

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA
SEPEDA MOTOR HONDA BEAT**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Oleh:

RARASTIKA DIYAH AYU NINGTYAS
NIM. 19.52.11.223

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA
2023**

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA
SEPEDA MOTOR HONDA BEAT**

SKRIPSI

Diajukan Kepada
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh:

RARASTIKA DIYAH AYU NINGTYAS
NIM. 19.52.11.223

Surakarta, 10 April 2023

Disetujui dan disahkan oleh:
Dosen Pembimbing



M. Rofiq Junaidi, M. Hum
NIP: 19760314 201701 1 114

SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Yang bertandatangan dibawah ini :

NAMA : RARASTIKA DIYAH AYU NINGTYAS
NIM : 195211223
JURUSAN : MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul : **“PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA SEPEDA MOTOR HONDA BEAT”** benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila di kemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb

Surakarta, 10 April 2023



Rarastika Diyah Ayu Ningtyas

SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

NAMA : RARASTIKA DIYAH AYU NINGTYAS
NIM : 195211223
JURUSAN : MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Terkait penelitian skripsi saya yang berjudul **“PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA SEPEDA MOTOR HONDA BEAT”**

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan pengambilan data. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data yang sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surakarta, 10 April 2023



Rarastika Diyah Ayu Ningty

M. Rofiq Junaidi, M.Hum
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi

Sdri : Rarastika Diyah Ayu Ningtyas

Kepada Yang Terhormat
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta
Di Surakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Rarastika Diyah Ayu Ningtyas NIM: 19.52.11.223 yang berjudul:

“PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA SEPEDA MOTOR HONDA BEAT”

Sudah dapat dimunaqosahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Manajemen Bisnis Syariah. Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqosahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terimakasih.

Wasaalamu 'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 10 April 2023
Dosen Pembimbing Skripsi



M. Rofiq Junaidi, M.Hum
NIP. 19760314 201701 1 114

PENGESAHAN

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA
SEPEDA MOTOR HONDA BEAT**

Oleh:

RARASTIKA DIYAH AYU NINGTYAS
NIM. 19.52.11.223

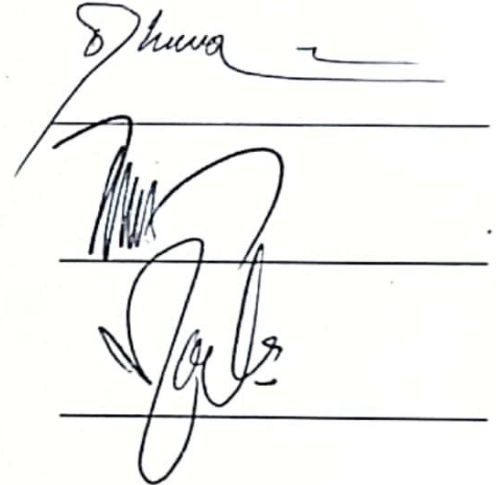
Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosah
pada hari Rabu tanggal 03 Mei 2023 M / 12 Syawal 1444 H dan dinyatakan
telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji :

Penguji 1 (Merangkap Ketua Sidang)
Drs. Azis Slamet Wiyono, M.M.
NIP. 19590812 198603 1 002

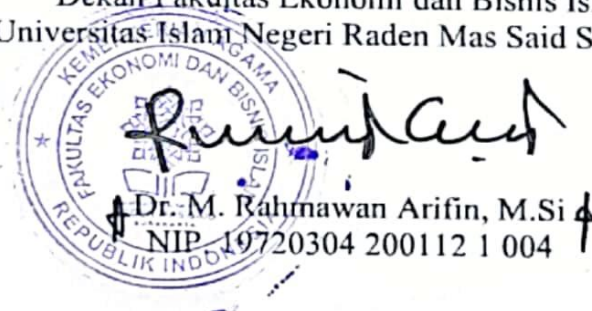
Penguji 2
Dr. Awan Kostrad Diharto, SE., M.Ag
NIP. 19651225 200003 1 001

Penguji 3
Ascp Maulana Rohimat, S.H.I., M.S.I., CCC
NIP. 19870307 201903 1 008



Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta



Dr. M. Rahmawan Arifin, M.Si
NIP. 19720304 200112 1 004

MOTTO

”Dan aku tidak pernah kecewa dalam berdoa kepada-Mu, wahai Tuhanku”

(QS. Maryam : 4)

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah : 5-6)

“Allah SWT Tidak akan membebani seorang hamba melainkan sesuai dengan kemampuannya”

(QS. Al-Baqarah : 286)

“Orang lain gak akan bisa paham *struggle* dan masa sulitnya kita yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun gak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan yang akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini, tetap berjuang ya.

(Anonim)

“Tak perlu khawatir akan bagaimana alur cerita pada jalan ini, perankan saja, Tuhan ialah sebaik-baiknya sutradara”

(Anonim)

“Tidak ada hidup tanpa masalah dan tidak ada perjuangan tanpa rasa lelah. Memang tidak mudah untuk menjadikan semuanya indah. Tapi yakinlah, di setiap rasa lelahmu akan ada doa baik yang dijabah. Tetap semangat dan selalu percaya pertolongan Allah SWT, hingga Bismillahmu menjadi Alhamdulillah”

(Anonim)

PERSEMBAHAN

Dengan segala puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat-Nya serta doa dari orang-orang tercinta sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Kupersembahkan dengan segenap cinta dan doa, karya yang sederhana ini untuk:

Orang tuaku tercinta Bapak Tugiyono dan Ibu Tuty Widiatmi yang selalu memberi dukungan, doa dan kasih sayang tak terhingga kepadaku

Adikku Novi Dwi Kartika Sari yang senantiasa memberikan dukungan serta semangat kepadaku

Teman-teman seperjuanganku di kelas MBS F angkatan 2019 yang selalu memberikan keceriaan dan semangat kepadaku

Orang-orang baik yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang telah memberikan dukungan, semangat, motivasi dan pengalaman besar di setiap proses hidup saya.

Last but not least, I wanna Thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting

Terima Kasih Untuk Semuanya
Semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian, aamiin

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi Pada Sepeda Motor Honda Beat”. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah mendapatkan banyak dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Mudhofir, S.Ag., M.Pd, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
2. Dr. M. Rahmawan Arifin, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. H. Khairul Imam, S.HI, M.Si selaku ketua jurusan Manajemen Bisnis Syariah dan Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

4. Zakky Fahma Auliya SE., M.M. selaku Koordinator Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Asep Maulana Rohimat, MSI selaku Dosen Pembimbing Akademik Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
6. M. Rofiq Junaidi, M.Hum selaku dosen pembimbing yang telah memberikan banyak perhatian, arahan dan bimbingan yang sangat luar biasa selama penulis menyelesaikan skripsi.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberi bekal ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
8. Staff Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta yang telah membantu dalam kelancaran administrasi.
9. Tim Penguji Skripsi yang telah menguji dan memberikan masukan bagi kepenulisan.
10. Bapak Tugiyo, Ibu Tuty Widiatmi Adikku Novi Dwi Kartika Sari serta seluruh keluarga yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan kepada penulis.
11. Sahabat-sahabatku dan teman-teman angkatan 2019 yang telah memberikan keceriaan dan semangat kepada penulis selama penulis menempuh studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis.

Terhadap semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya, hanya doa serta puji syukur kepada Allah SWT, semoga memberikan balasan kebaikan kepada semuanya. Aamiin.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 10 April 2023

Rarastika Diah Ayu Ningtyas

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price and product quality on purchasing decisions through purchase intention as a mediating variable on Honda Beat motorcycles. This type of research is included in quantitative research. The population in this study are people in Gondangrejo District who use Honda Beat motorcycles. The sampling technique used was nonprobability sampling and the type of sampling was purposive sampling with a sample of 140 respondents.

There are three variables used in this study, namely the dependent variable (Y), independent variable (X), and mediating variable (Z). The dependent variable in this study is the purchase decision. There are two independent variables in this study, namely price and product quality. Meanwhile, the mediating variable in this study is buying interest. The analytical method used in this study is instrument test, classical assumption test, model determination test, multiple linear analysis, t test, path analysis and Sobel test, while data processing uses the IBM SPSS 23 program. Based on the results of this study indicate that price and product quality have a positive and significant effect on purchase intention, price and product quality have an effect on purchasing decisions, buying interest has a positive and significant effect on purchasing decisions. The results of this study also indicate that buying interest can mediate the effect of price on purchasing decisions. In addition, buying interest can mediate the effect of product quality on purchasing decisions.

Keywords: price, product quality, purchase intention and purchase decision.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel mediasi pada sepeda motor honda best. Jenis penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di Kecamatan Gondangrejo pengguna sepeda motor honda beat. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *nonprobability sampling* dan jenis sampling yaitu *purposive sampling* dengan sampel berjumlah 140 responden.

Variabel yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari tiga, yaitu variabel dependen (Y), variabel independen (X), dan variabel mediasi (Z). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian. Untuk variabel independen dalam penelitian ini ada dua, yaitu harga dan kualitas produk. Sedangkan untuk variabel mediasi dalam penelitian ini adalah minat beli. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah uji instrumen, uji asumsi klasik, uji ketetapan model, analisis linier berganda, uji t, analisis jalur dan uji sobel, sedangkan pengolahan data menggunakan program IBM SPSS 23.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, minat beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa minat beli dapat memediasi pengaruh harga terhadap keputusan pembelian. Selain itu minat beli dapat memediasi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : harga, kualitas produk, minat beli dan keputusan pembelian.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN	ii
SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI.....	iii
SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN	iv
NOTA DINAS	v
PENGESAHAN.....	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
ABSTRACT	xii
ABSTRAK.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Batasan Masalah	8
1.4 Rumusan Masalah	8
1.5 Tujuan Penelitian	9
1.6 Manfaat Penelitian.....	9

1.7	Sistematika Dalam Penulisan Skripsi.....	10
BAB II LANDASAN TEORI.....		12
2.1	Kajian Teori	12
2.1.1	Harga.....	12
2.1.2	Kualitas Produk.....	14
2.1.3	Keputusan Pembelian	16
2.1.4	Minat Beli	17
2.2	Penelitian Terdahulu	19
2.3	Kerangka Berpikir	22
2.4	Hipotesis Penelitian.....	23
BAB III METODE PENELITIAN		28
3.1	Lokasi dan Waktu Penelitian	28
3.2	Jenis Penelitian.....	28
3.3	Populasi dan Sampel	28
3.3.1	Populasi.....	28
3.3.2	Sampel	29
3.4	Teknik Pengambilan Sampel	30
3.5	Jenis Data dan Sumber Data	30
3.5.1	Data Primer	30
3.5.2	Data Sekunder	31
3.6	Teknik Pengumpulan Data	31
3.7	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	31
3.7.1	Variabel Penelitian	31

3.7.2	Definisi Operasional Variabel	32
3.8	Teknik Analisis Data	33
3.8.1	Deskripsi Responden	34
3.8.2	Uji Statistik Deskriptif	34
3.8.3	Uji Instrumen	34
3.8.4	Asumsi Klasik	35
3.8.5	Uji Ketetapan Model	36
3.8.6	Analisis Linier Berganda	37
3.8.7	Uji T	38
3.8.8	Uji Path Analysis/Analisis Jalur	39
3.8.9	Uji Sobel	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		41
4.1	Gambaran Umum Penelitian.....	41
4.2	Profil Sepeda Motor Honda Beat	42
4.3	Pengujian dan Hasil Analisis Data.....	43
4.3.1	Deskripsi Responden	43
4.3.2	Uji Statistik Deskriptif	46
4.3.3	Uji Instrumen	51
4.3.4	Asumsi Klasik	53
4.3.5	Uji Ketetapan Model	58
4.3.6	Analisis Linier Berganda	61
4.3.7	Uji T.....	63
4.3.8	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	67

4.3.9 Uji Sobel	71
4.4 Pembahasan Hasil Analisis Data.....	73
BAB V PENUTUP	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Keterbatasan Penelitian	81
5.3 Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA.....	83
LAMPIRAN	89

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top <i>Brand Index</i> Sepeda Motor Matic Tahun 2022	3
Tabel 1.2 Daftar Harga Sepeda Motor Honda Beat Mulai Bulan Juni 2022	4
Tabel 2.1 Ringkasan Jurnal Penelitian	19
Tabel 3.1 Skala Likert	31
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	33
Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia	43
Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Domisili	44
Tabel 4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
Tabel 4.5 Jumlah Responden Berdasarkan Pendapatan	46
Tabel 4.6 Uji Statistik Deskriptif Harga	47
Tabel 4.7 Uji Statistik Deskriptif Kualitas Produk	48
Tabel 4.8 Uji Statistik Deskriptif Minat Beli	48
Tabel 4.9 Uji Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian	50
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Harga	51
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk	52
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	52
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Minat Beli	53
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas Persamaan I	54
Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas Persamaan II	55
Tabel 4.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas Persamaan I	56

