nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 , sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2011). Dalam penelitian ini, hasil uji heteroskedastisitas menggunakan hasil gambar scatterplot sebagai berikut:

gambar 4.4 Hasil uji heteroskedastisitas scatterplot



Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan dari gambar di atas dapat dilihat bahwa penyebaran residual adalah tidak teratur dan tidak membentuk pola. Hal tersebut dapat dilihat pada titik-titik atau plot yang menyebar secara acak atau random baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Kesimpulan yang bisa diambil tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier dapat digunakan untuk mengetahui dan menghitung besarnya pengaruh variabel bebas yaitu harga (X1), kualitas produk (X2) dan gaya hidup (X3) terhadap keputusan pembelian motor honda sport (Y).

Tabel 4 3 Hasil rangkman analisis regresi berganda

Variabel	Koefisien Regresi (b)	t-hitung	Sig	Keterangan
Harga	0.550	6.920	0.001	Signifikan
Kualitas produk	0.172	2.219	0.029	Signifikan
Gaya hidup	0.224	3.284	0.001	Signifikan
Konstanta	= 0.488			
Adjusted R ²	= 0.676			

F-	=
Hitun g	74.164
Sig	=
	0.001

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dapat diketahui persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

Berdasarkan persamaan tersebut, diketahui bahwa koefisien regresi harga (b1), kualitas produk (b2), gaya hidup (b3) memiliki koefisien regresi positif. Hal tersebut menunjukkan bahwa harga (b1), kualitas produk (b2), gaya hidup (b3) memiliki pengaruh secara positif terhadap keputusan konsumen (Y)

Uji Linieritas

Uji linearitas merupakan tahap krusial dalam analisis statistik yang bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik hubungan antara variabel. Secara spesifik, uji ini mengevaluasi apakah relasi antara variabel-variabel tersebut bersifat linear dan bermakna secara statistik. Umumnya, uji linearitas menjadi langkah awal yang penting sebelum melakukan analisis korelasi atau regresi linear. Dalam konteks pengolahan data menggunakan perangkat lunak SPSS, uji linearitas dilaksanakan melalui fitur Test for Linearity. Interpretasi hasil uji ini didasarkan pada nilai signifikansi yang diperoleh dari output Linearity. Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut: Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ pada taraf

signifikansi dengan f_{tabel} diperoleh dari distribusi f dengan derajat kebebasan masing-masing sesuai dk pembilang dk penyebut pada taraf $\alpha = 0,05$. Jika nilai signifikansi pada Linearity melebihi 0,05, maka disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan linear yang signifikan antara kedua variabel yang diuji. Sebaliknya, jika nilai signifikansi pada Linearity kurang dari 0,05, maka dapat dinyatakan bahwa terdapat hubungan linear yang signifikan antara kedua variabel tersebut. (Duwi Priyatno, 2010 dalam Bujuri, 2016)

Tabel 4. 4 hasil ji linieritas X1 ke Y

			Mea n Squa re	F
Y* X1	Betw een Grou ps	(Combi ned)	78.73 0	12.92 8
		Lineari ty	1077. 154	176.8 70
		Deviati on from Lineari ty	7.414	1.217
	Within Groups		6.090	
Total				

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa variabel keamanan memiliki

nilai f hitung = 176.870. Dikatakan linier jika f hitung $>$ f tabel. F tabel dapat dicari pada tabel statistic pada signifikan 0,05. Untuk mencari F tabel harus diketahui nilai df_1 dan df_2 , $df_1 = k-1$ ($2-1$) = 1, dan $df_2 = n-k$ ($106-4$) = 102 (k adalah jumlah variabel dan n adalah jumlah responden). Nilai F tabel sebesar 2,69. Maka dapat diketahui bahwa F hitung $>$ F tabel ($176.870 > 2,69$). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan linear yang signifikan antara variabel keamanan (X_1) dengan variabel sikap pembelian (Y).

Tabel 4 5 Hasil Uji Linieritas X_2 Ke Y

			Mean Square	F
$Y^* X_2$	Between Groups	(Combined)	64.177	7.537
		Linearity	755.504	88.721
		Deviation from Linearity	14.797	1.738
		Within Groups	8.516	
	Total			

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa variabel persepsi risiko memiliki nilai f hitung = 88.721. Dikatakan linier

jika f hitung $>$ f tabel. F tabel dapat dicari pada tabel statistic pada signifikan 0,05. Untuk mencari F tabel harus diketahui nilai df_1 dan df_2 , $df_1 = k-1$ ($2-1$) = 1, dan $df_2 = n-k$ ($106-4$) = 102 (k adalah jumlah variabel dan n adalah jumlah responden). Nilai F tabel sebesar 2,69. Maka dapat diketahui bahwa f hitung $>$ f tabel ($88.721 > 2,69$). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan linear yang signifikan antara variabel Kualitas produk (X_2) dengan variabel keputusan pembelian (Y).

