

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KENDARAAN SEPEDA MOTOR HONDA
MATIC BEAT DI PT ANUGERAH KARYA ABIWARA KECAMATAN AIR
PUTIH KABUPATEN BATUBARA**

Uci Handayani¹, Muhammad Hilman Fikri²

¹ Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah, Medan, Indonesia.

² Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah, Medan, Indonesia.

srimayasario54@gmail.com

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
Diterima: 24 Sept 2021 Direvisi: 30 September 2021 Disetujui: 21 Oktober 2021	Penelitian ini bertujuan Untuk mengetahui apakah kualitas produk dan desain produk berpengaruh dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian kendaraan sepeda motor Honda matic Beat di PT. Anugerah Karya Abiwaru Kecamatan Air Putih Kabupaten Batubara. Metode penelitian menggunakan deskriptif kuantitatif dengan teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda dengan pengujian hipotesis yaitu uji-t dan uji-f. Jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 64 responden dengan menggunakan teknik sampling jenuh. Instrumen yang digunakan kuesioner. Hasil Uji-t, kualitas produk (X ₁) dengan nilai t hitung (3,824) > t tabel (1,67022) dan tingkat sig (0,000) < 0,05, artinya menerima hipotesis alternatif (H ₁) dan menolak hipotesis alternatif (H ₀). Hasil uji-t variabel desain produk (X ₂) dengan nilai t hitung (6,181) > t tabel (1,67022) dan signifikansi (0,000) < 0,05, artinya menerima hipotesis alternatif (H ₂) dan menolak hipotesis alternatif (H ₀). Variabel kualitas produk dan desain produk diuji secara simultan, dengan nilai F hitung (42,067) > F tabel (3,15) dengan tingkat sig (0,000) < 0,05, artinya menerima hipotesis alternatif (H ₃) dan menolak hipotesis alternatif (H ₀). Nilai koefisien determinasi mencapai 0,566 atau sebesar 56,6% yang berarti bahwa variabel kualitas produk dan desain produk mempengaruhi keputusan pembelian kendaraan sepeda motor Honda matic Beat di PT. Anugerah Karya Abiwaru Kecamatan Air Putih Kabupaten Batubara, sedangkan sisanya sebesar 43,4% variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.
Kata Kunci: Kualitas Produk, Desain Produk, dan Keputusan Pembelian	

PENDAHULUAN

Beberapa perusahaan otomotif di Indonesia yang terkenal saat ini adalah Honda, Yamaha, Suzuki dan Kawasaki. PT. Astra Honda Motor Indonesia (AHM) merupakan salah satu produsen terbesar sepeda motor Indonesia yang senantiasa selalu berusaha untuk menjual produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih dibandingkan dengan produk pesaing.

PT. merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan sepeda motor Honda matic Beat. Ada dua bagian pada dealer Anugerah Karya Abiwaru yaitu bagian penjualan dan bagian service atau bengkel. Selain hal tersebut PT. Anugerah

Karya Abiwara juga harus melakukan *order* permintaan unit sepeda motor Honda dan *sparepart* bagi konsumen pengguna sepeda motor Honda Metic Bead. Hal tersebut dimaksudkan untuk memenuhi permintaan konsumen dan juga untuk menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Untuk mencapai sasaran ini diperlukan adanya penjualan yang baik. Apalagi sepeda motor Honda Metic Bead sudah sangat melekat dibenak masyarakat khususnya dalam hal ini motor skuter matik yang sangat laris di pasaran.

Kualitas produk merupakan bagian dari potensi strategis untuk mengalahkan pesaing. Dalam persaingan saat ini, perusahaan dituntut untuk dapat menawarkan produk yang berkualitas dengan nilai lebih unggul serta kualitas terpercaya dibandingkan produk pesaing, sehingga produk akan selalu berada dalam benak konsumen (Asih, 2019). Namun produk yang berkualitas jika tidak didukung dengan bentuk desain yang baik dan menarik, juga akan dapat berdampak pada kurangnya daya tarik produk tersebut dimata konsumen. Seorang konsumen tidak hanya melihat suatu produk dari fungsi, manfaat dan harga saja, namun juga memperhatikan nilai estetika desain produk yang bersangkutan. Konsumen terkadang menggunakan tampilan desain produk sebagai dasar untuk mengambil keputusan pembelian sebuah produk (Puja, 2020).

