BAB V

PEMBAHASAN

5.1 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Dari hasil analisis regresi linier berganda didapat permasaan sebagai beirkut :

$$Y = 1{,}545 + 0{,}264X1 - 0{,}276X2 + 0{,}226X3 + 0{,}05X4$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

X1 = Kualitas Produk

X2 = Harga

X3 = Promosi

X4 = Citra Merk

Dari persamaan tersebut dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk, variabel promosi, dan variabel citra merk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian mobil Toyota Yaris, sedangkan variabel harga berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian mobil Toyota Yaris.

5.2 Analisis Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan uji anova diketahui nilai F_{hitung} lebih besar daripada nilai F_{tabel} yang berarti bahwa secara simultan variabel kualitas produk, harga, promosi, dan citra merk berpengaruh terhadap keputusan pembelian mobil Toyota Yaris.

5.3 Analisis Uji t (Uji Parsial)

Dengan melakukan uji dapat diketahui pengaruh secara individu (parsial) variabel bebas dengan variabel terikat apakah signifikan atau tidak. Dari hasil penelitian didapatkan hasil yaitu :

- Adanya pengaruh signifikan antara X1 (kualitas produk) dengan Y (keputusan pembelian)
- Tidak ada pengaruh signifikan antara X2 (harga) dengan Y (keputusan pembelian)
- Adanya pengaruh signigikan antara X3 (promosi) dengan Y (keputusan pembelian)
- Tidak ada pengaruh signifikan antara X4 (citra merk) dengan Y (keputusan pembelian)

5.4 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi dilakukan untuk melihat kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel independennya. Berdasarkan nilai Adjusted R Square diketahui besarnya pengaruh dari seluruh variabel terhadap keputusan pembelian mobil Toyota Yaris pada penelitian ini yaitu 0,515 atau sama dengan 51,5%. Sedangkan sisanya 48,5% dijelaskan oleh variabel-variabel atau aspek-aspek lain diluar model yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Untuk mengetahui kontribusi masing-masing variabel dapat dengan melihat standardized coefficient (beta). Dari hasil yang didapatkan diketahui bahwa variabel kualitas produk (0,624) berpengaruh terbesar dalam keputusan pembelian mobil Toyota Yaris, lalu diikuti oleh variabel promosi (0,369).

5.5 Analisis Koefisien Korelasi Parsial

Untuk mengetahui hubungan antara dua variabel dimana variabel lainnya dianggap berpengaruh dikendalikan atau dibuat tetap (sebagai variabel kontrol). Dari hasil penelitian diketahui bahwa :

- Hubungan antara kualitas produk dan keputusan pembelian adalah kuat
- Hubungan antara harga dan keputusan pembelian adalah sedang
- Hubungan antara promosi dan keputusan pembelian adalah sedang
- Hubungan antara citra merk dan keputusan pembelian adalah sedang