Tabel 4. 6 hasil ji linieritas X_3 ke Y

			Mean Square	F
$Y^* X_3$	Between Groups	(Combined)	90.688	9.537
		Linearity	652.231	68.591
		Deviation from Linearity	20.495	2.155
	Within Groups		9.509	
	Total			

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan memiliki nilai f hitung = 68.591. Dikatakan linier jika f hitung $>$ f

tabel. F tabel dapat dicari pada tabel statistic pada signifikan 0,05. Untuk mencari F tabel harus diketahui nilai df1 dan df2, $df1 = k-1$ ($2-1 = 1$), dan $df2 = n-k$ ($106-4 = 102$ (k adalah jumlah variabel dan n adalah jumlah responden). Nilai F tabel sebesar 2,69. Maka dapat diketahui bahwa $f \text{ hitung} > f \text{ tabel}$ ($68.591 > 2,69$). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan linear yang signifikan antara variabel Gaya hidup (X3) dengan variabel keputusan pembelian (Y).

Uji Koefisien determinasi R2

Menurut (Sugiono, 2015) Uji koefisien determinasi (R2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel-variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol sampai satu. Nilai R2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi dependen terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Untuk mengetahui besar kontribusi dalam variabel independen harga, kualitas produk, dan gaya hidup terhadap variabel dependen keputusan pembelian motor honda sport. Berikut hasil dari R

Tabel 4. 7 hasil ji R2 kofisien determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the estimate
1	.828	.686	.676	2.308

Sumber: Data diolah, 2024

Koefisien determinasi (R2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Hasil uji R2 dalam penelitian ini diperoleh nilai sebesar 0.676. Hal ini menunjukan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel harga, kualitas produk dan gaya hidup sebesar 64,3%, sedangkan sisanya sebesar 35,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Uji hipotesis

Uji T

Pengujian ini dilakukan untuk menguji apakah variabel independen (harga, kualitas produk dan gaya hidup) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (keputusan Pembelian) secara satu per satu atau persial.

a) harga

Hasil statistik uji-t variabel harga memberikan nilai t hitung sebesar 6.920, nilai signifikansi adalah 0.001 kurang dari 0,05 ($0,001 < 0,05$), dan koefisien regresinya memiliki nilai positif sebesar 0.550, dalam hal ini maka hipotesis yang menyatakan bahwa “Terdapat pengaruh positif harga terhadap keputusan Pembelian motor honda sport (studi pada pengguna motor honda sport di kabupaten pasuruan)”

b) kualitas produk

Hasil statistik uji-t variabel kualitas produk memberikan nilai t hitung sebesar 2.219, nilai signifikansi adalah 0.029 kurang dari 0,05 ($0,029 < 0,05$), dan koefisien regresinya memiliki nilai positif sebesar 0.172, dalam hal ini maka hipotesis yang menyatakan bahwa “Terdapat pengaruh positif kualitas produk terhadap keputusan Pembelian motor honda sport (studi pada pengguna motor honda sport di kabupaten pasuruan)”

c) gaya hidup

Hasil statistik uji-t variabel gaya hidup memberikan nilai t hitung sebesar 3.284, nilai signifikansi adalah 0.001 kurang dari 0,05 ($0,001 < 0,05$), dan koefisien regresinya memiliki nilai positif sebesar 0.224, dalam hal ini maka hipotesis yang menyatakan bahwa “Terdapat pengaruh positif gaya hidup terhadap keputusan

Pembelian motor honda sport (studi pada pengguna motor honda sport di kabupaten Pasuruan)”

Uji F

Uji Statistik F pada dasarnya mengukur apakah seluruh variabel termasuk harga, kualitas produk dan gaya hidup mempunyai dampak positif terhadap keputusan Pembelian motor honda sport (studi pada pengguna motor honda sport di kabupaten pasuruan).

Tabel 4 8 Hasil uji f statistic

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1185.549	3	395.183	74.164	<.001 ^b
	Residual	543.508	102	5.329		
	Total	1729.057	105			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1						

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji diperoleh F hitung sebesar 74.164 dan signifikansi 0,001. Karena nilai signifikansinya kurang dari 0,05 ($0,001 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ini

menyatakan: “Terdapat pengaruh harga, kualitas produk dan gaya hidup terhadap keputusan Pembelian motor honda sport (studi pada pengguna motor honda sport di kabupaten Pasuruan).”

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh harga, kualitas produk, dan gaya hidup terhadap keputusan Pembelian motor honda sport, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel Harga (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Pembelian (Y1) maka dapat di artikan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan nilai yang signifikan, terlihat pada harga berperan penting dalam menentukan pilihan konsumen memilih motor honda sport.
2. Variabel Kualitas produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Pembelian (Y1) maka dapat di artikan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan nilai yang signifikan, terlihat pada kualitas produk berperan penting dalam menentukan pilihan konsumen memilih motor honda sport.
3. Variabel Gaya hidup (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y1) maka dapat di artikan bahwa gaya hidup berpengaruh terhadap

kepuasan konsumen dengan nilai yang signifikan, terlihat pada gaya hidup berperan penting dalam menentukan pilihan konsumen memilih motor honda sport.