Melihat betapa berpengaruhnya kualitas dan desain produk terhadap keputusan pembelian konsumen, maka dalam penelitian ini penulis tertarik untuk mengangkat satu judul penelitian yaitu **“Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Sepemotor Honda Matic Beat Di PT. Anugerah Karya Abiwara Kecamatan Air Putih Kabupaten Batubara”**

METODE

Desain penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019:29) “Deskriptif kuantitatif yaitu penselarasan dengan variabel penelitian yang memusatkan pada masalah-masalah aktual dan fenomena yang sedang terjadi pada saat sekarang dengan bentuk hasil penelitian berupa angka-angka memiliki makna”. Penelitian ini akan menjelaskan hubungan mempengaruhi dan dipengaruhi dari variabel-variabel yang akan diteliti, yaitu Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian.

Tempat Penelitian

Penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Honda dilaksanakan di PT. Anugerah Karya Abiwara Kecamatan Air Putih Kabupaten Batubara. Adapun waktu penelitian ini direncanakan dimulai dari Bulan Januari sampai Juni 2021

Populasi dan Sampel

Populasi

Menurut Sugiyono (2019:80) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dan sampel diperlukan dalam sebuah penelitian untuk mengumpulkan data dari

variabel yang diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah 64 Konsumen Pengguna sepeda motor Honda matic beat.

Sampel

Menurut Sugiyono (2012:73) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut sampel yang diambil dari populasi tersebut harus betul-betul representative(mewakili). Ukuran sampel merupakan banyaknya sampel yang akan diambil dari suatu populasi. Menurut Arikunto (2012:104) jika jumlah populasinya kurang dari 100 orang, maka jumlah sampelnya diambil secara keseluruhan, tetapi jika populasinya lebih besar dari 100 orang, maka bisa diambil 10-15% atau 20-25% dari jumlah populasinya. Berdasarkan penelitian ini karena jumlah populasinya tidak lebih besar dari 100 orang responden, maka penulis mengambil 100% jumlah populasi yang ada pada Populasi penelitian yaitu sebanyak 64 orang responden. Dengan demikian penggunaan seluruh populasi tanpa harus menarik sampel penelitian sebagai unit observasi.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui observasi, dokumentasi dan survey melalui kuisioner kepada responden. Untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik-teknik antara lain:

1. Observasi, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengadakan pengamatan dan pencatatan langsung terhadap kejadian dan peristiwa yang terjadi, akan tetapi peneliti tidak terlibat langsung dalam proses kerja.
2. Interview (wawancara) yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengadakan tanya jawab secara langsung dengan pihak yang dapat memberikan penjelasan yang dibutuhkan dalam penelitian ini dengan menggunakan pedoman wawancara.
3. Angket yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan suatu daftar pernyataan secara tertulis guna memperoleh keterangan-keterangan sehubungan dengan masalah yang diteliti kepada seluruh anggota populasi (responden) dengan menggunakan teknik sampel, yang diambil dari jumlah populasi.

Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono, (2019:79) “Analisis data sebagai proses yang merinci usaha secara formal untuk menemukan tema dan merumuskan hipotesis (ide) seperti yang disarankan dan sebagai usaha untuk memberikan bantuan dan tema pada hipotesis”. Sesuai dengan masalah dan rangkaian hipotesa, metode analisis yang di gunakan untuk membuktikan kebenaran yang di maksud adalah:

1. Metode deskriptif merupakan cara merumuskan dan menafsirkan data yang ada sehingga memberikan gambara jelas melalui pengumpulan, penyusutan dan menganalisis data sehingga dapat di ketahui gambaran umum perusahaan yang sedang diteliti.
2. Metode analisis kuantatif adalah metode yang di gunakan untuk mengajukan data dalam bentuk angka.