Tabel 4.18 Hasil Uji Heteroskedastisitas Persamaan II	56
Tabel 4.19 Hasil Uji Multikolinearitas Persamaan I.....	57
Tabel 4.20 Hasil Uji Multikolinearitas Persamaan II	57
Tabel 4.21 Hasil Uji Koefisien Determinasi Persamaan I	58
Tabel 4.22 Hasil Uji Koefisien Determinasi Persamaan II	58
Tabel 4.23 Hasil Uji F Persamaan I.....	59
Tabel 4.24 Hasil Uji F Persamaan II.....	60
Tabel 4.25 Hasil Uji Regresi Linier Persamaan I.....	61
Tabel 4.26 Hasil Uji Regresi Linier Persamaan II.....	62
Tabel 4.27 Hasil Uji T Persamaan I.....	64
Tabel 4.28 Hasil Uji T Persamaan II	65
Tabel 4.29 Hasil Analisis Jalur Persamaan Regresi I	68
Tabel 4.30 Hasil Analisis Jalur Persamaan Regresi II.....	69
Tabel 4.31 Hasil Analisis Jalur.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Volume Penjualan Sepeda Motor	1
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	23
Gambar 4.1 Sepeda Motor Honda Beat	42
Gambar 4. 2 Model Penelitian.....	66
Gambar 4.3 Ilustrasi Sub-Struktur 1	67
Gambar 4.4 Ilustrasi Sub-Struktur 2.....	68
Gambar 4.5 Simpulan Analisis Jalur	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Penelitian	89
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian	91
Lampiran 3 Data Responden	98
Lampiran 4 Tabulasi Data Kuesioner	105
Lampiran 5 Uji Deskripsi Responden.....	121
Lampiran 6 Uji Statistik Deskriptif	123
Lampiran 7 Uji Validitas.....	125
Lampiran 8 Uji Instrumen	129
Lampiran 9 Uji Asumsi Klasik.....	130
Lampiran 10 Uji Ketetapan Model	133
Lampiran 11 Analisis Linier Berganda.....	134
Lampiran 12 Uji T	135
Lampiran 13 Hasil Turnitin.....	136
Lampiran 14 Daftar Riwayat Hidup	137

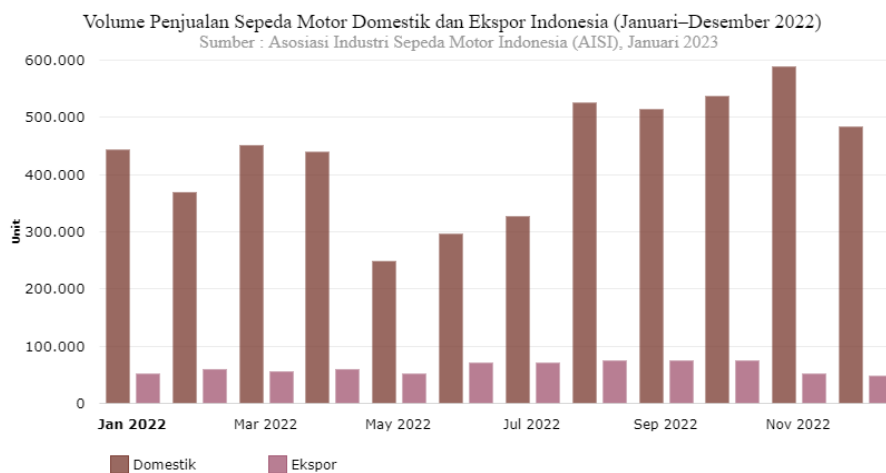
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini kebutuhan masyarakat akan penggunaan kendaraan bermotor mengalami perkembangan pesat. Transportasi sepeda motor menjadi pilihan yang tepat bagi masyarakat karena mendukung aktivitas sehari-hari masyarakat di luar rumah. Sepeda motor dapat menjadi pilihan yang baik bagi masyarakat jika ingin berpergian karena dapat mempermudah dan mempercepat untuk sampai ke tujuan. Pengguna kendaraan bermotor dan penjualan sepeda motor yang setiap tahunnya selalu mengalami peningkatan dan itu membuat perusahaan otomotif saling bersaing untuk menarik para konsumen. Saat ini banyak perusahaan yang mulai menawarkan berbagai macam pilihan bagi masyarakat mulai dari merek, harga, kualitas dan desain (Aminah, 2022)

Gambar 1.1 Grafik volume Penjualan Sepeda Motor Domestik dan Ekspor



Sumber: Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI)

Dapat dilihat dari data diatas Menurut (AISI) Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia penjualan sepeda motor baru di pasar domestik dari Januari hingga Desember 2022 tembus 5,2 juta unit. Mengutip laman resmi AISI, penjualan motor dalam negeri pada 2022 mencapai angka tepat 5.221.470 unit. Perolehan itu naik sekitar 3,2 persen dibanding capaian 2021 di angka 5.057.516 unit. Pada Desember 2022, penjualan motor nasional mencatatkan angka 438.254 unit, terjadi penurunan penjualan dibandingkan dengan penjualan bulan November di 588.269 unit.

Beberapa merek sepeda motor yang ada di Indonesia yaitu Yamaha, Suzuki, Honda, Kawasaki, TVS, dan lain-lain. Menurut data Asosiasi Industri Motor Indonesia (AISI) tahun 2017 menyatakan terdapat tiga merek sepeda motor yang bersaing ketat untuk mendapatkan pangsa pasar di Indonesia. Sepeda motor merek Honda berada diposisi pertama sebagai pemimpin pasar sepeda motor di Indonesia, selanjutnya diposisi kedua terdapat sepeda motor merek Yamaha, dan diposisi ketiga terdapat sepeda motor merek Suzuki (Putri, 2021).

Honda merupakan merek yang banyak diminati oleh sebagian besar masyarakat Indonesia, terbukti bahwa pemasar motor Honda telah berhasil membangun keunggulan yang berpengaruh pada loyalitas konsumen. Keberhasilan suatu merek dapat ditunjukkan dengan penjualan produk lewat pembelian konsumen, sekarang sangat kritis dalam akan pemilihan produk hingga keputusan pembelian produk. Honda Beat yang selalu menjadi unggulan mampu menduduki posisi di *Top Brand Award* dan selalu mengalami peningkatan penjualan (Putri, 2021).

Motor matic merek Honda Beat ini memiliki konsumen yang besar sehingga membuat produk ini dapat bersaing dengan merek motor matic yang lainnya.

Hal ini bisa ditunjukkan pada tabel *Top Brand Index*:

Tabel 1.1 Top Brand Index Sepeda Motor Matic Tahun 2022

BRAND	TBI 2022	
Honda Beat	34.2%	TOP
Honda Vario	20.8%	TOP
Yamaha Mio	12.3%	TOP
Honda Scoopy	9.9%	
Honda PCX	8.3%	

Sumber: topbrandaward.com

Berdasarkan tabel diatas motor matic merek Honda Beat memiliki persentase pada angka 34,2% yang artinya motor matic merek Honda Beat ini adalah produk yang dapat bersaing dalam pangsa pasar karena dapat menduduki di posisi pertama. Honda Beat yang menempati posisi puncak sebagai motor terlaris serta indeks merek tertinggi menggambarkan banyaknya peminat yang melakukan pembelian motor tersebut. Pembeli ketika membeli produk akan mempertimbangkan dari segi manfaat dan kelebihan, sebelum memutuskan untuk membeli. Terdapat faktor yang mampu mempengaruhi pembeli dalam memutuskan membeli produk, beberapa faktor diantaranya ialah keputusan pembelian, harga, kualitas produk dan minat beli.

Keputusan pembelian berbeda dari keputusan pembelian yang sebenarnya. Saat pelanggan membeli merek dia perlu mengambil keputusan guna melaksanakan pembelian secara nyata. Terutama untuk pembelian yang rumit membutuhkan tingkat keterkaitan yang luas misalnya membeli mobil, sepeda motor, serta barang konsumsi. (Yamin, 2020).

Harga ialah faktor utama bagi perusahaan dalam penjualan. Banyak perusahaan yang kalah saing dengan perusahaan lainnya karena telah mematok harga yang tidak cocok di pasar. Perusahaan dapat mengetahui harga yang cocok di pasar dengan melakukan riset yang mendalam sehingga dapat menentukan harga yang cocok dengan pelanggan. Pelanggan menggunakan harga untuk membandingkan dengan apa yang didapat, baik itu dari pelayanannya atau pun kualitas produknya yang pelanggan rasakan. Jadi, jika harga tinggi tetapi pelayanan dan kualitas produknya rendah pelanggan tidak akan merasa puas. Sebaliknya, jika harga sesuai dengan pelayanan dan kualitas produk yang didapat pelanggan akan merasa puas (Tannady, 2022).

Tabel 1.2 Daftar Harga Sepeda Motor Beat Mulai Bulan Juni 2022

TIPE	HARGA
BeAT CBS	Rp. 17,620,000
BeAT Street	Rp. 18,276,000
BeAT CBS ISS	Rp. 18,326,000
BeAT Deluxe	Rp. 18,472,000

Sumber : astra-honda.com

Pada tabel 1.2, terlihat bahwa harga sepeda motor Honda Beat tertinggi dipasaran adalah Honda Beat Tipe Beat Deluxe dengan harga Rp18.472.000 dan tipe Beat CBB ISS dengan harga Rp18.326.000. Sedangkan harga Honda Beat terendah adalah tipe Beat CBS dengan harga Rp17.620.000.

Selain harga, ada faktor yang menyebabkan pembeli membeli produk ialah memutuskan untuk membeli produk ialah kualitas produk. Kualitas yang baik dari suatu produk akan mempengaruhi konsumen dalam menentukan pilihannya untuk menggunakan suatu produk sehingga memudahkan pelanggan untuk memilih apa

yang akan dibeli. Suatu produk dapat dikatakan berkualitas apakah produk memenuhi keinginan dan kebutuhan seperti yang diharapkan atau melebihi harapan konsumen (Bali, 2022).

Selain kualitas produk, minat beli konsumen juga penting dalam kemajuan suatu perusahaan. Minat beli konsumen merupakan perilaku konsumen yang berfungsi sebagai dasar untuk keputusan pembelian dan merupakan komponen yang sangat penting dari kegiatan pemasaran. Setelah konsumen merasakan manfaat produk dan menyatakan minat untuk membelinya, diperolehnya dari penggunaan produk tersebut (Royantah, 2021).

Berdasarkan variabel-variabel diatas terdapat beberapa perbedaan hasil penelitian. Menurut (Rissa Mustika Sari, 2021) penelitian ini menunjukkan untuk harga dan kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian oleh (Prasetyo, 2022) menunjukkan untuk variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan penelitian menurut (Noor Iffatin Nadhifah, 2021) menyatakan bahwa variabel kualitas produk tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Sedangkan penelitian dari (Budiatmo, 2020) menyatakan bahwa harga dan kualitas produk terdapat pengaruh intervening minat beli terhadap keputusan pembelian yang berarti bahwa minat beli memediasi antara variabel harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Maka berdasarkan latar belakang masalah dari ulasan diatas, maka penulis akan tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Harga dan**

Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi Pada Sepeda Motor Honda Beat”

1.2 Identifikasi Masalah

Berlandaskan latar belakang masalah, jadi bisa diidentifikasi masalah dalam penelitian ini:

1. Terdapat fenomena yang dikutip *topbrandaward.com* penjualan motor beat selalu menjadi urutan pertama dan terlaris di pasaran yang menggambarkan banyaknya peminat yang melakukan pembelian sepeda motor honda beat.
2. *Research GAP*

Menurut (Rissa Mustika Sari, 2021) penelitian ini menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang dilaksanakan (Prasetyo, 2022) menyatakan bahwa variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan penelitian menurut (Noor Iffatin Nadhifah, 2021) menyatakan bahwa variabel kualitas produk tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Sedangkan penelitian yang dilakukan (Budiatmo, 2020) menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk terdapat pengaruh intervening minat beli terhadap keputusan pembelian yang artinya bahwa minat beli memediasi antara variabel harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

1.3 Batasan Masalah

Berlandaskan dari identifikasi masalah diatas, terdapat beberapa batasan dalam penelitian berikut, yang meliputi:

1. Pada penelitian ini dilaksanakan pada konsumen yang tertarik membeli serta pernah menggunakan sepeda motor honda beat.
2. Objek penelitian difokuskan pada masyarakat wilayah Kecamatan Gondangrejo
3. Dalam penelitian berikut variabel nya hanya harga, kualitas produk, keputusan pembelian dan minat beli.

1.4 Rumusan Masalah

Dari rumusan masalah diatas, disimpulkan tujuan penelitian berikut merupakan:

1. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli sepeda motor honda Beat di Kecamatan Gondangrejo?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli sepeda motor honda Beat di Kecamatan Gondangrejo?
3. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda Beat di Kecamatan Gondangrejo?
4. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda Beat di Kecamatan Gondangrejo?
5. Apakah minat beli berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda Beat di Kecamatan Gondangrejo?

6. Apakah minat beli memediasi variabel harga dan variabel keputusan pembelian sepeda motor honda Beat di Kecamatan Gondangrejo?
7. Apakah minat beli memediasi variabel kualitas produk dan variabel keputusan pembelian sepeda motor honda Beat di Kecamatan Gondangrejo?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap minat beli sepeda motor honda Beat?
2. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli sepeda motor honda Beat?
3. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda Beat?
4. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda Beat?
5. Untuk mengetahui apakah minat beli berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda Beat?
6. Untuk mengetahui adanya mediasi variabel minat beli diantara variabel harga dan variabel keputusan pembelian sepeda motor honda Beat?
7. Untuk mengetahui adanya mediasi variabel minat beli diantara variabel kualitas produk dan variabel keputusan pembelian sepeda motor honda Beat?

