

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Penelitian

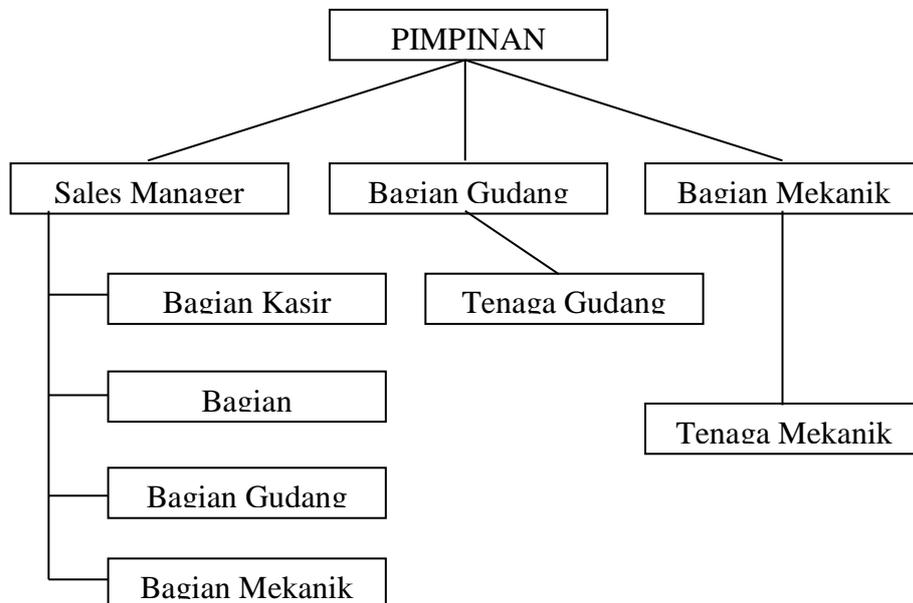
1. Gambaran Umum Objek Penelitian

a. Sejarah Singkat

Dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek tepatnya Jl. Soekarno Hatta No.26, Dobangsan, Kelutan, Kec. Trenggalek, Kabupaten Trenggalek, Jawa Timur 66313. Dealer Kembang Jawa Motor ini merupakan dealer Honda resmi dan terbesar di kota Trenggalek.

b. Struktur Organisasi

Adapun bagan struktur organisasi Dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek disajikan pada gambar sebagai berikut:



Gambar 4.1
Struktur Organisasi Perusahaan Dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek
Sumber Data: Dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek 2022

Adapun pembagian tugas, wewenang, dan tanggung jawab pada Dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek adalah sebagai berikut:

a. Pimpinan

Tugas dan tanggung jawabnya adalah sebagai berikut:

- 1) Sebagai pimpinan dan tanggung jawab langsung maupun tidak langsung atas kelancaran dan perkembangan aktivitas perusahaan secara intern maupun ekstern.
- 2) Membuat perencanaan mengenai kegiatan perusahaan.
- 3) mengkoordinir aktivitas perusahaan dan menentukan kebijakan perusahaan yang akan dilaksanakan.

b. Sales Manager

Tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:

- 1) bertanggung jawab kepada pimpinan perusahaan.
- 2) Mencari peluang baru guna meningkatkan omset penjualan.
- 3) Menganalisa dan mempelajari keadaan pasar.
- 4) bertanggung jawab atas kelancaran order yang diterima.

c. Bagian Kasir

Mengawasi dan mencatat segala bentuk transaksi pembayaran yang dilakukan oleh konsumen.

d. Bagian Administrasi

Tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:

- 1) Memberikan informasi kepada konsumen.

2) Mencatat, mengawasi, dan mengelola laporan keuangan perusahaan.

e. Bagian Gudang

Tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:

Bertanggung jawab atas keluar masuknya barang dari gudang
Secara periodik melaporkan persediaan barang yang masih tersedia dalam gudang.

f. Bagian Mekanik

Bertanggung jawab atas perawatan dan perbaikan mesin (*spare part*).

2. Gambaran Umum Subjek Penelitian

Upaya Meningkatkan Keputusan Pembelian Pada Dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek Ditinjau Dari Harga, Promosi dan Pelayanan. Dalam penelitian ini identitas responden diidentifikasi berdasarkan faktor-faktor demografi yang meliputi: jenis kelamin, usia dan pekerjaan responden.

Dari 40 kuesioner yang disebarkan kepada 40 responden, maka diperoleh gambaran dari responden sebagai berikut:

a. Data Responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
1.	Perempuan	10	25,0
2.	Laki-laki	30	75,0
	Total	40	100

Sumber: Data primer yang di olah, 2022

Dari hasil tabel 4.1 di atas dapat diketahui jumlah responden perempuan dari 40 responden sebesar 25%, sedangkan responden laki-laki sebesar 75%.

b. Data Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2
Tingkat Usia Responden

No.	Usia	Frekuensi	Prosentase (%)
1.	< 25 tahun	9	22,5
2.	25-35 tahun	17	42,5
3.	> 35 tahun	14	35,0
Total		40	100

Sumber: Data primer yang di olah, 2022

Dari hasil tabel 4.2 di atas dapat menunjukkan dari total 40 responden, responden berusia < 25 tahun sebanyak 22,5% dari jumlah responden. Responden yang berusia antara 25-35 tahun sebanyak 42,5% responden. Responden > 35 tahun sebanyak 35,0% dari keseluruhan responden.

c. Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.3
Tingkat Pekerjaan Responden

No.	Usia	Frekuensi	Prosentase (%)
1.	Wiraswata	12	44,5
2.	Karyawan Swasta	19	33,0
3.	PNS	9	22,5
Total		40	100

Sumber: Data primer yang di olah, 2022

Dari hasil tabel 4.3 di atas dapat menunjukkan dari total 40 responden, responden pelajar/mahasiswa sebanyak 33,0%, dari jumlah responden. Responden yang mempunyai pekerjaan karyawan swasta

sebanyak 44,5% responden. Responden yang mempunyai pekerjaan PNS sebanyak 22,5% dari keseluruhan responden.