Data untuk keperluan analisis dan pengujian hipotesis diolah secara sistematis dengan menggunakan alat bantu program SPSS versi 20.0 data yang telah diperoleh kemudian di uji dengan:

Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda adalah sebuah metode pendekatan untuk pemodelan hubungan antara satu variabel *dependen* dan satu variabel *independen*. Untuk menguji hipotesis digunakan pengujian statistik uji regresi linear berganda untuk mengukur Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Honda di PT. Anugerah Karya Abiwara. Untuk pengukurannya dengan menggunakan persamaan rumus regresi linear berganda. Adapun Persamaan tersebut menurut Sugiyono (2018:80) adalah sebagai berikut:

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + e$$

Keterangan:

Y' = Variabel *dependen* (Keputusan Pembelian)

X = Variabel *independen*

X₁ = Kualitas Produk

X₂ = Desain Produk

a = Konstanta (nilai Y' apabila X₁, X₂...X_n = 0)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

Pengujian hipotesis

1. Uji Parsial (Uji T)

Uji t atau uji parsial adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidaknya terhadap variabel dependen. Menguji tingkat signifikan koefisien korelasi yang digunakan untuk mengetahui keberartian derajat hubungan antara variabel (X) dan variabel (Y) yang digunakan dengan koefisien korelasi. Adapun rumus yang digunakan seperti ditemukan oleh (Sugiyono, 2019: 206) adalah sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

Keterangan :

t = Uji pengaruh parsial

r = Koefisien korelasi

n = Banyaknya data

2. Uji Simultan (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengujikan apakah kedua variabel *independen* secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel *dependen*. Uji F statistik digunakan untuk menguji keberartian pengaruh dari seluruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Kriteria pengambilan keputusan yaitu:

H₁ diterima F_{hitung} < F_{tabel} pada α = 5%

H₁ ditolak jika F_{hitung} > F_{tabel} pada α = 5%

3. Analisis Determinasi (R^2)

Menurut Sugiyono (2019:201) “Analisis determinasi adalah uji dimana untuk melihat seberapa besar tingkat pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen* secara parsial”. Yakni Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Honda di PT. Anugerah Karya Abiwarra. Adapun Rumus determinasi adalah:

$$D = r^2 \times 100\%.$$

Di mana:

D = Determinasi

R = Nilai koefisien korelasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisi Data

Uji Instrumen

Dalam penelitian ini uji instrumen digunakan untuk mendapatkan hasil penelitian yang baik dan bermutu yang dilakukan terhadap alat yang digunakan dalam penelitian yang berupa kuesioner. Berikut pengujian instrumen yang dilakukan:

1. Uji Validitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya setiap butir pernyataan yang terdapat pada kuesioner dari setiap indikator penelitian dan suatu pernyataan dikatakan valid apabila pernyataan tersebut mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur dari kuesioner tersebut.

2. Uji Reliabilitas

Koefisien reliabilitas digunakan untuk melihat tingkat konsistensi jawaban pada butir pernyataan yang diberikan oleh responden. Uji reliabilitas dilakukan setelah pengujian validitas terhadap item pernyataan dari tiap-tiap variabel yang telah dinyatakan valid, dengan ketentuan jika α Cronbach < 0,6, maka instrumen penelitian tidak reliabel dan jika α Cronbach > 0,6, maka penelitian dinyatakan reliabel. Adapun hasil dari uji reliabilitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.33
Hasil Uji Reliabilitas

Keterangan	Cronbach's Alpha	r kritis	Kriteria
Kualitas Produk	0,871	0,6	Reliabel
Desain Produk	0,820	0,6	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,784	0,6	Reliabel

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS (2021)

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa seluruh variabel memiliki nilai *cronbach's alpha* > 0,6, yang berarti bahwa ketiga instrumen penelitian dapat dinyatakan reliabel atau memenuhi persyaratan.

Uji Asumsi Klasik

Pada penelitian, suatu model regresi yang dapat dikatakan baik jika tidak

mengandung asumsi klasik dalam modelnya, jika masih mengandung asumsi klasik maka dapat dikatakan bahwa model regresi tersebut masih dalam keadaan bias. Pengujian asumsi klasik yang dipakai dalam penelitian ini berupa:

1. Uji Normalitas

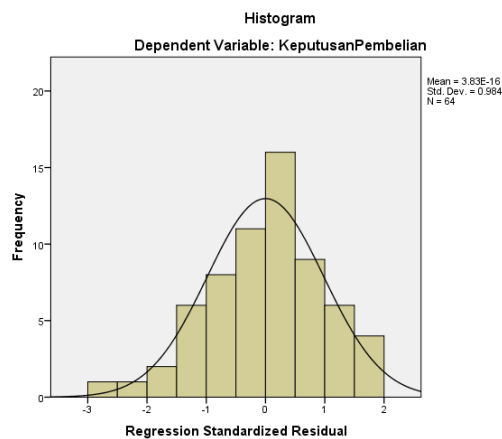
Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang diolah mengalami distribusi normal atau tidak dengan menggunakan statistik dan grafik. Normal tidaknya data dengan statistik dapat dideteksi melalui uji analisis *Kolmogorov Smirnov* dan berikut ini hasil uji normalitas dengan menggunakan analisa statistik *Kolmogorov Smirnov*.