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diinginkan pada penelitian ini ialah :

a. Manfaat Akademis

1. Untuk penulis, digunakan untuk mendapatkan gelar sarjana serta untuk mengaplikasikan ilmu pengetahuan ketika di bangku perkuliahan.
2. Untuk pembaca, semoga bisa digunakan sebagai informasi sekaligus referensi literasi bagi peneliti selanjutnya yang melaksanakan penelitian dengan tema serupa.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi perusahaan, penelitian diharapkan mampu menjadi bahan masukan pada perluasan pengetahuan perusahaan dan memberikan informasi kepada pimpinan perusahaan Honda Beat, khususnya mengenai pengaruh harga, desain dan kualitas produk.

c. Manfaat Teoritis

1. Bagi pihak lain, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai informasi sekaligus referensi bacaan bagi peneliti lain yang melakukan penelitian dengan topik serupa.

1.7 Sistematika Penulisan Skripsi

Terdapat sistematika penulisan skripsi ini, meliputi :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Berisi tentang kajian teori, penelitian terdahulu, kerangka berpikir dan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Berisi tentang lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi, sampel, teknik pengambilan sampel, jenis data dan sumber data, teknik pengumpulan data, variabel penelitian dan definisi operasional variabel, teknik analisis data.

BAB IV ANALISIS DATA

Pada bab keempat berisi mengenai gambaran umum objek penelitian, gambaran umum responden, penyajian data serta analisis data.

BAB V PENUTUP

Pada bab penutup terdapat kesimpulan dari hasil olah data, keterbatasan dari penelitian, serta saran yang berhubungan dengan penelitian di masa yang akan datang.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Harga

a. Pengertian Harga

Harga merupakan suatu nominal guna membeli barang maupun beberapa jasa khusus. Menurut Kotler dan Armstrong (2008) definisi harga adalah sejumlah uang yang keluar untuk barang maupun total nominal yang diganti oleh pelanggan dengan manfaat produk (Soleha, 2022). Sementara Tjiptono (2008) mendefinisikan harga sebagai faktor utama dalam pemasaran dimana harga yang mempengaruhi seorang pelanggan guna membeli produk (M. Kamil Hafidzi, 2022).

b. Faktor yang dapat Mempengaruhi Harga

Menurut (Ardista & Wulandari, 2020) faktor yang bisa berpengaruh pada harga adalah:

1) Menganalisa permintaan suatu produk.

Ada dua proses analisis permintaan suatu produk yakni melalui analisis harga yang diinginkan dan analisis ketidaksamaan pada penjualan

2) Tanggapan pesaing.

Pesaing ialah sesuatu yang menjadi penyebab munculnya harga, utamanya akibat persaingan yang diinginkan (Prihartono, 2021).

c. Indikator Harga

Kotler dan Amstrong (2008) menyatakan empat ukuran harga mendeskripsikan ialah harga yang terjangkau, harga serta kualitas sesuai, kesesuaian harga dengan manfaat dan daya saing harga. Empat ukuran harga yaitu sebagai berikut:

1) Harga yang terjangkau

Konsumen dapat mencapai harga yang ditetapkan oleh perusahaan. Satu merek biasanya memiliki beberapa produk yang berbeda dan harganya bervariasi dari yang termurah hingga yang termahal. Pada harga yang ditetapkan, banyak konsumen yang melakukan pembelian.

2) Harga serta kualitas sesuai

Harga selalu digunakan pada indikator kualitas konsumen. Konsumen sering melihat perbedaan kualitas dan memilih harga yang lebih tinggi dari kedua tersebut. Semakin tinggi harga, semakin baik kualitas yang biasanya diharapkan konsumen.

3) Kesesuaian harga dengan manfaat

Ketika manfaat suatu produk banyak maupun sebanding pada harga yang dibayarkan, maka pelanggan memutuskan untuk membelinya. Jika pelanggan percaya bahwa bahwa manfaat produk tidak cukup untuk membenarkan harga, menganggap produk itu mahal dan konsumen lebih memikirkan pembelian ulang.

4) Daya saing harga

Konsumen seringkali membandingkan harga suatu produk dengan produk lain, sehingga konsumen mempertimbangkan harga suatu produk saat membeli suatu produk (Syarifah, 2020).

2.1.2 Kualitas Produk

a. Pengertian Kualitas Produk

Kualitas produk adalah kondisi fisik suatu produk berdasarkan tingkat kualitas yang diharapkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Menurut Kotler and Armstrong (2001) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk menunjukkan manfaatnya mencakup keandalan, akurasi, daya tahan, pengoperasian yang lancar, kemampuan perbaikan, atau keunikan produk lainnya secara keseluruhan (Imanuel Kawengian, 2022). Sedangkan menurut Tjiptono (2008) kualitas produk merupakan suatu penilaian konsumen terhadap suatu kelebihan atau keistimewaan produk (Irawati, 2021).

b. Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk

Menurut (Purnama Ramadani Silalahi, 2023) kualitas produk dipengaruhi beberapa faktor, meliputi:

- 1) Modal ialah faktor utama dari proses pembentukan nilai.
- 2) Metode, ialah proses kerja paling baik agar individ dapat melakukan tugasnya secara efektif dan efisien.
- 3) Teknologi, digunakan dalam pengembangan produk dalam menyelesaikan proses, tugas, kecepatan serta kuantitas
- 4) Bahan baku yang digunakan berpengaruh pada perbedaan nilai awal

- 5) Ukuran, harus ada proses produksi guna perbandingan, jadi terdapat penilaian pada proses produksi.
- 6) Lingkungan ialah suatu proses produksi yang berpengaruh signifikan pada kinerja dan hasil produksi.

c. Indikator Kualitas Produk

Menurut (Inderwan, 2022) indikator dari kualitas produk yaitu sebagai berikut:

1) Keandalan (*reliability*)

Keandalan produk dapat didefinisikan sebagai kemampuan produk untuk tampil memuaskan selama periode waktu tertentu. Semakin dapat diandalkan suatu produk semakin kecil kemungkinan untuk rusak. Kredibilitas produk merupakan salah satu cara untuk membentuk citra produk di mata konsumen. Setiap produk memiliki tingkat keandalan yang berbeda. Konsumen dapat mempertimbangkan produk yang dapat diandalkan saat membuat keputusan pembelian.

2) Penampilan (*performance*)

Penampilan produk mengacu pada bagaimana produk disajikan kepada konsumen. Peringkat kinerja mengacu pada tingkat kerja dimana produk beroperasi. Produk sesuai ekspektasi dan bagus. Produk/jasa yang berbeda mungkin memiliki karakteristik eksternal yang berbeda tergantung pada kualitas barang yang dijanjikan oleh perusahaan.

3) Daya tahan produk (*durability*)

Daya tahan produk adalah kemampuan suatu produk untuk tetap dapat digunakan hingga tidak bisa lagi dan perlu diganti. Semakin sering dan

lama barang digunakan oleh pengguna, semakin tinggi ketahanan barang tersebut. Tingginya ketahanan barang akan menjadi pertimbangan pengguna dalam membeli barang.

4) Kemampuan memberikan pelayanan (*serviceability*)

Kemampuan memberikan pelayanan adalah bagaimana perusahaan memberikan pelayanan yang baik ketika produk yang dibeli oleh konsumen rusak dan tidak berfungsi dengan baik meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, kemudahan perbaikan dan penanganan protes yang baik yang dicirikan sebagai bagian dari kesederhanaan memperbaiki barang yang rusak atau rusak. Hal ini dimaksudkan agar dengan asumsi barang rusak atau tidak sempurna, perbaikan barang yang handal terjamin sehingga konsumen tidak merasa dirugikan.

2.1.3 Keputusan Pembelian

a. Pengertian Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan sikap atau tindakan yang dilakukan konsumen dalam memilih dan memutuskan membeli suatu produk. Menurut Tjiptono (2016) keputusan pembelian adalah proses dimana konsumen merasakan masalah dan mencari dan mengevaluasi informasi tentang produk atau merek tertentu, tetapi salah satu dari alternatif ini dapat memecahkan masalah dan itulah keputusan pembelian (Lionarto, 2022). Sedangkan menurut Menurut Kotler dan Armstrong (2016) keputusan pembelian merupakan tahapan proses keputusan pembelian di mana konsumen benar-benar melakukan pembelian (Lionarto, 2022).

b. Tahapan dalam Proses Keputusan Pembelian

Menurut S.Assauri (2014) ada lima tahap dalam proses pembelian:

- 1) Timbulnya kebutuhan,
- 2) Pencarian informasi,
- 3) Pengevaluasian perilaku,
- 4) Pembuatan keputusan untuk membeli,
- 5) Perilaku atau perasaan setelah pembelian dilaksanakan (Rini Astuti, 2021).

c. Indikator Keputusan Pembelian

Menurut (Yamin, 2020) Indikator keputusan pembelian terdiri dari:

- 1) Produk pilihan, adalah hasil dari keputusan pembelian yang menguntungkan atau tidak menguntungkan yang dilakukan seseorang melalui pertukaran.
- 2) Merek pilihan, adalah alat terpenting yang digunakan oleh pemasar untuk memisahkan produk mereka dari produk orang lain.
- 3) Situasi saat pembelian, yaitu pembeli yang harus mengambil banyak keputusan saat berbelanja.
- 4) Penentuan saat pembelian, adalah keputusan akhir saat mengevaluasi opsi pembelian yang tersedia.

2.1.4 Minat Beli

a. Pengertian Minat Beli

Minat beli merupakan keinginan yang muncul dalam diri konsumen terhadap suatu produk setelah melakukan proses pengamatan pada suatu produk.

Menurut Kotler dan Keller (2016) minat beli adalah perilaku konsumen yang muncul sebagai respon terhadap objek yang diamati dan menunjukkan keinginan seseorang untuk melakukan suatu pembelian (Solihin, 2020). Sedangkan menurut Durianto (2013), minat beli adalah keinginan untuk mempunyai barang, minat beli dapat muncul ketika pelanggan bisa berpengaruh pada mutu dan kualitas produk (Difa, 2020).

b. Tahap-Tahapan Minat Beli

Menurut (Priansa, 2017) minat beli memiliki tahapan melalui model AIDA yaitu:

1) Perhatian (*Attention*)

Tahap ini adalah langkah pertama dalam meneliti produk atau layanan yang ditawarkan dan mengevaluasinya berdasarkan kebutuhan pelanggan potensial.

2) Tertarik (*Interest*)

Pada tahap ini setelah mendapatkan informasi yang lebih mendalam mengenai produk atau jasa yang ditawarkan, calon konsumen tertarik untuk membelinya.

3) Hasrat (*Desire*)

Tahap ini ditentukan oleh seberapa besar minat pelanggan yang akan datang untuk membeli dan mencoba produk atau layanan yang diiklankan.

4) Tindakan (*Action*)

Pada level ini calon konsumen sangat stabil dalam membeli atau menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan (Gunawan, 2021).

c. Indikator Minat Beli

Menurut (Ferdinand, 2002) empat indikator minat beli ialah :

- 1) Minat Transaksional, ialah keinginan guna membeli produk.
- 2) Minat Refensial, ialah kebiasaan konsumen guna merekomendasikan suatu barang pada orang lain.
- 3) Minat Prefensial, ialah faktor yang mencerminkan bagaimana seseorang bertindak ketika menyukai suatu produk tertentu.
- 4) Minat Eksploratif, ialah topik yang mendeskripsikan cara berperilaku seseorang yang terus menerus mencari data tentang barang yang (Adelia, 2020).