B. Deskripsi Data Variabel

Untuk mengetahui jawaban dari responden, maka data-data tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Deskripsi Variabel Terikat

a. Keputusan Pembelian

Keputusan membeli seseorang merupakan hasil suatu hubungan yang saling mempengaruhi dan yang rumit antara faktor-faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologi pada dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek. Distribusi frekuensi jawaban kuesioner variabel keputusan pembelian dapat dilihat pada tabel 4.4 di bawah ini:

Tabel 4.4
Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian

Item Pernyataan	STS		TS		N		S		SS		Mean
	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	
Y1.1.1	3	7,5	10	25	6	15	19	47,5	2	5	3,18
Y1.1.2	1	2,5	8	20	10	25	15	37,5	6	15	3,43
Y1.2.1	2	5	8	20	9	22,5	14	35	7	17,5	3,53
Y1.2.2	2	5	6	15	9	22,5	17	42,5	6	15	3,40
Y1.3.1	2	5	6	15	9	22,5	17	42,5	6	15	3,48
Y1.3.2	1	2,5	10	25	11	27,5	14	35	4	10	3,25
Y1.4.1	2	5	8	20	9	22,5	14	35	7	17,5	3,40
Y1.4.2	2	5	5	12,5	10	25	17	42,5	6	15	3,50
Y1.5.1	0	0	5	12,5	15	37,5	14	35	6	15	3,53
Y1.5.2	2	5	7	17,5	9	22,5	15	37,5	7	17,5	3,45
Keputusan Pembelian											3,41

Sumber: Data primer yang di olah, 2022

Berdasarkan hasil pada tabel 4.4 dapat disimpulkan tanggapan responden terhadap variabel keputusan pembelian yaitu:

- a. Pernyataan pertama Y1.1.1 “Saya membeli motor di Dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek karena saya membutuhkannya untuk menunjang aktifitas saya” mendapatkan tanggapan sebanyak 25% menjawab tidak setuju, 15% menjawab netral dan 47,5% menjawab setuju dan selanjutnya 5% menjawab sangat setuju, sehingga disimpulkan mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan tersebut.
- b. Pernyataan ke dua Y1.1.2 “Motor yang dijual di Dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek memiliki kualitas yang baik” mendapatkan tanggapan sebanyak 20% menjawab tidak setuju, 25% menjawab netral dan 37,5% menjawab setuju dan selanjutnya 15% menjawab sangat setuju, sehingga dapat disimpulkan mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan tersebut.
- c. Pernyataan ke tiga Y1.2.1 “Saya tidak mendapatkan hambatan dalam memperoleh informasi tentang motor yang di jual di Dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek” mendapatkan tanggapan sebanyak 20% menjawab tidak setuju, 22,5% menjawab netral dan 35% menjawab setuju dan selanjutnya 17,5% menjawab sangat setuju, sehingga dapat disimpulkan mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan tersebut.

- d. Pernyataan ke empat Y1.2.2 “Sebelum membeli Saya selalu mengamati motor yang di jual di Dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek” mendapatkan tanggapan sebanyak 15% tidak setuju, 22,5% netral, dan 42,5% menjawab setuju dan selanjutnya 15% menjawab sangat setuju, sehingga disimpulkan mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan tersebut.
- e. Pernyataan ke lima Y1.3.1 “Saya puas membeli motor di Dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek karena harganya sesuai dengan kualitas motornya” mendapatkan tanggapan sebanyak 15% tidak setuju, 22,5% netral, dan 42,5% menjawab setuju dan selanjutnya 15% menjawab sangat setuju, sehingga disimpulkan mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan tersebut.
- f. Pernyataan ke enam Y1.3.2 “Saya membeli motor di Dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek bukan karena kebutuhan saja melainkan keinginan saya” mendapatkan tanggapan sebanyak 25% tidak setuju, 27,5% netral, dan 35% menjawab setuju dan selanjutnya 10% menjawab sangat setuju, sehingga disimpulkan mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan tersebut.
- g. Pernyataan ke tujuh Y1.4.1 “Saya memutuskan membeli motor di Dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek karena harga yang ditawarkan sesuai dengan kemampuan saya” mendapatkan tanggapan sebanyak 20% menjawab tidak setuju, 22,5%

menjawab netral dan 35% menjawab setuju dan selanjutnya 17,5% menjawab sangat setuju, sehingga dapat disimpulkan mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan tersebut.

- h. Pernyataan ke delapan Y1.4.2 “Saya memutuskan mengunjungi membeli motor di Dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek karena pelayanannya ramah dan memuaskan” mendapatkan tanggapan sebanyak 12,5% menjawab tidak setuju, 25% menjawab netral dan 42,5% menjawab setuju dan selanjutnya 15% menjawab sangat setuju, sehingga dapat disimpulkan mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan tersebut.
- i. Pernyataan ke sembilan Y1.5.1 “Kualitas motor di Dealer Kembang Jawa Motor tidak pernah mengecewakan konsumen dan saya rekomendasikan ke pihak lain” mendapatkan tanggapan sebanyak 12,5% tidak setuju, 37,5% netral, dan 35% menjawab setuju dan selanjutnya 15% menjawab sangat setuju, sehingga disimpulkan mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan tersebut.
- j. Pernyataan ke sepuluh Y1.5.2 “Ketika membutuhkan motor baru, saya selalu membeli di Dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek” mendapatkan tanggapan sebanyak 17,5% tidak setuju, 22,5% netral, dan 37,5% menjawab setuju dan selanjutnya 17,5%

menjawab sangat setuju, sehingga disimpulkan mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan tersebut.

Jika dilihat dari rata-rata jawaban responden sebesar 3,41 masuk dalam kategori cukup baik, hal ini menunjukkan bahwa Keputusan Pembelian di Dealer motor Kembang Jawa Motor Trenggalek cukup baik sehingga perlu dipertahankan dan ditingkatkan sehingga Keputusan Pembelian semakin meningkat.