Tabel 4.34
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		64
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.82442409
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.055
	Negative	-.086
Test Statistic		.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Tabel 4.34 di atas menjelaskan bahwa *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,2, apabila probabilitas (*sig*) > 0,05 maka data tersebut telah terdistribusi secara normal, sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai *sig* (0,2) > 0,05 yang artinya bahwa data terdistribusi secara normal.

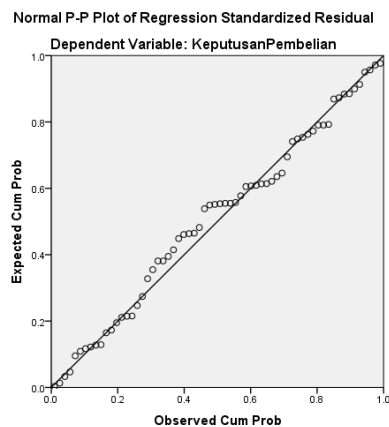
Selain itu pengujian normalitas suatu data dapat juga dilakukan dengan menganalisa grafik, dalam hal ini grafik yang digunakan yaitu Histogram dan PP-Plot. Menurut Ghazali (2016:154), mengatakan bahwa pada histogram, data dikatakan memiliki distribusi yang normal jika data tersebut berbentuk seperti lonceng. Sedangkan pada *normal probability plot*, data dikatakan normal jika ada penyebaran titik-titik disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Dari hasil pengujian SPSS Versi 24.0 diperoleh hasil grafik sebagai berikut:



Gambar 4.2
Histogram

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS (2021)

Berdasarkan gambar di atas dapat terlihat bahwa distribusi dari data kualitas produk dan desain produk membentuk satu gambar mirip seperti lonceng, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data yang disajikan dapat dikatakan normal, yang berarti bahwa model regresi layak dipakai untuk memprediksi keputusan pembelian.



Gambar 4.3
PP-Plot

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS (2021)

Dari gambar 4.3 di atas, dapat terlihat bahwa uji normalitas berdasarkan analisa grafik P-P Plot menunjukkan data atau titik-titik plot berada di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, yang berarti bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Pada pengujian ini untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas dalam suatu model regresi dapat dilakukan dengan melihat tingkat *tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) yang telah diperoleh dari hasil pengolahan data SPSS versi 24.0, dengan hasil yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.35
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.009	3.258		1.845	.070		
	Kualitas	.303	.079	.345	3.824	.000	.847	1.180
	Desain	.531	.086	.557	6.181	.000	.847	1.180

a. Dependent Variable: KeputusanPembelian

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS (2021)

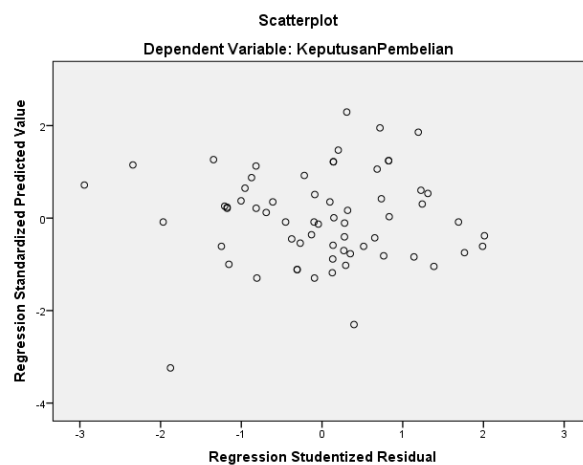
Berdasarkan tabel 4.35 di atas, peneliti dapat menginterpretasikan *output* dari SPSS versi 24.0 tersebut sebagai berikut:

1. Variabel kualitas produk (X_1) memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,847 dengan nilai VIP sebesar 1,180.
2. Variabel desain produk (X_2) memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,847 dengan nilai VIP sebesar 1,180.