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dipakai untuk patokan dalam penelitian, maka dari itu peneliti diharapkan dapat meningkatkan teori guna pengkajian penelitian. Dengan adanya penelitian terdahulu sehingga bisa digunakan untuk referensi guna menambah bahan analisis penelitian. Dibawah ini terdapat penelitian terdahulu berupa jurnal yang sesuai pada penelitian:

Tabel 2.1 Ringkasan Jurnal Penelitian

NO	Nama Peneliti/Tahun/Sampel/Variabel	Kesimpulan Penelitian	Saran Penelitian
1.	Nama : Mega Selvia, Altje L. Tumbel, Woran Djemly Tahun : 2022 Sampel : 94 responden Variabel : Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian	Berdasarkan penelitian menyimpulkan untuk keputusan pembelian dipengaruhi secara signifikan oleh variabel kualitas produk dan harga	Penelitian ini diharapkan bisa digunakan untuk referensi peneliti selanjutnya. Hasil penelitian diharapkan tidak hanya

		<p>baik secara parsial maupun simultan. Hal ini menunjukkan harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian</p>	<p>menggunakan metode survey dengan menggunakan kuesioner, peneliti bisa menggunakan metode dengan melakukan survey atau wawancara langsung kepada responden, sehingga kesimpulan yang diambil tidak hanya berdasarkan data yang dikumpulkan melalui instrumen tertulis dan untuk peneliti selanjutnya untuk meneliti variabel lain untuk mengidentifikasi faktor lain yang mempengaruhi keputusan tentang apa yang akan dibeli.</p>
2.	<p>Nama : Reza Widodo, Ana Noor Andriana Tahun : 2022 Sampel : 91 responden Variabel : Kualitas produk, Harga, Keputusan Pembelian</p>	<p>Berdasarkan hasil penelitian menjelaskan harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan</p>	<p>Saran bagi peneliti selanjutnya guna menambahkan variabel lain.</p>

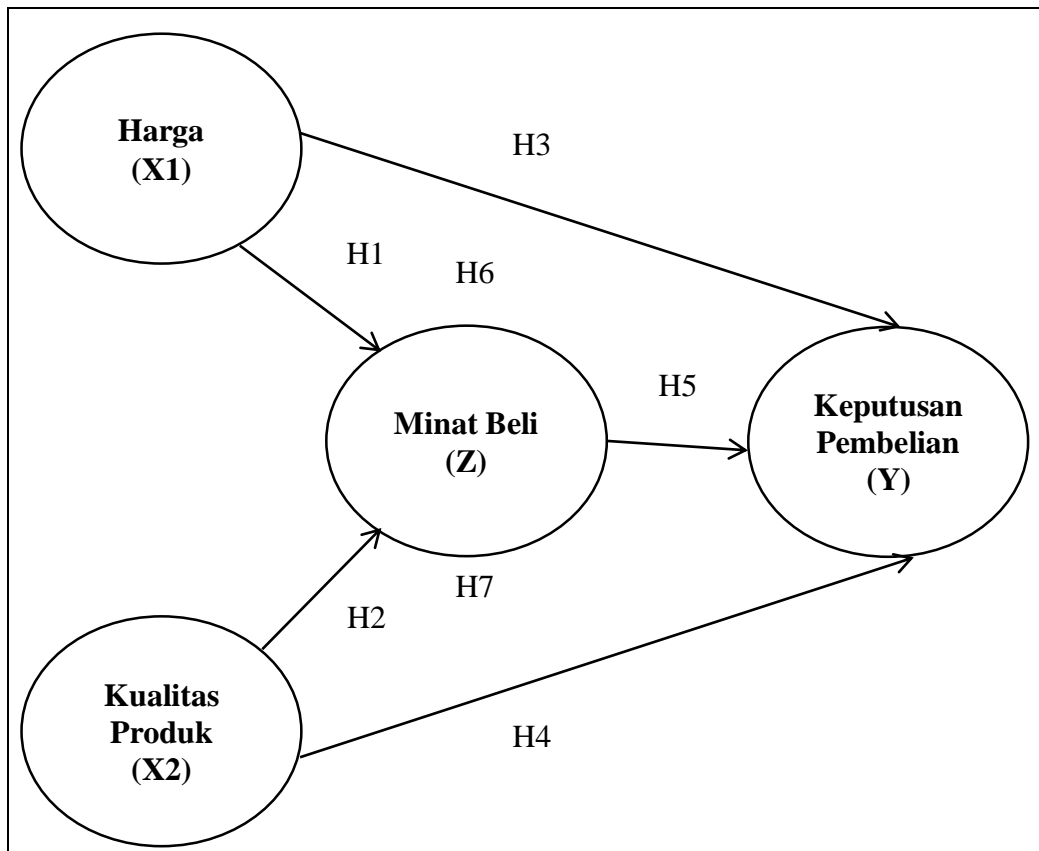
		pembelian, sedangkan harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian serta kualitas produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.	
3.	Nama : Satria Mulia Chaerudin, Afriapoll Syafarudin Tahun : 2021 Sampel : 141 responden Variabel : <i>Product Quality, Service Quality, Price, Product Purchasing Decisions, Consumer Satisfaction</i>	Berdasarkan hasil penelitian menjelaskan bahwa <i>product quality</i> , <i>service quality and price</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian	Saran bagi peneliti selanjutnya Diharapkan bagi peneliti yang akan meneliti lebih lanjut pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah atau mengembangkan variabel lain sebagai acuan penelitian pada tahap penelitian berikutnya.
4.	Nama : Robby Gunawan Tahun : 2021 Sampel : 100 responden Variabel : Harga, Kualitas Produk, Minat Beli	Berdasarkan hasil penelitian bahwa menunjukkan bahwa pengaruh kualitas produk terhadap minat beli signifikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh harga terhadap minat beli signifikan.	Saran untuk peneliti selanjutnya agar populasi dan sampel diharap lebih luas dan diharapkan dapat meningkatkan variabel lain sebagai variabel bebas.

5.	Nama : Amita Sari, Tonich Uda, Rinto Alexandro, Sri Rohaetin, Fendy Hariatama Tahun : 2022 Sampel : 96 responden Variabel : Harga, Kualitas Produk, Minat Beli	Berlandaskan hasil penelitian menjelaskan bahwa harga berpengaruh secara signifikan, kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli.	Saran untuk peneliti selanjutnya untuk melibatkan variabel tambahan belum diteliti pada penelitian ini.
6.	Nama : Hari Yusnan Affandi, Dini Anggraini Tahun : 2021 Sampel : 72 responden Variabel : Desain produk, kualitas produk, harga, keputusan pembelian	Berdasarkan hasil penelitian menjelaskan bahwa desain produk, kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian	Saran bagi peneliti selanjutnya untuk menambahkan variabel lain dan menambah jumlah responden

2.3 Kerangka Berpikir

Berlandaskan beberapa sub bab yang telah dijelaskan diatas terakit penelitian berikut, maka peneliti menggambarkan kerangka berpikir sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir



2.4 Hipotesis Penelitian

a. Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli

Hipotesis dari variabel ini adalah harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Ini dapat diartikan bahwa penetapan harga suatu produk dapat berdampak pada minat beli pada konsumen. Hipotesis ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh (Gunawan, 2021) menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli. Pada penelitian lain yang dilakukan oleh (Heru Noor Rokhmawati, 2022) menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Hal

tersebut memberikan bukti bahwa harga yang dinilai baik dapat meningkatkan minat beli.

H1 : Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli

b. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli

Hipotesis dari variabel ini adalah kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Artinya, kualitas dalam suatu produk dapat mempengaruhi minat beli konsumen. Hipotesis ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh (Gunawan, 2021) menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli. Penelitian lain juga dilakukan oleh (Nurmin Arianto, 2020) yang menyatakan bahwa kualitas produk terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli. Yang artinya bahwa kualitas produk yang semakin baik, maka dapat meningkatkan minat beli.

H2 : Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli

c. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Hipotesis dari variabel ini adalah harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian . Dalam hal ini berarti bahwa penetapan harga suatu produk berdampak pada keputusan pembelian pada konsumen. Hipotesis ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh (Taufiq, 2022) yang menyimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu, hipotesis ini juga diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hendratmoko, 2022) yang

menyatakan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut memberikan bukti bahwa harga semakin baik maka dapat meningkatkan keputusan pembelian

H3 : Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian

d. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Hipotesis dari variabel ini adalah kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dalam hal ini berarti kualitas suatu produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Hipotesis ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh (Prasetyo, 2022) yang menyimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Pada penelitian lain yang dilakukan oleh (Huwaidy, 2022) yang menyimpulkan bahwa berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya, kualitas produk yang baik dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

H4 : Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian

e. Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian

Hipotesis dari variabel ini adalah minat beli memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Ini artinya minat beli yang telah dilakukan berpengaruh baik dan membuat konsumen untuk melakukan suatu keputusan pembelian. Hipotesis ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh (Muhammad Hanapi, 2017) yang menyatakan bahwa adanya

pengaruh positif dan signifikan variabel minat beli terhadap keputusan pembelian. Hipotesis ini juga diperkuat penelitian yang dilakukan oleh (Ayu Paramita, 2022) yang menyimpulkan bahwa minat beli berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

H5 : Minat Beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian

f. Minat Beli Memediasi Pengaruh Variabel Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Hipotesis dari variabel ini adalah minat beli memediasi pengaruh harga terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Dita Feby Puspita, 2022) yang memberikan hasil bahwa minat beli memediasi pengaruh harga terhadap keputusan pembelian. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh (Baariq Ayumi, 2021) yang menyatakan bahwa minat beli memediasi pengaruh harga terhadap keputusan pembelian dengan pengaruh positif dan signifikan.

H6 : Minat Beli memediasi pengaruh variabel Harga terhadap Keputusan Pembelian

g. Minat Beli Memediasi Pengaruh Variabel Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Hipotesis dari variabel ini adalah minat beli memediasi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Hipotesis ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh (Yunovirul, 2022) yang menyimpulkan bahwa minat beli memediasi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian

dengan pengaruh signifikan. Penelitian lain yang dilakukan oleh (Ayu Paramita H. A., 2022) menyatakan bahwa minat beli memediasi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan pengaruh positif dan signifikan.

H7 : Minat Beli memediasi pengaruh variabel Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilaksanakan pada wilayah Kecamatan Gondangrejo, Kabupaten Karanganyar. Waktu penelitian ini dimulai sejak Oktober 2022 sampai selesai.

3.2 Jenis Penelitian

Metode penelitian berikut merupakan penelitian kuantitatif. (Sugiyono, 2018) mendefinisikan metode penelitian kuantitatif adalah metode yang dilakukan dengan melakukan tes pada hasil penelitian, kemudian dinyatakan dengan data numerikal berbentuk angka yang diperoleh dari hasil analisis statistik.

Survei melalui kuesioner yang menjadi alat guna mengumpulkan data. Cara pengumpulan data berupa rincian pertanyaan diatur dengan sistematis guna diisi responden disebut kuesioner (Rahmadi, 2011). Kuesioner memiliki beberapa komponen yaitu petunjuk pengisian bagian identitas responden (nama, no.handphone, usia, pekerjaan, alamat, dan lainnya), dan daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi yaitu wilayah umum yang obyek atau subyek yang memiliki kuantitas serta beberapa klasifikasi yang ditengukan oleh peneliti guna diteliti serta selanjutnya akan diambil kesimpulannya (Eddy Roflin, 2021). Target

populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kecamatan Gondangrejo yang menggunakan sepeda motor Honda Beat dan berusia 17 tahun keatas yang tidak diketahui jumlah populasinya.

3.3.2 Sampel

Menurut (Sugiyono, 2013) sampel adalah komponen dari jumlah dan ciri populasi. Dalam menentukan jumlah sampel, peneliti akan melakukan pengujian yaitu masyarakat Kecamatan Gondangrejo yang menggunakan honda Beat. Dalam penelitian ini peneliti tidak mengetahui berapa jumlah populasi yang diteliti, sehingga untuk itu rumus yang dibutuhkan untuk mengetahui ukuran sampel dalam penelitian ialah menggunakan rumus *Lemeshow*, sebagai berikut (Aspizain Caniago, 2022):

$$n = \frac{Za^2 \times P \times Q}{d^2}$$

Keterangan

n = Jumlah sampel minimal yang diperlukan

z = Nilai standar dari distribusi sesuai nilai

5% = (1,96)

P = *Prevalensi outcome*, karena data belum didapat maka dipakai 50%

Q = 1-P

d = Tingkat ketelitian 10%

Berlandaskan rumus tersebut, maka diperoleh penghitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{Za^2 \times P \times Q}{d^2}$$

$$= \frac{96^2 \times 0.5 \times 0.5}{4 (0,10^2)}$$

$$= 96.04$$

Sampel penelitian ini terdiri dari 96 responden (n=96). Dalam memudahkan penelitian, maka peneliti mengambil sampel sebanyak 100 dari 96 dibulatkan menjadi 100.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel melalui pendekatan *nonprobability sampling* jenis *purposive sampling*. Menurut (Fauzy, 2019) *purposive sampling* adalah pengambilan sampel dengan kriteria sampel yang ditentukan. Pengambilan sampel tersebut dilaksanakan dengan sengaja melalui jalan memperoleh beberapa sampel yang memiliki syarat, ciri, kriteria maupun sifat khusus. Terdapat kualifikasi pada populasi dalam penelitian ini yaitu:

- a. Berusia 17 tahun ke atas
- b. Berdomisili di Kecamatan Gondangrejo
- c. Pengguna Sepeda Motor Honda Beat.

3.5 Jenis Data dan Sumber Data

Pengumpulan data pada penelitian berikut melalui data seperti dibawah:

3.5.1 Data Primer

Data primer menurut (Sugiyono, 2015) adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini penulis mendapatkan data primer dari lapangan yaitu hasil pengisian kuesioner oleh responden. Untuk mendapatkan data tersebut akan dibagikan kuesioner kepada pengguna sepeda motor honda beat di Kecamatan Gondangrejo.

3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder menurut (Sugiyono, 2015) adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa jurnal dan buku.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian berikut melalui Kuesioner. (Sugiyono, 2017) mendefinisikan kuesioner adalah cara pengumpulan data melalui sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis guna dijawab responden. Guna menganalisis hasil dari penyebaran kuesioner, dipakainya data interval melalui Skala Likert.