2. Deskripsi Variabel Bebas

a. Harga

Harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan pada dealer motor Kembang Jawa Motor Trenggalek. Distribusi frekuensi hasil jawaban kuesioner variabel harga dapat dilihat pada tabel 4.5 di bawah ini:

Tabel 4.5
Distribusi Frekuensi Variabel Harga

Item Pernyataan	STS		TS		N		S		SS		Mean
	Σ	%									
X1.1.1	2	5,0	7	17,5	3	7,5	26	65	2	5	3,48
X1.1.2	5	12,5	7	17,5	4	10	16	40	8	20	3,38
X1.2.1	2	5	10	25	4	10	11	27,5	13	32,5	3,58
X1.2.2	4	10	10	25	8	20	9	22,5	9	22,5	3,23
X1.3.1	5	12,5	4	10	9	22,5	15	37,5	7	17,5	3,38
X1.3.2	4	10	5	12,5	9	22,5	15	37,5	7	17,5	3,40
X1.4.1	5	12,5	4	10	9	22,5	15	37,5	7	17,5	3,38
X1.4.2	5	12,5	7	17,5	4	10	16	40	8	20	3,38
X1.5.1	4	10	5	12,5	9	22,5	15	37,5	7	17,5	3,40
X1.5.2	5	12,5	4	10	9	22,5	14	35	7	17,5	3,36
X1.6.1	5	12,5	4	10	9	22,5	15	37,5	7	17,5	3,38
X1.6.2	4	10	10	25	8	20	9	22,5	9	22,5	3,40
Harga											3,41

Sumber: Data primer yang di olah, 2022

Berdasarkan hasil pada tabel 4.5 dapat disimpulkan tanggapan responden terhadap variabel harga yaitu:

- a. Pernyataan pertama X1.1.1 “Saya merasa harga motor di Dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek lebih terjangkau dibandingkan dealer lain” mendapatkan tanggapan sebanyak 17,5% menjawab tidak setuju, 7,5% menjawab netral dan 65% menjawab setuju dan selanjutnya 5% menjawab sangat setuju, sehingga disimpulkan mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan tersebut.
- b. Pernyataan ke dua X1.1.2 “Terdapat berbagai jenis motor dengan harga yang bervariasi sesuai segmen konsumen” mendapatkan tanggapan sebanyak 17,5% menjawab tidak setuju, 10% menjawab netral dan 40% menjawab setuju dan selanjutnya 20% menjawab sangat setuju, sehingga dapat disimpulkan mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan tersebut.
- c. Pernyataan ke tiga X1.2.1 “Harga motor di Dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek sesuai dengan kualitas motor” mendapatkan tanggapan sebanyak 25% menjawab tidak setuju, 10% menjawab netral dan 27,5% menjawab setuju dan selanjutnya 32,5% menjawab sangat setuju, sehingga dapat disimpulkan mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan tersebut.

- d. Pernyataan ke empat X1.2.2 “Saya merasa harga motor di Dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek sesuai dengan pelayanan yang diberikan” mendapatkan tanggapan sebanyak 25% tidak setuju, 20% netral, dan 22,5% menjawab setuju dan selanjutnya 5% menjawab sangat setuju, sehingga disimpulkan mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan tersebut.
- e. Pernyataan ke lima X1.3.1 “Dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek memberikan layanan gratis pengantaran unit motor ke rumah konsumen” mendapatkan tanggapan sebanyak 10% tidak setuju, 22,5% netral, dan 37,5% menjawab setuju dan selanjutnya 17,5% menjawab sangat setuju, sehingga disimpulkan mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan tersebut.
- f. Pernyataan ke enam X1.3.2 “Dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek selalu melakukan pemasaran secara terus-menerus melebihi dealer lain, sehingga dealer Kembang Jawa Motor ini berhasil mendapatkan *personal branding* di mata konsumen” mendapatkan tanggapan sebanyak 12,5% tidak setuju, 22,5% netral, dan 37,5% menjawab setuju dan selanjutnya 17,5% menjawab sangat setuju, sehingga disimpulkan mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan tersebut.

- g. Pernyataan ke tujuh X1.4.1 “Dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek dapat memberikan solusi kepada konsumen motor apa yang harus konsumen beli sesuai kebutuhan” mendapatkan tanggapan sebanyak 10% menjawab tidak setuju, 22,5% menjawab netral dan 37,5% menjawab setuju dan selanjutnya 17,5% menjawab sangat setuju, sehingga dapat disimpulkan mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan tersebut.
- h. Pernyataan ke delapan X1.4.2 “Saya merasa harga motor di Dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek sesuai dengan fasilitas yang diberikan seperti pelayanan yang cepat, bonus produk dan potongan harga yang menarik” mendapatkan tanggapan sebanyak 17,5% menjawab tidak setuju, 10% menjawab netral dan 40% menjawab setuju dan selanjutnya 20% menjawab sangat setuju, sehingga dapat disimpulkan mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan tersebut.
- i. Pernyataan ke sembilan X1.5.1 “Adanya potongan harga pada pembelian motor di Dealer Kembang Jawa baik yang dibeli secara kredit maupun *cash*” mendapatkan tanggapan sebanyak 12,5% tidak setuju, 22,5% netral, dan 37,5% menjawab setuju dan selanjutnya 17,5% menjawab sangat setuju, sehingga disimpulkan mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan tersebut.

- j. Pernyataan ke sepuluh X1.5.2 “Selain memberikan harga motor yang terjangkau, Dealer Kembang Jawa Motor akan memberikan gratis *service* dan jaminan kerusakan” mendapatkan tanggapan sebanyak 10% tidak setuju, 22,5% netral, dan 35% menjawab setuju dan selanjutnya 17,5% menjawab sangat setuju, sehingga disimpulkan mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan tersebut.
- k. Pernyataan ke sebelas X1.6.1 “Saya merasa motor yang dijual Dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek memiliki banyak pilihan variasi motor, sehingga konsumen lebih mudah memilih motor yang diinginkan” mendapatkan tanggapan sebanyak 10% tidak setuju, 22,5% netral, dan 37,5% menjawab setuju dan selanjutnya 17,5% menjawab sangat setuju, sehingga disimpulkan mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan tersebut. Pernyataan ke duabelas X1.6.2 “Kembang Jawa Motor memberikan bonus produk dalam pembeliannya sehingga saya tertarik melakukan pembelian di Kembang Jawa Motor dibanding dealer lainnya” mendapatkan tanggapan sebanyak 25% tidak setuju, 20% netral, dan 22,5% menjawab setuju dan selanjutnya 22,5% menjawab sangat setuju, sehingga disimpulkan mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan tersebut.