4. Variabel harga (X1), kualitas produk (X2), dan gaya hidup (X3) berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Variabel (Y) keputusan Pembelian. maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harga, kualitas produk dan gaya hidup berperan penting terhadap keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Jaya, Umban, and Ira Astira. 2021. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Kawasaki Di Kota Tangerang.” *Cakrawala Repositori IMWI* 4(1):121–29. doi: 10.52851/cakrawala.v4i1.79.
- Akbar, P. A., & SUGIONO, S. (2011). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Hara Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Kasus Pada Dealer Sepeda Motor Honda Di Kota Banjarnegara) (*Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro*).
- Amanullah Fairuz, Alief, Rois Arifin, and Rachmat Slamet. 2020. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Showroom Ud.

- Hikmah Motor Group Malang).” *Jurnal Riset Manajemen* 15–32.
- Batin, M. H., & Syahrizal, A. (2021). Model Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepeda Motor sport di Palembang. *Indonesian Journal of Islamic Economics and Business*, 6(1), 49-59.
- Bayu, Krisna. 2016. “Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor sport Di Kabupaten Demak.” *Journal Ilmu Administrasi Bisnis* 53(9):1689–99.
- Cahyaningtyas, N. W., & Fajri, A. (2016). ANALISIS PENGARUH MEREK, KUALITAS PRODUK DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA DI KELURAHAN KUDAILE KECAMATAM SLAWI KABUPATEN TEGAL. *Prosiding SNaPP: Sosial, Ekonomi dan Humaniora*, 6(1), 205-212.
- Erliana, M., Kurniawan, A. P., & Tonce, Y. (2023). PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR BEKAS DI SHOWROOM KURNIA INDAH MOTOR MAUMERE
- Erliana, Maria, Antonius Philipus Kurniawan, and Yosef Tonce. 2024. “Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Bekas Di Showroom Kurnia Indah Maumere.” 3(2):432–44.
- Fairuz, A. A., Arifin, R., & Slamet, A. R. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Showroom Ud. Hikmah Motor Group Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 9(10).
- Hartaroe, Brina Putri, Ronny Malavia Mardani, and M. Khoirul Abs. 2016. “Prodi Manajemen.” 82–94.
- Jaya, U. A., & Astira, I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Kawasaki di Kota Tangerang. *Cakrawala Repositori IMWI*, 4(1), 121-129.
- Mustofa, B., & Sutopo, S. (2013). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Yamaha (studi kasus pada Mahasiswa Universitas Diponegoro). *Diponegoro Journal of Management*, 10-20.
- Pamelia, A., & Sudarwanto, T. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR MATIC HONDA BeAT (STUDI PADA WARGA PERUMAHAN PESONA PERMATA UNGU KRIAN SIDOARJO). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1554-1563.
- Pamelia, Anisa, and Tri Sudarwanto. 2021. “PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN

- PEMBELIAN MOTOR MATIC HONDA BeAT (STUDI PADA WARGA PERUMAHAN PESONA PERMATA UNGU KRIAN SIDOARJO)." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 10(1):1554-63. doi: 10.26740/jptn.v10n1.p1554-1563.
- Putri, M. I. (2021). Pengaruh Word of Mouth (Wom) Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian Motor Bekas (Studi Kasus Konsumen Lapak Motor Pasarbantang Brebes, Jawa Tengah) (*Doctoral dissertation, IAIN PURWOKERTO*).
- Rohmah, B. A. L. (2017). *Pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor bekas di ud. monte carlo monza jember*. Fak. Ekon. Muhammadiyah Jember.
- Rohmah, Bunga April Liani. 2017. "Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Bekas Di Ud. Monte Carlo Monza Jember." *Fakultas Ekonomi Muhammadiyah Jember*.
- Septiawan, M. S. D., Mansur, M., & Khalikussabir, K. (2022). Pengaruh Strategi Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Bekas Di Kabupaten Jember. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 11(04).
- Sulistyowati, Fitria Ajeng. 2013. "Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Yamaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro)." *Dipenogoro Journal of Management* 1(2):1-11.
- Johnson, R. A., & Wichern, D. W. (2007). *Applied Multivariate Statistical Analysis*. New Jersey: Prentice Hall.
- Berlianti, A. R. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Study Kasus Pada Toko Almoon'S Guitar). In *Repository.Unmuhjember.Ac.Id* (Issue 0228).
- Honda.com. (2024). *Kategori Motor Sport Honda*. <https://www.astra-honda.com/product?category=sport>