Tabel 3.1 Skala Likert

Keterangan	Skor Penilaian
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

3.7 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

3.7.1 Variabel Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2017) menyatakan bahwa variabel adalah segala sesuatu yang didefinisikan peneliti guna dipahami untuk mengumpulkan data terkait informasi variabel serta nantinya dapat diambil kesimpulan. Variabel dalam penelitian ini adalah variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen)

a. Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab timbulnya atau berubahnya variabel dependen (variabel terikat) (Chomatul Fajri, 2022). Variabel independen disebut juga variabel bebas. Terdapat dua variabel independen dalam penelitian ini adalah, Harga (X1), dan Kualitas Produk (X2).

b. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen atau yang dihasilkan darinya (Chomatul Fajri, 2022). Variabel dependen disebut juga variabel terikat. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y).

c. Variabel Intervening (Mediasi)

Variabel yang bersifat menjadi perantara (mediasi) dari hubungan variabel independen ke variabel dependen (Robbani, 2021). Penelitian ini variabel mediasi nya adalah Minat Beli (Z)

3.7.2 Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional Variabel adalah penjabaran dari variabel yang ditentukan oleh peneliti. Definisi operasional variabel yang dipakai pada penelitian berikut, adalah :

Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel

NO	Variabel	Pengertian	Indikator
1.	Harga	Harga didefinisikan sejumlah uang yang dikeluarkan pada barang maupun total nominal yang diganti oleh pelanggan	-Harga yang terjangkau -Harga serta kualitas sesuai

		dengan manfaat produk (Sutra, 2021).	-Kesesuaian harga dengan manfaat. -Daya saing harga (Syarifah, 2020).
2.	Kualitas Produk	Penafsiran konsumen pada manfaat maupun fitur barang disebut kualitas produk (Irawati, 2021).	-Keandalan (<i>reliability</i>) -Penampilan (<i>performance</i>) -Daya tahan produk (<i>durability</i>) -Kemampuan memberikan pelayanan (<i>serviceability</i>) (Inderwan, 2022).
3.	Keputusan Pembelian	Keputusan pembelian merupakan tahapan langkah keputusan pembelian dimana pelanggan melaksanakan transaksi jual beli (Lionarto, 2022).	- Produk pilihan -Merek pilihan. -Situasi saat pembelian -Penentuan saat pembelian (Yamin, 2020).
4.	Minat Beli	Minat beli adalah kemauan guna menerima barang, minat beli terjadi ketika konsumen telah dipengaruhi oleh mutu dan kualitas produk tersebut (Difa, 2020).	-Minat transaksional - Minat referensial -Minat preferensial -Minat eksploratif (Adelia, 2020)

3.8 Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.8.1 Deskripsi Responden

Deskripsi responden pada penelitian ini untuk memberikan gambaran atau pemaparan dari penelitian yang diperoleh dari penyebaran kuesioner dan data

ini merupakan hasil dari jawaban responden yang sudah mengisi kuesioner. Mendeskripsikan para responden berdasarkan nama, jenis kelamin, usia, alamat, pekerjaan, pendapatan.

3.8.2 Uji Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan dalam menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul. Statistik deskriptif adalah statistika yang digunakan dalam mendeskripsikan data menjadi informasi yang lebih jelas serta mudah dipahami yang memberikan gambaran mengenai penelitian (Ngafwa, 2018). Statistik deskriptif merupakan analisis statistik yang memberikan gambaran secara umum mengenai karakteristik dari masing-masing variabel penelitian yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), *maximum*, dan *minimum*.

3.8.3 Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas dipakai guna menghitung valid atau tidaknya kuesioner. Dibilang valid apabila pertanyaan bisa menjelaskan sesuatu yang diukur (Ghozali, 2018). Uji validitas diukur menggunakan *Pearson Correlation*. Adapun kriteria penilaian uji validitas adalah :

- 1) Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, maka item kuisisioner tersebut valid.
- 2) Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, maka item kuisisioner tersebut tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan

reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2018). Dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas jika nilai *Alpha cronbach's* $> 0,6$ maka kuesioner dinyatakan reliabel.

3.8.4 Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dipakai untuk melihat variabel residual terdistribusi normal atau tidak. Sama halnya pada uji t dan uji f yang mengharuskan residu sesuai distribusi normal. Apabila pendapat ini tidak dilakukan, maka sampel yang minim tidak berlaku pada uji statistik. Terdapat dua langkah guna mengetahui berdistribusi normal atau tidaknya nilai residu, yakni melalui uji statistik serta analisis grafik (Ghozali, 2018). Jika nilai signifikansi menunjukkan angka $> 0,05$ maka data yang sedang diuji terdistribusi secara normal. Jika nilai signifikansi menunjukkan angka $< 0,05$ maka dikatakan data tidak terdistribusi secara normal.

b. Uji Heteroskedastistas

Uji Heteroskedastisitas adalah menguji pada model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual pengamatan pertama ke pengamatan lainnya. Apabila pengamatan pertama ke pengamatan lain tetap sehingga dikatakan Homoskedastisitas. Apabila beda disebut Heteroskedastisitas (Ghozali, 2018). Dalam penelitian ini menggunakan cara uji Glejser dilakukan dengan cara meregresikan antar variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Apabila nilai signifikansi $> 0,05$ maka data tidak terjadi

heteroskedastisitas. Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka data terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ialah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antar variabel independen. Pada model regresi linear yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Jika dalam model regresi terdapat korelasi atau hubungan yang tinggi mengakibatkan variabel independen dan dependen terganggu. Terdapat beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas pada model regresi linear berganda dengan melihat nilai tolerance dan VIF. Regresi bebas dari multikolinearitas jika besar nilai VIF < 10 dan nilai tolerance $> 0,10$. Dalam penelitian ini akan mencoba mempraktekkan pengujian multikolinearitas dengan melihat nilai tolerance dan VIF pada program SPSS (Ghozali, 2018).

3.8.5 Uji Ketetapan Model

a. Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Uji ini pada dasarnya berfungsi guna menentukan sejauh mana model dapat menjelaskan variabel dependen (Ghozali, 2014). Angka R^2 yang sedikit artinya bahwa variabel bebas hanya dapat mendeskripsikan sebagian variabel terikat. Kebalikannya, angka R^2 yang hampir satu menunjukkan bahwa variabel bebas menyediakan mungkin seluruh data yang diperlukan pada variabel terikat.

b. Uji F

Uji f dipakai guna melihat nilai signifikansi pengaruh variabel bebas secara simultan pada variabel terikat. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ sehingga H_0 diterima dan

H1 ditolak, sehingga dijelaskan bahwa variabel independen secara simultan dibidang tidak suatu variabel penjelas yang signifikan. Jika seluruh variabel bebas bersama-sama berpengaruh pada variabel terikat, jadi model dibidang layak. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, maka diambil kesimpulan ada pengaruh secara bersama-sama adalah definisi signifikan terhadap variabel terikat (Ghazali, 2014).

3.8.6 Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi Berganda adalah metode analisis yang terdiri lebih dari dua variabel yaitu dua/lebih variabel independen dan satu variabel dependen (Sahir, 2021). Tujuan nya untuk memperkirakan rata-rata populasi juga dikenal sebagai nilai rata-rata variabel dependen berlandaskan nilai variabel independen yang diketahui. Koefisien adalah keluaran dari analisis regresi untuk setiap variabel independen (Fanitawati, 2020).

Berikut rumus persamaan Regresi Berganda yang pertama:

$$Z = a_1 + b_1X_1 + b_2X_2 + e_1$$

Keterangan :

Z = Minat beli

a_1 = Konstanta

b = Koefisien regresi variabel

X_1 = Harga

X_2 = Kualitas produk

e_1 = Error

Sedangkan rumus yang digunakan untuk menguji variabel intervening adalah sebagai berikut:

$$Y = a_2 + b_1X_1 + b_2X_2 + bZ + e_2$$

Dimana :

Y = Keputusan pembelian

a_2 = Konstanta

b = Koefisien regresi variabel

X_1 = Harga

X_2 = Kualitas produk

Z = Minat beli

e_2 = Error

3.8.7 Uji T

Uji T memiliki fungsi guna setiap variabel independen pada variabel dependen dengan signifikan. Jika skor signifikansi $< 0,05$ jadi hipotesis diterima, dalam artian terdapat hubungan antar variabel. Uji t menunjukkan besarnya pengaruh antar variabel (Ghazali, 2014).

3.8.8 Analisis Jalur/*Path Analysis Path Analysis*

Analisis jalur atau *path analysis* dilaksanakan agar melihat bagaimana akibat dari variabel intervening (mediasi). Pada umumnya analisis jalur belum dapat menjadi penentu atas hubungan sebab akibat, serta belum dapat digunakan sebagai pengganti guna peneliti dalam mendeskripsikan hubungan sebab akibat antar variabel. Kaitan kausalitas antar variabel telah diputuskan sesuai dengan tipe dalam landasan teori. Fungsi dari analisis jalur yakni berperan

pada pemutusan rantai hubungan antara tiga variabel atau lebih tetapi belum dapat menjadi pedoman dalam mengambil keputusan hipotesis kausalitas imajine (Ghazali, 2014).

Persamaan regresi pada analisis jalur (path analysis) pada penelitian berikut yakni:

- a. $Z = a_1 + b_1X_1 + b_2X_2 + e_1$
- b. $Y = a_2 + b_1X_1 + b_2X_2 + bZ + e_2$

3.8.9 Uji Sobel

Uji sobel guna mengetahui signifikan atau tidaknya pada pengaruh mediasi. Dari analisis jalur ditemukan koefisien yang menjelaskan pengaruh tidak langsung serta langsung dari variabel yang diteliti. Sedangkan pengaruh langsung dapat dilihat melalui koefisien di SPSS. Besarnya pengaruh langsung ditunjukkan dalam SPSS sebagai jumlah koefisien keluaran, sementara itu pengaruh tidak langsung dikalkulasi dengan mengkalikan koefisien (Ghozali, 2018).

Uji sobel bisa dilaksanakan ketika diuji seberapa kuat pengaruh tidak langsung variabel X_1 dan X_2 ke Y melalui Z . Perhitungan dalam pengujian sobel melalui rumus berikut:

$$sab = \sqrt{b^2sa^2 + a^2sb^2 + sa^2sb^2}$$

Dalam pengujian signifikansi pengaruh tak langsung, bisa dilaksanakan melalui perhitungan angka ttabel pada koefisien melalui rumus:

$$t = \frac{ab}{sab}$$

kemudian dilakukan perbandingan thitung dan ttabel. Apabila thitung > ttabel artinya ada pengaruh mediasi.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Penelitian

Populasi penelitian disini yakni warga Kecamatan Gondangrejo pengguna Sepeda Motor Honda Beat. Wilayah Kecamatan Gondangrejo meliputi Desa Plesungan, Bulurejo, Dayu, Jatikuwung, Jeruk Sawit, Karangturi, Kragan, Krendowahono, Rejosari, Selokaton, Tuban, Wonorejo, Wonosari kriteria masyarakat yaitu berdomisili di Kecamatan Gondangrejo, berusia 17 tahun ke atas serta pengguna Sepeda Motor Honda Beat.

Pengumpulan informasi pada penelitian memakai kuesioner. Kuesioner diedarkan melalui google formulir untuk dijawab responden pengguna sepeda motor Honda Beat. Informasi yang sudah didapatkan tadi akan dianalisis berdasar: Nama, Jenis Kelamin, Usia, Alamat, Pekerjaan, Pendapatan, dan apakah tertarik untuk melakukan pembelian sepeda motor honda beat. Pembagian kualifikasi tadi berguna dalam melihat deskripsi umum responden.

Responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden namun kuesioner telah terisi 140 responden. Untuk seluruh data yang dipakai pada penelitian berikut setelah diuji dikatakan valid, sehingga data digunakan semua. Kemudian, data kuesioner di proses dengan aplikasi IBM SPSS 23.

Data diolah untuk dilakukan beberapa uji yaitu : uji statistik deskriptif, uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, uji ketepatan model, analisis regresi linier berganda, analisis jalur, dan uji sobel maka dapat disimpulkan mengenai

pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel mediasi pada sepeda motor honda beat.

4.2 Profil Sepeda Motor Honda Beat

Gambar 4.1 Sepeda Motor Honda Beat



Honda Beat merupakan skuter otomatis yang diproduksi oleh Astra Honda Motor di Indonesia. Skuter ini yang dikeluarkan sejak tahun 2008 ini dijelaskan sebagai pasar sepeda motor Honda di Indonesia. Honda Beat Karbu (2008-2012), pada tanggal 6 Juni 2008, Astra Honda Motor mengeluarkan Honda Beat generasi kesatu. Honda Beat PGM-FI (2012-2015), pada tanggal 11 Oktober 2012, Astra Honda Motor mengeluarkan Honda Beat PGM-FI generasi kedua. Honda Beat PGM-FI (2015-2016) dan Honda Beat Pop eSP (2015-2019), pada tanggal 11 Desember 2014, Astra Honda Motor mengeluarkan Honda Beat PGM-FI generasi kedua. Honda Beat Esp dan Honda Beat Street Esp (2016-2020), pada tanggal 13 Agustus 2016, Astra Honda Motor meluncurkan versi terbaru dari Honda Beat generasi ketiga. Honda New Beat

dan Honda Beat Street (2020-sekarang), pada tanggal 16 Januari 2020, Astra Honda Motor meluncurkan versi terbaru dari Honda Beat dan Honda Beat Street generasi keempat.