Jika dilihat dari rata-rata jawaban responden sebesar 3,41 masuk dalam kategori cukup baik, hal ini menunjukkan bahwa penetapan harga pada dealer motor Kembang Jawa Motor Trenggalek sudah cukup baik dan perlu dipertahankan agar Keputusan Pembelian terhadap hargaan semakin meningkat.

b. Promosi

Promosi merupakan semua jenis kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh dealer motor Kembang Jawa Motor Trenggalek yang ditujukan untuk mendorong permintaan atau pembelian konsumen, Distribusi frekuensi hasil jawaban kuesioner variabel promosi dapat dilihat pada tabel 4.6 di bawah ini:

Tabel 4.6
Distribusi Frekuensi Variabel Promosi

Item	STS		TS		N		S		SS		Mean
	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	
Pernyataan											
X2.1.1	0	0	7	17,5	7	17,5	25	62,5	1	2,5	3,20
X2.1.2	1	2,5	8	20	12	30	13	32,5	6	15	3,40
X2.2.1	3	7,5	6	15	10	25	15	37,5	6	15	3,80
X2.2.2	3	7,5	6	15	10	25	14	35	7	17,5	3,33
X2.3.1	1	2,5	4	10	8	20	24	60	3	7,5	3,48
X2.3.2	1	2,5	6	15	10	25	15	37,5	6	15	3,33
X2.4.1	0	0	7	17,5	7	17,5	25	62,5	1	2,5	3,80
X2.4.2	3	7,5	6	15	10	25	14	35	7	17,5	3,33
Promosi											

Sumber: Data primer yang di olah, 2022

Berdasarkan hasil pada tabel 4.6 dapat disimpulkan tanggapan responden terhadap variabel promosi yaitu:

- a. Pernyataan pertama X2.1.1 “Promosi yang dilakukan di Dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek menggunakan katalog foto produk dengan keterangan produk dan harga yang jelas serta

menarik” mendapatkan tanggapan sebanyak 17,5% menjawab tidak setuju, 17,5% menjawab netral dan 62,5% menjawab setuju dan selanjutnya 2,5% menjawab sangat setuju, sehingga disimpulkan mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan tersebut.

- b. Pernyataan ke dua X2.1.2 “Dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek mempromosikan produknya melalui media internet seperti *facebook*, *instragram*, *whatshap* dan lain-lain” mendapatkan tanggapan sebanyak 20% menjawab tidak setuju, 30% menjawab netral dan 32,5% menjawab setuju dan selanjutnya 15% menjawab sangat setuju, sehingga dapat disimpulkan mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan tersebut.
- c. Pernyataan ke tiga X2.2.1 “Saya membeli produk di Dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek karena ada diskon menarik” mendapatkan tanggapan sebanyak 20% menjawab tidak setuju, 25% menjawab netral dan 37,5% menjawab setuju dan selanjutnya 15% menjawab sangat setuju, sehingga dapat disimpulkan mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan tersebut.
- d. Pernyataan ke empat X2.2.2 “Di Dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek memberikan bonus produk” mendapatkan tanggapan sebanyak 15% tidak setuju, 25% netral, dan 35% menjawab

setuju dan selanjutnya 17,5% menjawab sangat setuju, sehingga disimpulkan mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan tersebut.

- e. Pernyataan ke lima X2.3.1 “Dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek menjadi sponsor di ajang pertandingan olahraga” mendapatkan tanggapan sebanyak 10% tidak setuju, 20% netral, dan 60% menjawab setuju dan selanjutnya 7,5% menjawab sangat setuju, sehingga disimpulkan mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan tersebut.
- f. Pernyataan ke enam X2.3.2 “Dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek mengadakan event sehingga dapat menciptakan hubungan yang baik dengan masyarakat” mendapatkan tanggapan sebanyak 15% tidak setuju, 25% netral, dan 37,5% menjawab setuju dan selanjutnya 15% menjawab sangat setuju, sehingga disimpulkan mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan tersebut.
- g. Pernyataan ke tujuh X2.4.1 “Dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek mempromosikan motor dengan *sales-person* sehingga dapat menciptakan hubungan yang baik karena langsung bertatap muka dengan konsumen” mendapatkan tanggapan sebanyak 17,5% menjawab tidak setuju, 17,5% menjawab netral dan 62,5% menjawab setuju dan selanjutnya 2,5% menjawab sangat setuju, sehingga dapat disimpulkan

mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan tersebut.

- h. Pernyataan ke delapan X2.4.2 “Banyaknya barang baru yang ditawarkan karyawan dealer motor Kembang Jawa Trenggalek kepada konsumen dapat membuat konsumen semakin termotivasi untuk membeli” mendapatkan tanggapan sebanyak 15% menjawab tidak setuju, 25% menjawab netral dan 35% menjawab setuju dan selanjutnya 17,5% menjawab sangat setuju, sehingga dapat disimpulkan mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan tersebut.

Jika dilihat dari rata-rata jawaban responden sebesar 3,33 masuk dalam kategori sedang/cukup baik, hal ini menunjukkan bahwa promosi pada dealer motor Kembang Jawa Motor Trenggalek sudah cukup baik dan perlu dipertahankan agar kepercayaan konsumen terhadap promosi semakin meningkat.

c. Kualitas pelayanan

Pelayanan konsumen adalah suatu perilaku yang ditunjukkan oleh si penjual sesuai dengan yang diinginkan oleh pembeli dalam rangka memuaskan kebutuhan dan keinginannya dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek. Distribusi frekuensi hasil jawaban kuesioner variabel kualitas pelayanan dapat dilihat pada tabel 4.7 di bawah ini:

Tabel 4.7
Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas pelayanan

Item Pernyataan	STS		TS		N		S		SS		Mean
	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	
X3,1,1	1	2,5	10	25	10	25	18	45	1	2,5	3,18
X3,1,2	3	7,5	5	12,5	10	25	17	42,5	5	12,5	3,43
X3,2,1	0	0	2	5	15	37,5	12	30	11	27,5	3,53
X3,2,2	3	7,5	8	20	11	27,5	9	22,5	9	22,5	3,40
X3,3,1	3	7,5	5	12,5	9	22,5	16	40	7	17,5	3,48
X3,3,2	3	7,5	5	12,5	13	32,5	14	35	5	12,5	3,25
X3,4,1	0	0	2	5	15	37,5	12	30	11	27,5	3,40
X3,4,2	3	7,5	8	20	11	27,5	9	22,5	9	22,5	3,50
Kualitas pelayanan											3,40