Dari data di atas dapat dijelaskan bahwa tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *tolerance* (T) yang kurang dari 0,10 dan nilai *variance inflation factor* (VIF) yang lebih dari 10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model persamaan regresi penelitian ini tidak terdapat masalah multikolinieritas atau data-data yang digunakan terbebas dari multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Pada pengujian ini dilakukan dengan menganalisis grafik *scatter plot* antara nilai prediksi variabel terikat dengan residualnya berdasarkan ketentuan atas kondisi penyebaran titik-titik, jika titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y dan tidak membentuk suatu pola tertentu maka itu berarti bahwa data tidak mengandung heteroskedastisitas, dan berikut hasil yang diperoleh berdasarkan pengolahan data yang telah dilakukan:



Gambar 4.4
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS (2021)

Pada gambar 4.4 di atas dapat terlihat bahwa titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada pada sumbu Y dan tidak menunjukkan adanya pola tertentu yang teratur, dan titik-titik dalam grafik tidak membentuk pola yang jelas, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ditemukan masalah heteroskedastisitas dalam model regresi pada penelitian ini.

Uji Regresi Linear Berganda

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan model regresi linear berganda, yang bertujuan untuk menguji kebenaran hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini. Hasil analisis regresi linier berganda pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.36 di bawah ini:

Tabel 4.36
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.009	3.258		1.845	.070
	Kualitas	.303	.079	.345	3.824	.000
	Desain	.531	.086	.557	6.181	.000
a. Dependent Variable: KeputusanPembelian						

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS (2021)

Berdasarkan tabel 4.36 di atas dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 6,009 + 0,303X_1 + 0,531X_2$$

Dengan interpretasi dari masing-masing koefisien variabel sebagai berikut:

- Nilai konstanta 6,009 menjelaskan bahwa apabila variabel kualitas produk dan desain produk bernilai konstan maka keputusan pembelian akan tetap bernilai sebesar 6,009.
- Variabel kualitas produk memiliki koefisien regresi dengan arah +0,303 yang berarti bahwa jika semakin baik kualitas yang dimiliki oleh produk Honda maka akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen sebesar 0,303 atau sebesar 30,3%. Namun jika sebaliknya, apabila produk Honda memiliki kualitas yang rendah maka akan mengakibatkan terjadinya penurunan keputusan pembelian konsumen.
- Variabel desain produk memiliki koefisien regresi dengan arah +0,531 yang berarti bahwa semakin bagus desain produk Honda, maka akan dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen sebesar 0,531 atau 53,1%. Namun jika sebaliknya, apabila suatu produk tidak memiliki desain yang menarik maka rendah pula keputusan pembelian konsumen.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui hubungan dari variabel independent terhadap variabel dependen yang terdapat dalam penelitian, serta untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel independent tersebut terhadap variabel dependen. Berikut uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian

ini:

1. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui hubungan secara parsial/individu antara variabel independen terhadap variabel dependen yang terdapat di dalam penelitian. Berdasarkan hasil data yang diolah dengan menggunakan program pengolahan data SPSS Versi 24.0 diperoleh hasil uji-t seperti pada tabel 4.37 di bawah ini:

Tabel 4.37
Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.009	3.258		1.845	.070
	Kualitas	.303	.079	.345	3.824	.000
	Desain	.531	.086	.557	6.181	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS (2021)

Dari tabel 4.37 di atas dapat diketahui hubungan secara parsial antara variabel pengetahuan dan pengalaman kerja terhadap kinerja karyawan, yang telah diinterpretasikan sebagai berikut:

1) Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian

Hasil analisis uji t variabel pengetahuan menunjukkan nilai t hitung sebesar 3,824 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Karena t hitung (3,824) > t tabel (1,67022) dan tingkat sig (0,000) < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor Honda Beat di PT. Anugerah Karya Abiwara Kecamatan Air Putih Kabupaten Batubara.

2) Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian

Hasil analisis uji t variabel desain produk menunjukkan nilai t hitung sebesar 6,181 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Karena t hitung (6,181) > t tabel (1,67022) dan signifikansi (0,000) < 0,05, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa secara parsial desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor Honda Beat di PT. Anugerah Karya Abiwara Kecamatan Air Putih Kabupaten Batubara.

2. Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui hubungan dari keseluruhan variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen yang terdapat di dalam penelitian ini. Adapun hasil dari uji F dari penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.38
Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	693.176	2	346.588	42.067	.000 ^b
	Residual	502.574	61	8.239		
	Total	1195.750	63			
a. Dependent Variable: KeputusanPembelian						
b. Predictors: (Constant), Desain, Kualitas						

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS (2021)

Dari hasil output SPSS di atas, menunjukkan nilai F hitung sebesar 42,067 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 dan hasil tersebut menjelaskan bahwa nilai F hitung ($42,067 > F \text{ tabel } (3,15)$) dengan tingkat sig ($0,000 < 0,05$) yang berarti bahwa secara simultan kualitas produk dan desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor Honda Beat di PT. Anugerah Karya Abiwara Kecamatan Air Putih Kabupaten Batubara.

3. Uji Determinasi

Uji koefisien determinasi (R^2) di dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen yang terdapat di dalam penelitian ini.

Tabel 4.39
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.761 ^a	.580	.566	2.87035
a. Predictors: (Constant), Desain, Kualitas				
b. Dependent Variable: KeputusanPembelian				

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS (2021)

Berdasarkan tabel 4.39 di atas dapat dilihat hasil perhitungan dari R^2 dalam analisis regresi linear berganda memperoleh nilai koefisien determinasi (Adj R^2) sebesar 0,566 yang berarti bahwa sebesar 56,6% pengaruh variabel kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian kendaraan sepeda motor Honda Matik Beat di PT. Anugerah Karya Abiwara Kecamatan Air Putih Kabupaten Batubara, sedangkan sisanya sebesar 43,4% variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, berikut ini peneliti akan membahas dari setiap permasalahan yang ada di dalam penelitian ini.

Hasil Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Dari hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor Honda Beat di PT. Anugerah Karya Abiwara Kecamatan Air Putih Kabupaten Batubara, yang berarti

bahwa semakin baik kualitas dari suatu produk maka semakin meningkat pula keputusan konsumen dalam melakukan pembelian produk tersebut. Hal tersebut dikarenakan kualitas produk memiliki peran untuk mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Keputusan pembelian konsumen terletak pada pertimbangan persepsi kualitas dari suatu produk. Jika Honda Matik Beat dirasakan oleh konsumen memiliki daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan, operasi dan perbaikan yang mumpuni terhadap selera dan pemenuhan kebutuhan konsumen maka hal tersebut berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

2. Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian

Dari hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kendaraan sepeda motor Honda Matik Beat di PT. Anugerah Karya Abiwara Kecamatan Air Putih Kabupaten Batubara, yang berarti bahwa desain produk berkaitan erat dengan masalah bagaimana suatu produk itu meningkatkan nilai produknya melalui estetika keindahan yang diharapkan dan dapat berfungsi sebagai alat komunikasi yang strategis bagi konsumen, sehingga konsumen tersebut dapat melakukan proses pembelian serta tujuan perusahaan pun tercapai.

3. Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh diketahui bahwa kualitas produk dan desain produk berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian kendaraan sepeda motor Honda Matik Beat di PT. Anugerah Karya Abiwara Kecamatan Air Putih Kabupaten Batubara, yang berarti bahwa kualitas dan desain produk dapat berjalan secara bersamaan untuk mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Hal tersebut dikarenakan kualitas dan desain produk merupakan unsur yang dapat memajukan industri agar hasil industri produk tersebut dapat diterima oleh masyarakat. Dengan adanya kualitas produk yang baik serta desain yang menarik, maka tentu saja akan semakin menarik minat pelanggan untuk menyukai produk yang dikeluarkan oleh perusahaan tersebut sehingga juga akan berdampak dalam melakukan pembelian dan pemakaian.

SIMPULAN

Dari hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian kendaraan Sepeda Motor Honda Matik Beat di PT. Anugerah Karya Abiwara Kecamatan Air Putih Kabupaten Batubara, maka peneliti mengambil kesimpulan:

1. Kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian kendaraan Sepeda Motor Honda Matik Beat di PT. Anugerah Karya Abiwara Kecamatan Air Putih Kabupaten Batubara, hal itu dapat dilihat dari nilai t hitung ($3,824$) $>$ t tabel ($1,67022$) dengan tingkat sig ($0,000$) $<$ $0,05$ (5%).
2. Desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian kendaraan Sepeda Motor Honda Matik Beat di PT. Anugerah Karya Abiwara Kecamatan Air

- Putih Kabupaten Batubara, hal tersebut dapat dilihat dari nilai t hitung ($6,181$) > t tabel ($1,67022$) dengan tingkat sig ($0,000$) < $0,05$ (5%).
3. Kualitas produk dan desain produk secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian kendaraan Sepeda Motor Honda Matic Beat di PT. Anugerah Karya Abiwara Kecamatan Air Putih Kabupaten Batubara, hal tersebut dapat dilihat dari nilai F hitung ($42,067$) > ($3,15$) dengan tingkat sig ($0,000$) < $0,05$ (5%).