4.3 Pengujian dan Hasil Analisis Data

4.3.1 Deskripsi Responden

a. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Klasifikasi responden berdasarkan jenis kelamin dibagi sebagai berikut:

Tabel 4.1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Perempuan	105	75%
Laki-Laki	35	25%
Total	140	100%

Sumber: Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.1 diatas, dapat diketahui Responden yang berpartisipasi pada penelitian berikut ialah orang-orang yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 105 responden sementara dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 35 responden. Pada karakteristik jenis kelamin, responden mayoritas perempuan.

b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia bisa dikelompokkan sebagai berikut:

Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
17-22 Tahun	112	80%
23-28 Tahun	22	15,70%
>30 Tahun	6	4,30%
Total	140	100%

Sumber: Data Diolah, 2023

Dari hasil diatas, bisa dilihat responden yang berpartisipasi paling banyak ialah responden dengan usia 17-22 tahun berjumlah 112 orang. Responden yang berumur 23-28 tahun sejumlah 22 responden. Sedangkan usia >30 tahun sebanyak 6 orang. Untuk golongan ini, responden mayoritas dengan umur 17-22 tahun.

c. Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili

Klasifikasi responden berlandaskan domisili dibagi dibawah ini:

Tabel 4.3 Jumlah Responden Berlandaskan Domisili

Domisili	Frekuensi	Persentase
Plesungan	13	9,3%
Bulurejo	16	11,4%
Dayu	10	7,1%
Jatikuwung	9	6,4%
Jeruk Sawit	12	8,6%
Karangturi	8	5,7%
Kragan	9	6,4%
Krendowahono	6	4,3%
Rejosari	8	5,7%
Selokaton	14	10%
Tuban	10	7,1%
Wonorejo	12	8,6%
Wonosari	13	9,3%
Total	140	100%

Sumber: Data Diolah, 2023

Berlandaskan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa responden paling banyak berdomisili di Bulurejo sebanyak 16 responden . Responden yang berdomisili di Selokaton sebanyak 14 responden. Responden yang berdomisili di Plesungan dan Wonosari sebanyak 13 responden. Sebanyak 12 responden berdomisili di Jeruk Sawit dan Wonorejo. Responden yang berdomisili di Dayu dan Tuban

sebanyak 10 responden. Responden yang berdomisili di Jatikuwung dan Kragan sebanyak 9 responden. Responden yang berdomisili di Karangturi dan Rejosari sebanyak 8 responden. Responden yang berdomisili di Krendowahono sebanyak 6 responden.

d. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dikelompokkan seperti dibawah ini:

Tabel 4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	74	52,9%
Wiraswasta	3	2,1%
Guru	2	1,4%
Karyawan	55	39,3%
Yang lain	6	4,3%
Total	140	100%

Sumber: Data Diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.4 bisa dilihat kebanyakan responden berstatus sebagai Pelajar/Mahasiswa sebesar 74 responden. Responden dengan status Karyawan sebesar 55 orang. Responden dengan status Wiraswasta sejumlah 3 orang. Responden yang berstatus sebagai Guru sebanyak 2 responden dan untuk yang berstatus lainnya sebanyak 6 responden.

e. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan

Karakteristik responden berdasarkan pendapatan dikelompokkan pada tabel berikut:

Tabel 4.5 Jumlah Responden Berlandaskan Pendapatan

Pendapatan	Frekuensi	Persentase
< Rp 500.000	53	37,9%
Rp 500.000-Rp 1.000.000	41	29,3%
Rp 2.000.000-Rp 3.000.000	37	26,4%
> Rp 4.000.000	9	6,4%
Total	140	100%

Sumber: Data Diolah, 2023

Berlandaskan tabel 4.5 bisa dilihat responden terbanyak berpendapatan Kurang dari Rp 500.000. Responden berpendapatan Rp 500.00-Rp 1.000.000 sebanyak 41 responden. Responden berpendapatan Rp 2.000.000-Rp 3.000.000 sebanyak 37 responden dan sisanya berpendapatan Lebih dari Rp 4.000.000 sebanyak 9 responden.

4.3.2 Uji Statistik Deskriptif

Hasil penelitian analisis statistik deskriptif dari masing-masing variabel dapat dilihat dalam tabel dibawah ini:

a. Uji Statistik Deskriptif Variabel Harga

Variabel harga meliputi 4 indikator, pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner telah dijawab 140 responden. Hasil dari penilaian 140 responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.6 Uji Statistik Deskriptif Harga

		Statistics				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	HargaX1
N	Valid	140	140	140	140	140
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4,22	4,31	4,24	4,32	17,09
Median		4,00	4,00	4,00	4,00	17,00
Mode		4	4	4	4	18
Std. Deviation		,576	,610	,630	,660	1,805
Minimum		3	3	3	2	12
Maximum		5	5	5	5	20
Sum		591	603	593	605	2392

Sumber: Data Diolah, 2023

Pada tabel diatas menyajikan nilai pengukuran dari variabel harga yang meliputi indikator-indikator X1.1, X1.2, X1.3, X1.4. Berdasarkan hasil pengukuran empat item pertanyaan mengenai variabel harga nilai yang paling banyak adalah nilai 4, sedangkan nilai paling rendah adalah 2. Rata-rata tertinggi dari keempat pertanyaan yang diberikan adalah 4,3 yaitu berada di indikator keempat, yang menyatakan bahwa “ Harga sepeda motor honda beat dapat bersaing dengan sepeda motor honda merek lain”. Standar Deviasi tertinggi adalah 0,660. Nilai mean > nilai standar deviasi yaitu $17,09 > 1,805$ dapat disimpulkan bahwa penyimpangan yang terjadi rendah maka penyebaran terjadi secara merata.

b. Uji Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk

Variabel kualitas produk meliputi 4 indikator, pertanyaan yang terdapat dalam kuisisioner telah dijawab 140 responden. Berikut hasil dari penilaian 140 responden:

Tabel 4.7 Uji Statistik Deskriptif Kualitas Produk

		Statistics				KualitasProduk
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	_X2
N	Valid	140	140	140	140	140
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4,19	4,35	4,29	4,39	17,21
Median		4,00	4,00	4,00	4,00	18,00
Mode		4	5	4	5	18
Std. Deviation		,663	,748	,723	,674	2,226
Minimum		3	2	2	1	10
Maximum		5	5	5	5	20
Sum		586	609	600	614	2409

Sumber: Data Diolah, 2023

Pada tabel diatas menyajikan nilai pengukuran dari variabel kualitas produk yang meliputi indikator-indikator X2.1, X2.2, X2.3, X2.4. Berdasarkan hasil pengukuran empat item pertanyaan mengenai variabel kualitas produk nilai yang paling banyak adalah nilai 4 dan 5, sedangkan nilai paling rendah adalah 2. Rata-rata tertinggi dari keempat pertanyaan yang diberikan adalah 4,39 yaitu berada di indikator keempat, yang menyatakan bahwa “Produk honda memiliki prosedur layanan service yang mudah”. Standar Deviasi tertinggi adalah 0,748. Nilai mean > nilai standar deviasi yaitu $17,21 > 2,226$ dapat disimpulkan bahwa penyimpangan yang terjadi rendah maka penyebaran terjadi secara merata.

c. Uji Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli

Variabel minat beli meliputi 4 indikator, pertanyaan yang terdapat dalam kuisisioner telah dijawab 140 responden. Berikut hasil dari penilaian 140 responden:

Tabel 4.8 Uji Statistik Deskriptif Minat Beli

		Statistics				MinatBeli_
		Z1	Z2	Z3	Z4	Z
N	Valid	140	140	140	140	140
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4,10	4,26	4,08	4,29	16,73
Median		4,00	4,00	4,00	4,00	17,00
Mode		4	4	4	4	18
Std. Deviation		,742	,642	,679	,713	2,313
Minimum		2	3	2	2	10
Maximum		5	5	5	5	20
Sum		574	597	571	600	2342

Sumber: Data Diolah, 2023

Pada tabel diatas menyajikan nilai pengukuran dari variabel minat beli yang meliputi indikator-indikator Z1, Z2, Z3, Z4. Berdasarkan hasil pengukuran empat item pertanyaan mengenai variabel kualitas produk nilai yang paling banyak adalah nilai 4, sedangkan nilai paling rendah adalah 2. Rata-rata tertinggi dari keempat pertanyaan yang diberikan adalah 4,39 yaitu berada di indikator keempat, yang menyatakan bahwa “Saya mencari informasi mengenai sepeda motor honda beat melalui berbagai sumber media”. Standar Deviasi tertinggi adalah 0,742. Nilai mean > nilai standar deviasi yaitu $16,73 > 2,313$ dapat disimpulkan bahwa penyimpangan yang terjadi rendah maka penyebaran terjadi secara merata.

d. Uji Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian

Variabel keputusan pembelian meliputi 4 indikator, pertanyaan yang terdapat dalam kuisisioner telah dijawab 140 responden. Berikut hasil dari penilaian 140 responden:

Tabel 4.9 Uji Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian

		Statistics				Keputusan Pembelian
		Y1	Y2	Y3	Y4	_Y
N	Valid	140	140	140	140	140
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4,11	4,08	4,36	4,26	16,81
Median		4,00	4,00	4,00	4,00	17,00
Mode		4	4	5	4	18
Std. Deviation		,717	,750	,670	,661	2,189
Minimum		2	1	2	3	9
Maximum		5	5	5	5	20
Sum		575	571	611	596	2353

Sumber: Data Diolah, 2023

Pada tabel diatas menyajikan nilai pengukuran dari variabel keputusan pembelian yang meliputi indikator-indikator Y1, Y2, Y3, Y4. Berdasarkan hasil pengukuran empat item pertanyaan mengenai variabel keputusan pembelian nilai yang paling banyak adalah nilai 4, sedangkan nilai paling rendah adalah 2. Rata-rata tertinggi dari keempat pertanyaan yang diberikan adalah 4,3 yaitu berada di indikator ketiga, yang menyatakan bahwa “Saya mencari informasi sehubungan dengan produk honda beat sebelum membelinya”. Standar Deviasi tertinggi adalah 0,750. Nilai mean > nilai standar deviasi yaitu $16,81 > 2,189$ dapat disimpulkan bahwa penyimpangan yang terjadi rendah maka penyebaran terjadi secara merata.

4.3.3 Uji Instrumen

Uji instrumen digunakan untuk menguji apakah data yang dipakai akurat serta bisa dipertanggung jawabkan. Dalam penelitian ini, uji instrumen meliputi uji validitas dan uji reliabilitas.

a. Uji Validitas

Uji validitas dipakai guna menghitung valid atau tidaknya kuesioner. Dibilang valid apabila pertanyaannya bisa menjelaskan sesuatu yang diukur (Ghozali, 2018). Uji validitas dilaksanakan pada kuesioner harga, kualitas produk, keputusan pembelian dan minat beli. Setiap item pertanyaan dibilang valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$. Perhitungan r_{tabel} pada sampel 140 ditemukan skor $df (n-2)$ ialah 138. Teknik yang digunakan adalah nilai r_{tabel} pada signifikansi 0,05 menggunakan uji 2 sisi maka diperoleh nilai r_{tabel} sebanyak 0,1660. Dibawah ini adalah hasil uji validitas:

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Harga

Variabel	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Harga	X1.1	0,736	0,1660	Valid
	X1.2	0,740	0,1660	Valid
	X1.3	0,747	0,1660	Valid
	X1.4	0,695	0,1660	Valid

Sumber: Data Diolah, 2023

Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk

Variabel	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Kualitas Produk	X2.1	0,736	0,1660	Valid
	X2.2	0,740	0,1660	Valid
	X2.3	0,747	0,1660	Valid
	X2.4	0,695	0,1660	Valid

Sumber: Data Diolah, 2023

Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian

Variabel	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Keputusan Pembelian	Y1	0,802	0,1660	Valid
	Y2	0,847	0,1660	Valid
	Y3	0,720	0,1660	Valid
	Y4	0,751	0,1660	Valid

Sumber: Data Diolah, 2023

Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Minat beli

Variabel	Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Minat Beli	Z1	0,866	0,1660	Valid
	Z2	0,839	0,1660	Valid
	Z3	0,829	0,1660	Valid
	Z4	0,798	0,1660	Valid

Sumber: Data Diolah, 2023

Melihat hasil uji validitas tadi, bisa diketahui setiap pertanyaan pada variabel harga, kualitas produk, keputusan pembelian, serta minat beli menghasilkan r hitung $>$ r tabel (0,1660), maka untuk setiap unsur pertanyaan dari 4 variabel ialah valid.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2018). Dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas jika nilai *Alpha cronbach's* $>$ 0,6 maka kuesioner dinyatakan reliabel (Ghozali, 2018). Berikut ini tabel pengujian reliabilitas dari masing-masing variabel.

Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Standar Reliabel</i>	Keterangan
Harga	0,704	0,6	Reliabel
Kualitas Produk	0,802	0,6	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,852	0,6	Reliabel
Minat Beli	0,787	0,6	Reliabel

Sumber: Data Diolah, 2023

Dapat dilihat tabel 4.1 untuk setiap variabel mempunyai nilai *cronbach's alpha* $> 0,6$, maka kesimpulannya untuk semua persoalan dari variabel dikatakan reliabel.