Sumber: Data primer yang di olah, 2022

Berdasarkan hasil pada tabel 4.7 dapat disimpulkan tanggapan responden terhadap variabel kualitas pelayanan yaitu:

- a. Pernyataan pertama X3.1.1 “Dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek cepat dan tanggap dalam menghadapi keluhan konsumen” mendapatkan tanggapan sebanyak 25% menjawab tidak setuju, 25% menjawab netral dan 45% menjawab setuju dan selanjutnya 2,5% menjawab sangat setuju, sehingga disimpulkan mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan tersebut.
- b. Pernyataan ke dua X3.1.2 “Dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek dapat menjelaskan secara detail kualitas dan motor yang dijualnya” mendapatkan tanggapan sebanyak 12,5% menjawab tidak setuju, 25% menjawab netral dan 42,5% menjawab setuju dan selanjutnya 12,5% menjawab sangat

setuju, sehingga dapat disimpulkan mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan tersebut.

- c. Pernyataan ke tiga X3.2.1 “Karyawan bagian kasir Dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek melayani pembayaran motor dengan cepat” mendapatkan tanggapan sebanyak 5% menjawab tidak setuju, 37,5% menjawab netral dan 30% menjawab setuju dan selanjutnya 27,5% menjawab sangat setuju, sehingga dapat disimpulkan mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan tersebut.
- d. Pernyataan ke empat X3.2.2 “Karyawan Dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek bersikap tanggap dan cepat dalam merespon permintaan dan pemesanan motor” mendapatkan tanggapan sebanyak 20% tidak setuju, 27,5% netral, dan 22,5% menjawab setuju dan selanjutnya 22,5% menjawab sangat setuju, sehingga disimpulkan mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan tersebut.
- e. Pernyataan ke lima X3.3.1 “Karyawan Dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek memberikan jaminan berupa pengetahuan tentang spesifikasi motor kepada konsumen” mendapatkan tanggapan sebanyak 12,5% tidak setuju, 22,5% netral, dan 40% menjawab setuju dan selanjutnya 17,5% menjawab sangat setuju, sehingga disimpulkan mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan tersebut.

- f. Pernyataan ke enam X3.3.2 “Dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek mampu memberikan kepastian atas pemanfaatan garansi” mendapatkan tanggapan sebanyak 12,5% tidak setuju, 32,5% netral, dan 35% menjawab setuju dan selanjutnya 12,5% menjawab sangat setuju, sehingga disimpulkan mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan tersebut.
- g. Pernyataan ke tujuh X3.4.1 “Karyawan Dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek ramah dan sopan dalam melayani konsumen” mendapatkan tanggapan sebanyak 5% menjawab tidak setuju, 37,5% menjawab netral dan 30% menjawab setuju dan selanjutnya 27,5% menjawab sangat setuju, sehingga dapat disimpulkan mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan tersebut.
- h. Pernyataan ke delapan X3.4.2 “Karyawan Dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek memberikan perhatian dan tanggapan terkait masalah dan keluhan konsumen” mendapatkan tanggapan sebanyak 20% menjawab tidak setuju, 27,5% menjawab netral dan 22,5% menjawab setuju dan selanjutnya 22,5% menjawab sangat setuju, sehingga dapat disimpulkan mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan tersebut.

Jika dilihat dari rata-rata jawaban responden sebesar 3,40 masuk dalam kategori cukup baik, hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dealer motor Kembang Jawa Motor Trenggalek sudah

cukup baik dan perlu dipertahankan agar Keputusan Pembelian semakin meningkat.

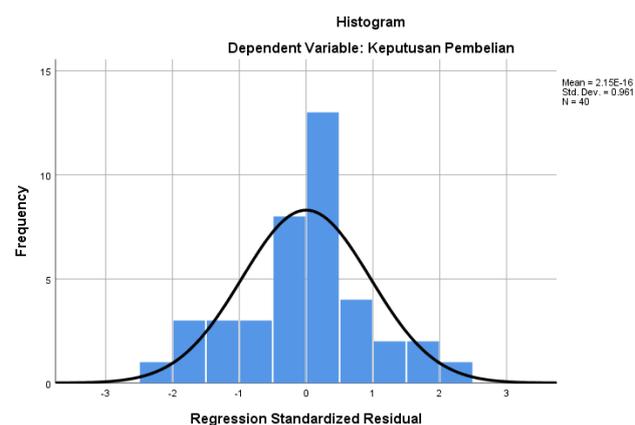
C. Hasil dan Interpretasi

1. Pengujian Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

1) Analisis Grafik

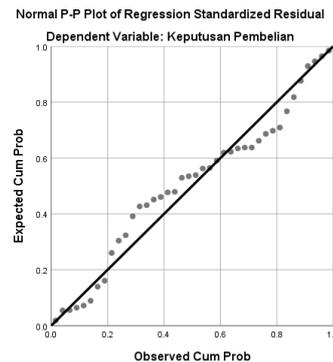
Berikut hasil uji grafik histogram dan grafik *normal probability plot* dengan dasar pengambilan keputusan. Menurut Ghozali (2011:149), jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal menunjukkan pola Distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Grafik histogram dan grafik *normal probability plot* dapat dilihat pada gambar 4.2 dan gambar 4.3 berikut ini:



Gambar 4.2
Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram
 Sumber: Data diolah

Berdasarkan gambar 4.2 dapat dilihat bahwa data telah berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan gambar tersebut sudah

memenuhi dasar Keputusan Pembelian, bahwa data memiliki puncak tepat di tengah-tengah titik nol membagi 2 sama besar dan tidak memenceng ke kanan maupun ke kiri, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 4.3
Uji Normalitas Grafik *normal probability plot*
 Sumber: Data diolah

Berdasarkan gambar 4.3 dapat dilihat bahwa data telah berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan gambar tersebut sudah memenuhi dasar pengambilan keputusan, bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

2) Analisis Statistik

Menurut Ghozali (2011:151), uji statistik lain yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametik *Kolmogorov Smirnov*. Berikut hasil uji analisis statistik *Kolmogorov- Smirnov test* (K- S) dengan menggunakan taraf signifikan sebesar 0,05 atau 5%. Jika nilai

Asymp signifikan (2-tailed) $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti data Distribusi normal ditunjukkan pada Tabel 4.8 di bawah ini.