DAFTAR RUJUKAN

- Amron (2018). The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, and Price on the Consumer's Buying Decision of MPV Cars. *European Scientific Journal* May 2018 edition Vol.14, No.13 ISSN: 1857 –7881 (Print) e -ISSN 1857-7431
- Arikunto, S. (2015). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta. Jakarta
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta
- Asih, Retno. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Desain, Citra Merek Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy (Studi Kasus Pada Konsumen Yang Akan Membelisepeda Motor Honda Scoopy Di PT. Taruna Adiprima Motor Kudus). Skripsi. FE dan Bisnis. Kudus: Universitas Muria
- Dahl, D. C. (2013). *Market and Price Analysis. The Agricultural Industries*. Mc. Graw-Hill Book Company, Inc, United State
- Foster, B. and Johansyah, M. D. (2019). The Effect of Product Quality and Price on Buying Interest with Risk as Intervening Variables (Study on Lazada.com Site Users). *International Journal of Innovation, Creativity and Change*. www.ijicc.net Volume 9, Issue 12, 2019
- Garvin, David A. (2016). alih bahasa Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Kencana, P. N. (2018) The Effect of Product Quality on Purchasing Decisions of Honda Motorized Vehicles with Matic Scooter Types. *Pinisi Discretion Review*. Volume1, Issue2, March, 2018. Page.81-88 ISSN (Print): 2580-1309 and ISSN (Online): 2580-1317
- Kotler, Philip. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2014). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Terjemahan Bob Sabran Jakarta: Erlangga
- Kotler, P and K. L. Keller. (2013). *Marketing Management*, 14th ed. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education Inc
- Kotler, Philip & Gerry Armstrong. (2014): *Principle Of Marketing*, 15th edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016): *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Lovelock. Garvin, D. A. (2014). *Strategi Marketing*. Yogyakarta: Andi

- Luchs, M., dan K. S. Swan. (2011). Perspective: The Emergence of Product Design As a Field of Marketing Inquiry. *Journal of Product Innovation Management*. Vol. 28 (3). pp.327-345
- Margaret, A. (2013). Pengaruh Manajemen Laba, Mekanisme Corporate Governance, dan Kualitas Audit Terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Barang Konsumsi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal*.
- Mowen, John C dan Minor, Micheal. (2012). *Perilaku Konsumen* dialih bahasakan oleh Dwi Kartika Yahya. Jakarta : Erlangga
- Puja, Wayan Agus Suta. (2020). Pengaruh kualitas Produk Dan Fitur Produk Serta Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha N-Max di Maha Surya Motor Singaraja. Skripsi. FE. Singaraja: Universitas Pendidikan Ganesha.
- Setyosari, P. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan*. Jakarta: Kencana.
- Sangadji, Etta M. dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi
- Soewito, Y. (2013). Kualitas Produk, Merek Dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio. *Jurnal EMBA*. Vol.1 No.3 Juni 2013, Hal. 218-229. ISSN 2303-1174
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2019). In *Metode Penelitian Kuantitaif, Kualitatif dan R & D* (p. 394). Bandung : Alfabeta.
- Swastha, Basu. (2014). *Manajemen Pemasaran*. BPFE: Yogyakarta.
- Suari, Y. Dkk. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Bisma: Jurnal Manajemen*, Vol. 5No. 1, MaretTahun2019P-ISSN: 2476-8782Bisma: Jurnal Manajemen
- Tanjung, Y. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Yamaha Mio. *Majalah Ilmiah Methoda*. Volume 9, Nomor 2, Mei -Agustus2019:79-85; ISSN:2088-9534
- Tjiptono, F. (2011). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta : Andi Publisher
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, F. Diana, A. (2016). *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*, Andi Offset, Yogyakarta.