4.3.4 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik (Ghozali, 2018). Dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas adalah suatu variabel dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi $> 0,05$. Dasar dari pengujiannya dapat dilakukan dengan uji kolmogorov smirnov sebagai berikut:

Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas Persamaan 1
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			140
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		,0000000
	Std. Deviation		1,39889896
Most Extreme Differences	Absolute		,100
	Positive		,061
	Negative		-,100
Test Statistic			,100
Asymp. Sig. (2-tailed)			,002 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		,112 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,104
		Upper Bound	,120

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- c. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Berlandaskan dengan uji *kolmogorov smirnov* dapat ditarik kesimpulan untuk angka signifikansi *Monte Carlo Sig. (2-tailed)* sebanyak 0,112. Hasil dari skor *Monte Carlo Sig. (2-tailed)* $> 0,05$ jadi nilai residual persamaan I telah berdistribusi normal.

Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas Persamaan II

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			140
Normal	Mean		,0000000
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation		,96293855
Most Extreme	Absolute		,092
Differences	Positive		,092
	Negative		-,081
Test Statistic			,092
Asymp. Sig. (2-tailed)			,006 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		,175 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,165
		Upper Bound	,185

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 299883525.

Berlandaskan dari pengujian *kolmogorov smirnov* bisa disimpulkan untuk nilai signifikansi *Monte Carlo Sig. (2-tailed)* sebanyak 0,175. Hasil dari nilai *Monte Carlo Sig. (2-tailed)* $> 0,05$ jadi nilai residual persamaan II sudah berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menentukan apakah model regresi menunjukkan ketidaksetaraan varian antara pengamatan dalam residual. Istilah “varian residual mengacu pada varian yang tersisa diantara residual pengamatan lain tetap maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas (Ghozali, 2018). Dalam penelitian ini menggunakan cara uji Glejser. Dasar pengambilan keputusan dengan uji glejser adalah jika nilai signifikansi $> 0,05$ jadi data bebas masalah heteroskedastisitas.

Tabel 4.17 Uji Heteroskedastisitas Persamaan I

Variabel	Nilai Sig	Keterangan
Harga	0,753	Bebas Masalah Heteroskedastisitas
Kualitas Produk	0,113	Bebas Masalah Heteroskedastisitas

Sumber: Data Diolah, 2023

Berlandaskan hasil uji data menunjukkan bahwa persamaan I nilai signifikan dari hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan nilai signifikansi $> 0,05$. Variabel harga menunjukkan $0,753 > 0,05$, variabel kualitas produk menunjukkan $0,113 > 0,05$. Jadi diambil kesimpulan untuk uji heteroskedastisitas persamaan I bebas masalah heteroskedastisitas terhadap variabel Z.

Tabel 4.18 Uji Heteroskedastisitas Persamaan II

Variabel	Nilai Sig	Keterangan
Harga	0,202	Bebas Masalah Heteroskedastisitas
Kualitas Produk	0,179	Bebas Masalah Heteroskedastisitas
Minat Beli	0,52	Bebas Masalah Heteroskedastisitas

Sumber: Data Diolah, 2023

Dari hasil uji data menunjukkan untuk persamaan II nilai signifikan dari hasil uji heteroskedastisitas memiliki nilai signifikansi $> 0,05$. Variabel harga menunjukkan $0,202 > 0,05$, variabel kualitas produk menunjukkan $0,179 > 0,05$, variabel minat beli menunjukkan $0,520 > 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa uji heteroskedastisitas persamaan II tidak terjadi heteroskedastisitas terhadap variabel Y.

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas ialah tes yang dipakai guna melihat hubungan dari variabel bebas. Pada model regresi linear yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Jika dalam model regresi terdapat korelasi atau hubungan yang tinggi mengakibatkan variabel independen dan dependen terganggu. Terdapat beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas pada model regresi linear berganda dengan melihat nilai tolerance dan VIF. Regresi bebas dari multikolinearitas jika besar nilai VIF < 10 dan nilai tolerance $> 0,10$. (Ghozali, 2018).

Tabel 4.19 Hasil Uji Multikolinearitas Persamaan I

Variabel	Nilai Tolerance	Nilai VIF	Keterangan
Harga	0,486	2,058	Bebas Masalah Multikolinearitas
Kualitas Produk	0,486	2,058	Bebas Masalah Multikolinearitas

Sumber: Data Diolah, 2023

Berlandaskan hasil uji diketahui untuk persamaan I variabel harga dan kualitas produk memiliki nilai Tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 , jadi diambil kesimpulan bebas masalah multikolinearitas terhadap variabel Z.

Tabel 4.20 Hasil Uji Multikolinearitas Persamaan II

Variabel	Nilai Tolerance	Nilai VIF	Keterangan
Harga	0,399	2, 508	Bebas Masalah Multikolinearitas
Kualitas Produk	0,382	2, 620	Bebas Masalah Multikolinearitas
Minat Beli	0,366	2, 734	Bebas Masalah Multikolinearitas

Sumber: Data Diolah, 2023

Berlandaskan tabel 4.20, bisa diketahui pada persamaan I variabel harga, kualitas produk dan minat beli mempunyai skor Tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 , maka dari itu dapat disimpulkan gejala multikolinearitas tidak ada terhadap variabel Y.

4.3.5 Uji Ketetapan Model

a. Uji Koefisien Determinasi (Uji Adjusted R^2)

Uji R Square umumnya digunakan dalam menentukan sejauh mana model dapat mendeskripsikan variabel terikat (Ghazali, 2014). Angka R^2 yang sedikit bermakna bahwa variabel bebas hanya dapat mendeskripsikan sebagian variabel terikat. Kebalikannya angka R^2 yang menuju satu menunjukkan bahwa variabel bebas menyediakan hampir seluruh data yang diperlukan oleh variabel terikat.

Tabel 4.21 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Persamaan I

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,796 ^a	,634	,629	1,40907

a. Predictors: (Constant), Kualitasproduk_X2, Harga_X1

Menurut uji koefisien determinasi pada persamaan I tadi bisa dianalisis nilai Adjusted R^2 sebanyak 0,629 atau 62,9%. Jadi variabel terikat bisa diterangkan oleh variabel sebesar 0,629 atau 62,9%, sedangkan 37,1% sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Tabel 4.22 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) Persamaan II

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,898 ^a	,806	,802	,97350

a. Predictors: (Constant), MinatBeli_Z, Harga_X1, KualitasProduk_X2

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada persamaan II yang disajikan pada tabel diatas, jadi dapat disimpulkan bahwa nilai Adjusted R^2 sebesar 0,802 atau 80,2%. Jadi variabel terikat bisa diterangkan oleh variabel sebesar 0,802 atau 80,2%, sedangkan 19,8 % diterangkan variabel lain yang belum ada penelitian.

b. Uji F

Uji f dipakai guna melihat nilai signifikansi pengaruh variabel bebas secara simultan pada variabel terikat. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ sehingga H_0 diterima dan H_1 ditolak, yang artinya ada pengaruh. Apabila seluruh variabel bebas bersama-sama berpengaruh pada variabel terikat, jadi model dikatakan layak. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini menjelaskan bahwa terdapat pengaruh secara simultan atau dengan kata lain variabel

independen secara simultan adalah definisi signifikansi pada variabel dependen (Ghazali, 2014).

Tabel 4.23 Hasil Uji F Persamaan 1

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	471,674	2	235,837	118,780	,000 ^b
	Residual	272,012	137	1,985		
	Total	743,686	139			

a. Dependent Variable: MinatBeli_Z

c. Predictors: (Constant), KualitasProduk_X2, Harga_X1

Dari tabel 4.23 bisa dilihat skor Fhitung sebesar 118,780 dengan angka signifikansi sebesar 0,000. Nilai Fhitung selanjutnya diperbandingkan dengan nilai Ftabel. Skor Ftabel diperoleh dari df1 serta df2 dengan tingkat signifikansi 0,05. Yang berarti Df1 diartikan total variabel bebas ialah 2 namun df2 yaitu nilai residual dari model (n-k-1) yakni 137 dimana (n) merupakan total responden serta (k) merupakan total variabel bebas. Skor Ftabel didapat sebanyak 3,06, maka dari itu dianalisis skor Fhitung > Ftabel (118,780 > 3,06). Sehingga hal tersebut menjelaskan H0 ditolak dan H1 diterima yang berarti harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian serta model dikatakan layak.

Tabel 4.24 Hasil Uji F Persamaan II

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	536,905	3	178,968	188,844	,000 ^b
	Residual	128,888	136	,948		
	Total	665,793	139			

a. Dependent Variable: KeputusanPembelian_Y

- b. Predictors: (Constant), MinatBeli_Z, Harga_X1, KualitasProduk_X2

Hasil uji menunjukkan nilai Fhitung sebanyak 188,844 dengan nilai signifikansi sebanyak 0,000. Kemudian skor Fhitung disejajarkan dengan skor Ftabel. Skor Ftabel didapat dari df1 dan df2 dengan tingkat signifikansi 0,05. Yang berarti total Df1 ialah 3 dan df2 ialah 136. Skor Ftabel didapat sebanyak 2,67, maka dari itu dianalisis skor Fhitung > Ftabel (188,844 > 2,67). Maka dari itu H0 ditolak sedangkan H1 diterima yang berarti harga, kualitas produk dan minat beli memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan model dikatakan layak.

4.3.6 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah metode yang terdiri dari variabel independen yang lebih dari dua serta variabel dependennya hanya (Sahir, 2021). Tujuannya untuk memperkirakan rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel terikat berlandaskan nilai variabel bebas yang diketahui. Dari hasil analisis regresi dihasilkan koefisien guna setiap variabel bebas (Fanitawati, 2020). Pada penelitian berikut memakai dua persamaan regresi.

Dibawah ini merupakan tabel persamaan I:

Tabel 4.25 Hasil Uji Regresi Linier Persamaan I

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,263	1,149		-,229	,819
	Harga_X1	,520	,095	,406	5,476	,000

KualitasProduk _X2	,471	,077	,453	6,118	,000
-----------------------	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: MinatBeli_Z

Melalui tabel diatas bisa ditemukan model regresi seperti dibawah ini:

$$Z = a_1 + bX_1 + bX_2 + e$$

$$MB = -0,263 + 0,520 H + 0,471 KP$$

Selanjutnya analisis dari persamaan I diatas yaitu:

1. Konstanta sebanyak -0,263 mendeskripsikan jika variabel bebas berarti konstanta, sehingga variabel minat beli bisa turun sebanyak -0,263.
2. Koefisien regresi harga (X_1) sebanyak 0,520. Koefisien positif memiliki arti harga berpengaruh positif terhadap minat beli. Apabila variabel harga naik 1 satuan sehingga bisa menaikkan minat beli sebesar 0,520.
3. Koefisien regresi kualitas produk (X_2) sebanyak 0,471. Koefisien positif menjelaskan apabila variabel kualitas produk terhadap minat beli memiliki pengaruh positif. Menjelaskan apabila variabel kualitas produk naik 1 satuan sehingga bisa menaikkan minat beli sebanyak 0,471.

Tabel 4.26 Hasil Uji Regresi Linier Persamaan II

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	,375	,794		,472	,638
	Harga_X1	,183	,072	,151	2,528	,013
	KualitasProduk _X2	,252	,060	,256	4,195	,000

MinatBeli_Z	,536	,059	,567	9,085	,000
-------------	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: KeputusanPembelian_Y

Melalui tabel diatas bisa ditemukan model regresi seperti dibawah ini:

$$Y = a_1 + bX_1 + bX_2 + bZ + e$$

$$KP = 0,375 + 0,183 H + 0,252 KP + 0,536 MB$$

Dari persamaan II diatas maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Konstanta sebanyak 0,375 mendeskripsikan jika variabel bebas berarti konstan, sehingga variabel minat beli akan naik sebanyak 0,375.
2. Koefisien regresi harga (X_1) sebanyak 0,183. Koefisien positif menjelaskan bahwa harga terhadap keputusan pembelian memiliki pengaruh positif. Menjelaskan jika variabel harga naik 1 satuan sehingga menunjang keputusan pembelian sebanyak 0,183.
3. Koefisien regresi kualitas produk (X_2) sebanyak 0,252. Koefisien positif menjelaskan ada pengaruh positif kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Memaparkan apabila variabel kualitas produk meningkat 1 satuan bisa mendorong keputusan pembelian sebesar 0,252.
4. Koefisien regresi minat beli (Z) sebanyak 0,536. Koefisien positif menjelaskan bahwasanya minat beli terhadap keputusan pembelian memiliki pengaruh positif. Menunjukkan jika variabel minat beli meningkat 1 satuan jadi dapat menambah keputusan pembelian sebesar 0,536.

4.3.7 Uji T

Uji T berfungsi disetiap variabel bebas terhadap variabel terikat pada nilai signifikan. Jika signifikansi $< 0,05$ jadi hipotesis diterima, dalam artian terdapat hubungan antar variabel. Uji t menunjukkan besarnya pengaruh antar variabel (Ghazali, 2014).