Tabel 4.8
Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Test
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,34267760
Most Extreme Differences	Absolute	,124
	Positive	,108
	Negative	-,124
Test Statistic		,124
Asymp. Sig. (2-tailed)		,125 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Output SPSS versi 23

Untuk analisis statistik dapat dilihat dari tabel 4.8, nilai signifikan *Unstandardized Residual* tersebut lebih besar dari taraf signifikan yang ditetapkan, yaitu sebesar 0,05 atau 5%. Nilai signifikan *Unstandardized Residual* sebesar 0,125. Dari hasil tersebut, menunjukkan bahwa data terDistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Untuk menilai ada tidaknya multikolinieritas dilihat dari nilai toleran $> 0,10$ dan < 10 . Berikut hasil uji Multikolinearitas yang ditunjukkan pada Tabel 4.9 di bawah ini:

Table 4.9
Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a					Collin	
		Unstandardize		Standard			earity	
		d Coefficients		ized			Statist	
		Std,		Coefficie			ics	
		B	Error	nts	T	Sig,	Toler	VIF
				Beta			ance	
1	(Constant)	,455	2,794		,163	,871		
	Harga	,136	,050	,231	2,702	,010	,713	1,402
	Promosi	,604	,159	,482	3,805	,001	,325	3,077
	Kualitas Pelayanan	,417	,177	,312	2,358	,024	,298	3,358

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Output SPSS versi 23

Berdasarkan tabel 4.9 dapat dilihat bahwa variabel harga, promosi, dan kualitas pelayanan memiliki nilai Tolerance sebesar 0,713; 0,325; 0,298 yang lebih besar dari 0,10 dan VIF sebesar 1,402; 3,077; 3,358 yang lebih kecil dari 10, dengan demikian dalam model ini tidak ada masalah multikolinieritas.

c. Uji Autokorelasi

Untuk menilai ada tidaknya autokorelasi dilihat dari nilai durbin watson dengan ketentuan $du < dw < 4-du$ jika nilai dw terletak antara du dan $4 - du$ berarti bebas dari autokorelasi, Berikut hasil uji Multikolinearitas ditunjukkan pada Tabel 4.10 di bawah ini:

Tabel 4.10
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,901 ^a	,812	,796	3,47917	1,826

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Output SPSS versi 23

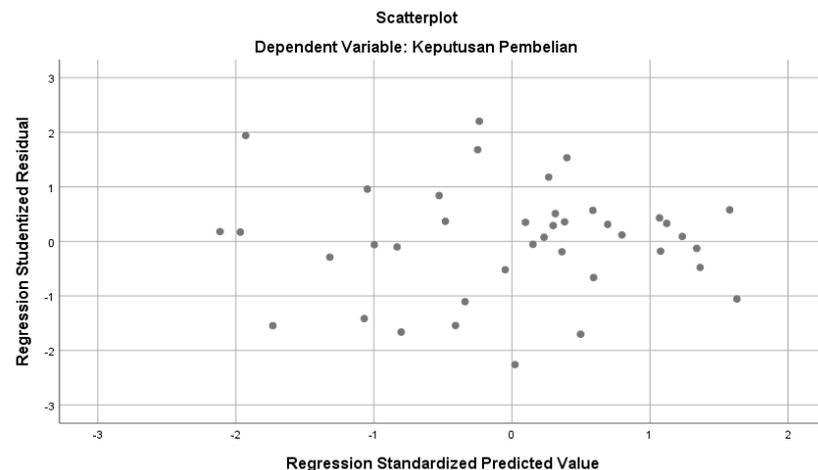
Menurut Ghazali (2011:108) dengan melihat Durbin Watson dengan ketentuan $du < d < 4 - du$ jika nilai d terletak antara du dan $4 - du$ berarti bebas dari autokorelasi. Berdasarkan tabel di atas nilai DW sebesar 1,826 dan du sebesar 1,659. Nilai dari $4 - du = 4 - 1,659 = 2,341$ atau dapat dilihat pada Tabel 4,9 yang menunjukkan $du < d < 4 - du$ atau $1,659 < 1,826 < 2,341$, sehingga model regresi tersebut bebas dari masalah autokorelasi.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Dasar analisis untuk menilai heteroskedastisitas menurut Ghazali (2011:139) adalah sebagai berikut:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan grafik *scatterplot* di tunjukan pada Gambar 4.4 di bawah ini:



Gambar 4.4
Grafik Scaterplots
Sumber: Output SPSS versi 23

Berdasarkan gambar di atas yang ditunjukkan oleh grafik *scatterplot* terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis statistik yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Analisis ini digunakan untuk memperoleh gambaran yang menyeluruh mengenai determinan harga (X1), promosi (X2) dan kualitas pelayanan (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Berdasarkan perhitungan komputer program statistik SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) for Windows versi 23 diperoleh hasil analisis seperti terangkum pada tabel 4.11 di bawah ini:

Tabel 4.11
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,455	2,794		,163	,871		
Harga	,136	,050	,231	2,702	,010	,713	1,402
Promosi	,604	,159	,482	3,805	,001	,325	3,077
Kualitas Pelayanan	,417	,177	,312	2,358	,024	,298	3,358

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
 Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel 4.11 menunjukkan bahwa persamaan regresi linear berganda yang diperoleh dari hasil uji analisis yaitu sebagai berikut

$$Y = 0,455 + 0,136X_1 + 0,604X_2 + 0,417X_3 + e$$

Persamaan regresi tersebut mempunyai makna sebagai berikut:

a. Konstanta = 0,455

Jika variabel harga (X_1), promosi (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) = 0, Keputusan Pembelian (Y) akan menjadi 0,455.

b. Koefisien $X_1 = 0,136$

Setiap penambahan 1 satuan harga (X_1) dengan asumsi promosi (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) tetap dan tidak berubah, maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,136.

c. Koefisien $X_2 = 0,604$

Setiap penambahan 1 satuan promosi (X_2) dengan asumsi harga (X_1) dan kualitas pelayanan (X_3) tetap dan tidak berubah, maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,604.

d. Koefisien $X_3 = 0,417$

Setiap penambahan 1 satuan kualitas pelayanan (X_3) dengan asumsi harga (X_1) dan promosi (X_2) tetap dan tidak berubah, maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,417.

3. Pengujian Hipotesis

a. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Pengujian secara parsial menggunakan uji t dimaksudkan untuk mengetahui seberapa jauh deteminan harga (X_1), promosi (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) secara individual terhadap Keputusan Pembelian (Y). Berikut hasil uji t yang nilainya akan dibandingkan dengan signifikansi 0,05 atau 5%. Hasil uji t (parsial) dapat di lihat pada tabel 4.12 di bawah ini:

Tabel 4.12
Hasil Uji t (parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Coefficients ^a			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	,455	2,794		,163	,871		
Harga	,136	,050	,231	2,702	,010	,713	1,402
Promosi	,604	,159	,482	3,805	,001	,325	3,077
Kualitas Pelayanan	,417	,177	,312	2,358	,024	,298	3,358

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Output SPSS versi 23

1) Pengujian hipotesis 1

$H_0 : b_1 =$ Harga tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

$H_a : b_1 =$ Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Berdasarkan hasil perhitungan di atas diperoleh nilai signifikan variabel Harga adalah $0,010 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

2) Pengujian hipotesis 2

$H_0 : b_2 =$ Promosi tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

$H_a : b_2 =$ Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Berdasarkan hasil perhitungan di atas diperoleh nilai signifikan variabel promosi adalah $0,001 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti promosi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

3) Pengujian hipotesis 3

$H_0 : b_3 =$ Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

$H_a : b_3 =$ Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Berdasarkan hasil perhitungan di atas diperoleh nilai signifikan variabel kualitas pelayanan adalah $0,024 < 0,05$ maka H_0 ditolak

dan H_a diterima. Hal ini berarti kualitas pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

b. Pengujian Hipotesis Secara Simultan (uji F)

Menurut Ghozali (2011:98), mengemukakan Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (terikat). Ketentuan dari penerimaan/penolakan hipotesis adalah membandingkan dengan taraf signifikansi yang telah ditetapkan pada penelitian ini yaitu sebesar 5% atau 0,05. Hasil dari pengujian uji F yang nilainya akan dibandingkan dengan signifikansi 0,05 atau 5%, Hasil uji F (Simultan) dapat dilihat pada tabel 4.13 di bawah ini:

Tabel 4.13
Hasil Uji F (Simultan)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1882,609	3	627,536	51,843	,000 ^b
	Residual	435,766	36	12,105		
	Total	2318,375	39			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi

Sumber: Data diolah

H_0 : Harga, promosi dan kualitas pelayanan secara simultan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

H_a : Harga, promosi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Berdasarkan hasil perhitungan di atas diperoleh nilai signifikan adalah $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal tersebut berarti Harga, promosi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

4. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk menguji *goodness-fit* dari model regresi. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Untuk menghindarinya, maka penelitian ini menggunakan nilai *adjusted* R^2 , karena R^2 dapat naik atau turun apabila satu variabel independen di tambah ke model. Hasil koefisien determinasi dari ketiga variabel bebas, yaitu adalah harga, promosi dan kualitas pelayanan dapat dilihat pada tabel 4.14 di bawah ini:

Tabel 4.14
Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,901 ^a	,812	,796	3,47917	1,826

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Output SPSS versi 23

Berdasarkan tabel 4.12 diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,796. Dengan demikian menunjukkan bahwa Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh harga, promosi, dan kualitas pelayanan sebesar

79,6% dan sisanya sebesar 20,4% dijelaskan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

D. Pembahasan

1. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Dapat dilihat dari hasil perhitungan uji t pada tabel 4.13 menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,010 < 0,05$, sehingga hipotesis H_a diterima, Dengan demikian harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kotler (2012:268), harga adalah semua nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu barang ataupun jasa, Harga merupakan variabel yang dapat dikendalikan dan menentukan diterima atau tidaknya suatu produk oleh konsumen.

Tanggapan responden pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan setuju terhadap pernyataan - pernyataan mengenai harga, sehingga dapat disimpulkan bahwa pada dealer motor Kembang Jawa Motor Trenggalek penetapan harganya sudah sesuai dengan indikator-indikator variabel harga, Jika dilihat dari rata-rata jawaban responden sebesar 3,41 masuk dalam kategori cukup baik, hal ini menunjukkan bahwa penetapan harga pada dealer motor Kembang Jawa Motor Trenggalek sudah cukup baik dan perlu dipertahankan agar Keputusan Pembelian terhadap hargaan semakin meningkat.

Kembang Jawa Motor menawarkan harga yang bervariasi sesuai dengan jenis motor, dan harga di Kembang Jawa Motor lebih terjangkau dibandingkan dengan dealer pesaingnya yang juga berada di wilayah Trenggalek, sehingga responden yang merupakan konsumen cenderung lebih memilih memutuskan membeli di Kembang Jawa Motor dibandingkan pesaingnya. Kembang Jawa Motor juga memberikan bonus produk sehingga hal ini menjadi nilai lebih bagi konsumennya, karena dengan membayarkan harga yang lebih murah dari pesaingnya, Kembang Jawa Motor menambahkan bonus produk. Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Chindy Magdalena Gunarsih, J.A.F. Kalagi, Dan Lucky F. Tamengkel (2021) yang menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Untuk setiap perubahan dari harga yang indikatornya (Harga terjangkau, Harga sesuai dengan manfaat yang dirasakan konsumen, Harga bersaing dengan produk lain sejenis. Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi Dealer Kembang Jawa Motor dalam menentukan harga yang mampu bersaing dengan pesaingnya, sehingga konsumen merasa puas saat melakukan pembelian produk di Dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek.

2. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian

Dari hasil uji t tabel 4.13 nilai sig, sebesar $0,001 < 0,05$, sehingga hipotesis H_a diterima. Dengan demikian promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Tanggapan responden pada tabel 4.6 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan setuju terhadap pernyataan - pernyataan mengenai variabel promosi, Sehingga dapat diketahui bahwa pada dealer motor Kembang Jawa Motor Trenggalek promosi yang dilakukan sudah cukup baik, Jika dilihat dari rata-rata jawaban responden sebesar 3,33 masuk dalam kategori sedang/cukup baik, hal ini menunjukkan bahwa promosi pada dealer motor Kembang Jawa Motor Trenggalek sudah cukup baik dan perlu dipertahankan agar kepercayaan konsumen terhadap promosi semakin meningkat yang pada akhirnya meningkatkan Keputusan Pembelian.

Dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek mempromosikan produknya secara langsung dan tidak langsung. Adapun cara promosi yang dilakukan secara langsung yaitu dengan bertatap muka langsung dengan konsumen atau *sales-person*. Dan cara promosi secara tidak langsung yaitu dengan menggunakan foto katalog produk yang dijual disertakan harga yang jelas, kemudian melakukan promosi melalui media social seperti *Facebook*, *Whatsapp*, *Instagram* dan lain-lain. Bahkan dealer Kembang Jawa Motor juga mengadakan *event-event* tertentu untuk memperkenalkan produknya ke konsumen. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Dea Putri Njoto dan Krismi Budi Sienatra (2018), hasil menunjukkan bahwa promosi, yaitu *advertising*, *sales promotion*, dan *personal selling* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Wenak Tok. Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi Dealer Kembang Jawa Motor

dalam mempertahankan promosi yang telah dilakukan, sehingga konsumen merasa puas saat melakukan pembelian produk di Dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek.

3. Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Dari hasil uji t tabel 4.13 nilai sig, sebesar $0,024 < 0,05$, sehingga hipotesis H_a diterima. Dengan demikian kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Menurut Alma (2013:131), pelayanan konsumen adalah suatu perilaku yang ditunjukkan oleh si penjual sesuai dengan yang diinginkan oleh pembeli dalam rangka memuaskan kebutuhan dan keinginannya dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek.

Tanggapan responden pada tabel 4.7 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan setuju terhadap pernyataan-pernyataan mengenai Kualitas Pelayanan. Dari pernyataan Kualitas Pelayanan dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek sudah cukup baik. Jika dilihat dari rata-rata jawaban responden sebesar 3,38 masuk dalam kategori cukup baik, hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek sudah cukup baik dan perlu dipertahankan agar Keputusan Pembelian semakin meningkat.

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh dealer Kembang Jawa Motor pastinya berbeda dengan dealer lainnya. Dapat dilihat dari hasil responden bahwa dealer Kembang Jawa Motor ini cepat dan tanggap dalam

menghadapi keluhan konsumen missal konsumen butuh penjelasan terkait pemanfaatan garansi yang akan diperoleh konsumen ketika membeli produk tersebut, kemudian karyawan dealer Kembang Jawa Motor juga mampu menjelaskan spesifikasi motor kepada konsumen serta kualitas motor yang dijual. Maka tidak heran apabila dealer Kembang Jawa Motor ini lebih banyak peminatnya. Hal tersebut sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Martha Laila Arisandra, Rifky Ardhana Kisno Saputra dan Miftakhul Khoiriyah (2021), yang mendapatkan hasil bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk batik tenun ikat di CV. Silvi MN Paradila Parengan Maduran Lamongan disebabkan perusahaan tersebut mempunyai kualitas pelayanan yang sangat baik, ramah, cepat tanggap dalam melayani pelanggan. Sehingga kualitas pelayanan sangat berpengaruh besar terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi Dealer Kembang Jawa Motor dalam kualitas pelayanan yang telah dilakukan, supaya ke depannya Dealer Kembang Jawa dapat lebih baik.

4. Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel 4.14, diperoleh nilai signifikan Uji F sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari tingkat signifikansi yaitu 0,05. H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan harga, promosi dan Kualitas Pelayanan, berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Harga sangat penting pada perusahaan yang

bergerak dalam bidang barang, harga yang baik akan meningkatkan lebih banyak konsumen. Harga juga dapat menjadi indikator kualitas dimana suatu produk dengan kualitas tinggi akan berani dipatok dengan harga yang tinggi pula. Manfaat yang diperoleh konsumen dari sebuah produk haruslah sesuai dengan sejumlah uang yang telah dikeluarkan oleh konsumen tersebut. Hal ini perlu dilakukan agar konsumen merasa senang dan puas atas uang yang telah mereka keluarkan. Betapapun berkualitasnya suatu produk, bila konsumen belum pernah aknaka mereka tidak akan pernah membelinya. Promosi yang menarik dan lengkap akan membuat konsumen mengetahui secara detail tentang produk yang akan dibelinya yang pada akhirnya membuat konsumen merasa puas dengan barang yang dibelinya. Menurut Kotler (2012:354), Kualitas Pelayanan merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Jadi hanya perusahaan dengan Kualitas Pelayanan paling baik akan tumbuh dengan pesat, dan dalam jangka panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil dari perusahaan yang lain. Di dalam konsep produk, konsumen akan menyukai produk yang menawarkan mutu, performansi, dan ciri-ciri terbaik. Konsumen akan puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Produk dikatakan berkualitas bagi seseorang, jika produk itu dapat memenuhi kebutuhannya. Hal ini dapat ditunjukkan dengan nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,796 yang berarti bahwa 79,6% kepuasan

konsumen dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen yaitu harga, promosi dan kualitas Pelayanan.

Dapat disimpulkan bahwa harga, promosi, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek. Konsumen lebih tertarik membeli produk di Kembang Jawa Motor Trenggalek karena harga motor yang terjangkau sesuai kebutuhan bahkan sesuai keinginan konsumen. Informasi mengenai produk yang dijual di dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek juga mudah didapatkan tidak hanya didapatkan melalui social media tetapi juga pihak lain, seperti rekomendasi dari pihak lain yang sudah merasakan manfaat dan kualitas membeli produk di dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek. *Feedback* pasca pembelian produk di dealer Kembang Jawa Motor Trengalek juga terjalin dengan baik. Dengan digabungkannya semua variabel yang dimiliki dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek dapat maka konsumen sudah percaya untuk membeli produk yang dijual pada dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek sehingga para konsumen merasa puas atas apa yang sudah ditawarkan dan apa yang sudah diberikan oleh dealer Kembang Jawa Motor Trenggalek.