Tabel 4.27 Hasil Uji T Persamaan I

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,263	1,149		-,229	,819
	Harga_X1	,520	,095	,406	5,476	,000
	KualitasProduk_X2	,471	,077	,453	6,118	,000

a. Dependent Variable: MinatBeli_Z

Dari uji T persamaan I, dilihat angka thitung di setiap variabel. Selanjutnya dilaksanakan perbandingan angka t hitung dengan t tabel. Angka t tabel diperoleh dari $df = (n-k-1) = 137$ pada ignifikasi 0,05 sebanyak 1,97743. Angka t hitung pada variabel harga (X_1) sebanyak 5,476. Dari hasil tersebut nilai t hitung $>$ t tabel ($5,476 > 1,97743$), namun nilai signifikasi $0,000 < 0,05$. Sehingga hipotesis 1 (H_1) bisa diterima. Maka bisa diambil kesimpulan untuk harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Angka t hitung pada variabel kualitas produk (X_2) sebanyak 6,118. Dari hasil tadi didapati nilai t hitung $>$ t tabel ($6,188 > 1,97743$), dan tingkat signifikasi $0,000 < 0,05$. Maka hipotesis 2 (H_2) dapat diterima. Jadi diambil kesimpulan untuk kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Tabel 4.28 Hasil Uji T Persamaan II

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,375	,794		,472	,638
	Harga_X1	,183	,072	,151	2,528	,013
	KualitasProduk_X2	,252	,060	,256	4,195	,000
	MinatBeli_Z	,536	,059	,567	9,085	,000

a. Dependent Variable: KeputusanPembelian_Y

Menurut tabel uji T, bisa dilihat angka t hitung di setiap variabel. Selanjutnya dilaksanakan perbandingan angka t hitung dan nilai t tabel. Angka t tabel diperoleh dari $df = (n-k-1) = 136$ dan signifikasi 0,05 sebesar 1,97756. Angka t hitung pada variabel harga (X_1) sebanyak 2,528. Dari hasil tadi didapat analisis untuk angka t hitung $>$ t tabel ($2,528 > 1,97756$), dan tingkat signifikasi $0,013 < 0,05$. Jadi hipotesis 3 (H_3) dapat diterima. Maka diambil kesimpulan untuk harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Angka t hitung pada variabel kualitas produk (X_2) sebanyak 4,195. Maka dari itu bisa ditarik kesimpulan t hitung $>$ t tabel ($4,195 > 1,97756$), namun angka signifikasi $0,000 < 0,05$. Sehingga hipotesis 4 (H_4) dapat diterima. Dan dijelaskan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

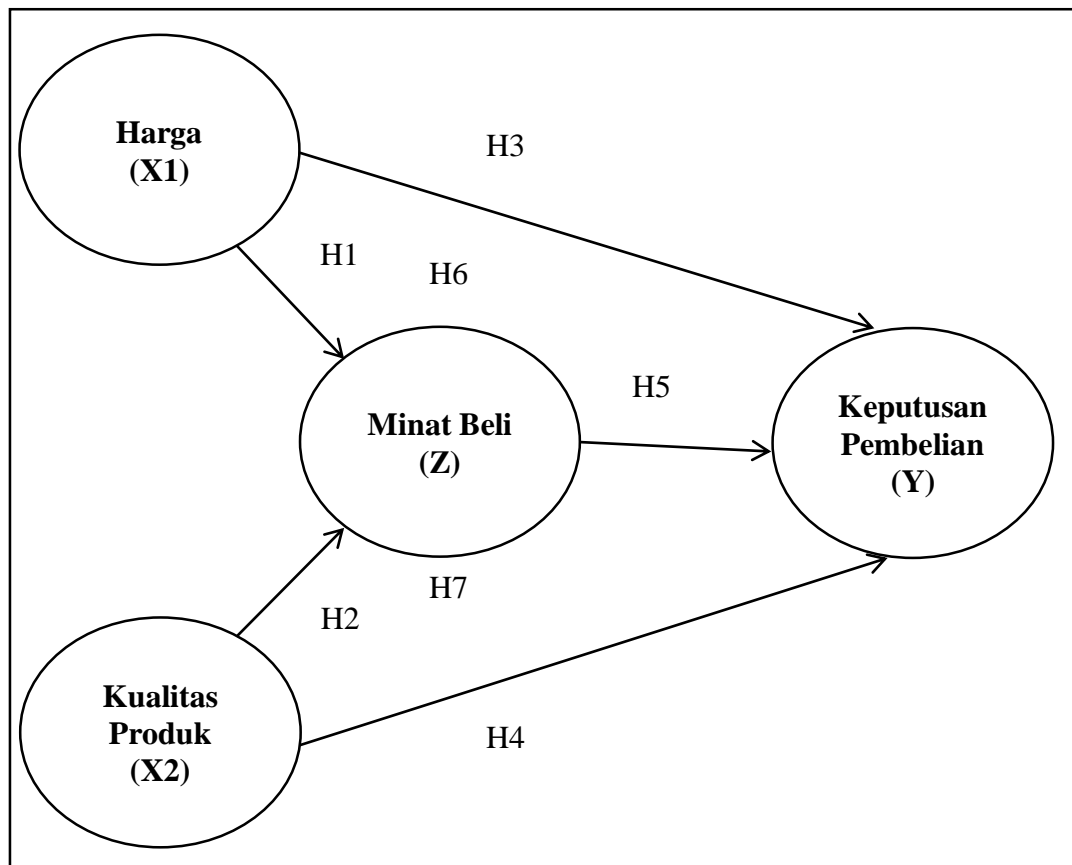
Angka t hitung pada variabel minat beli (Z) sebanyak 9,085. Dari angka tadi diperoleh t hitung $>$ t tabel ($9,085 > 1,97756$), namun angka signifikasi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian maka hipotesis 5 (H_5) dapat diterima. Sehingga dapat

disimpulkan bahwa minat beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

4.3.8 Uji *Path Analysis*/Analisis Jalur

Uji *Path Analysis*/Analisis Jalur dipakai agar melihat akibat dari variabel intervening (mediasi). Pada penelitian berikut uji jalur dipakai guna mengetahui antar variabel harga, kualitas produk, dan minat beli terhadap keputusan pembelian sesuai model dibawah ini:

Gambar 4.2 Model Penelitian

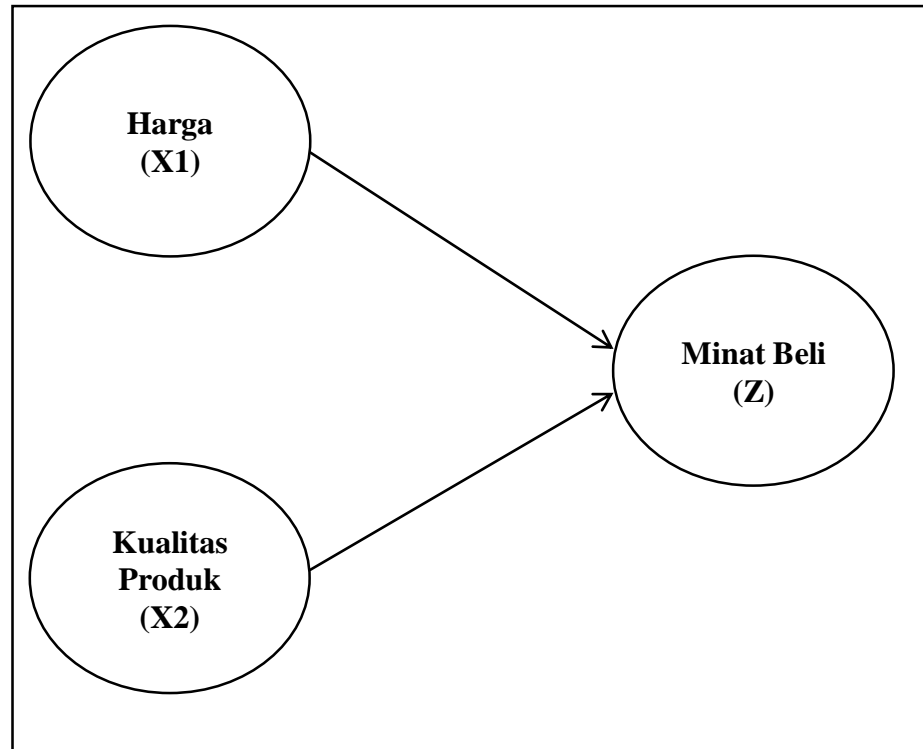


Proses selanjutnya pada penyelesaian pengukuran analisis jalur, selanjutnya jalur setiap variabel dibagi dua yaitu :

a. Sub-struktur 1

Sub-struktur 1 memaparkan pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli melalui gambar struktur dibawah ini :

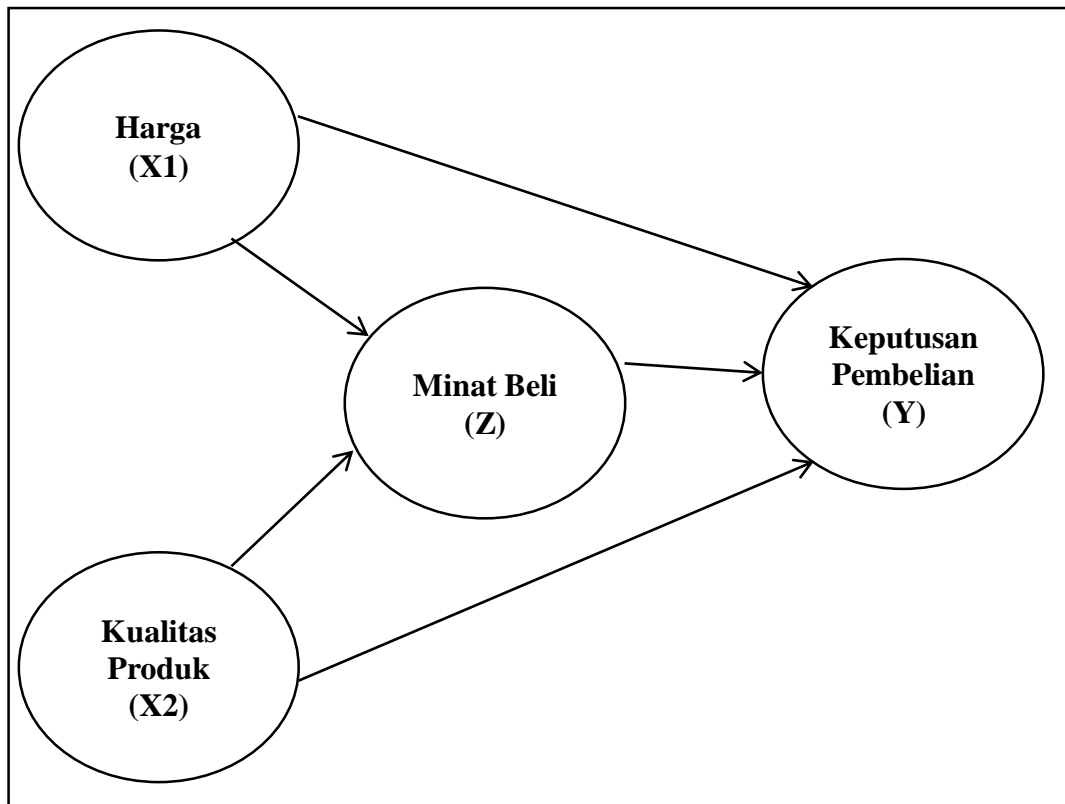
Gambar 4.3 Ilustrasi Sub-struktur 1



b. Sub-struktur 2

Sub-struktur 2 memaparkan pengaruh harga, kualitas produk, dan minat beli terhadap keputusan pembelian dengan model struktur seperti dibawah ini

Gambar 4.4 Ilustrasi Sub-struktur 2



Menurut hasil analisis jalur melalui aplikasi SPSS 23, menghasilkan :

Tabel 4.29 Hasil Analisis Jalur Persamaan Regresi 1

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-,263	1,149		-,229	,819
	Harga_X1	,520	,095	,406	5,476	,000
	KualitasProduk_X2	,471	,077	,453	6,118	,000

a. Dependent Variable: MinatBeli_Z

Menurut hasil pengujian analisis jalur persamaan I, diperoleh persamaan regresi yaitu:

$$Z = a_1 + b_1X_1 + b_2X_2 + e_1$$

$$MB = -0,263 + 0,520 H + 0,471 KP + e_1$$

Nilai e_1 dalam persamaan regresi I diukur melalui rumus $e_1 = \sqrt{1 - RSquare} = \sqrt{1 - 0,634} = 0,604$.

Skor e_1 kemudian dicantumkan pada persamaan regresi I $MB = -0,263 + 0,520 H + 0,471 KP + 0,604$. Sehingga bisa berarti apabila variabel harga naik 1 angka, hal itu bisa menambah minat beli sebanyak 0,520 dan error 0,604. Serta apabila variabel kualitas produk bertambah 1 nilai jadi dapat bertambah minat beli sebanyak 0,471 dengan error 0,604.

Selanjutnya, hasil pengujian jalur persamaan II yaitu pengaruh harga, kualitas produk dan minat beli terhadap keputusan pembelian:

Tabel 4.30 Hasil Analisis Jalur Persamaan Regresi II

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,375	,794		,472	,638
	Harga_X1	,183	,072	,151	2,528	,013
	KualitasProduk_X2	,252	,060	,256	4,195	,000
	MinatBeli_Z	,536	,059	,567	9,085	,000

a. Dependent Variable: KeputusanPembelian_Y

Berlandaskan hasil uji jalur persamaan regresi II, jadi persamaan regresinya ialah:

$$Y = a_2 + b_1X_1 + b_2X_2 + bZ + e_2$$

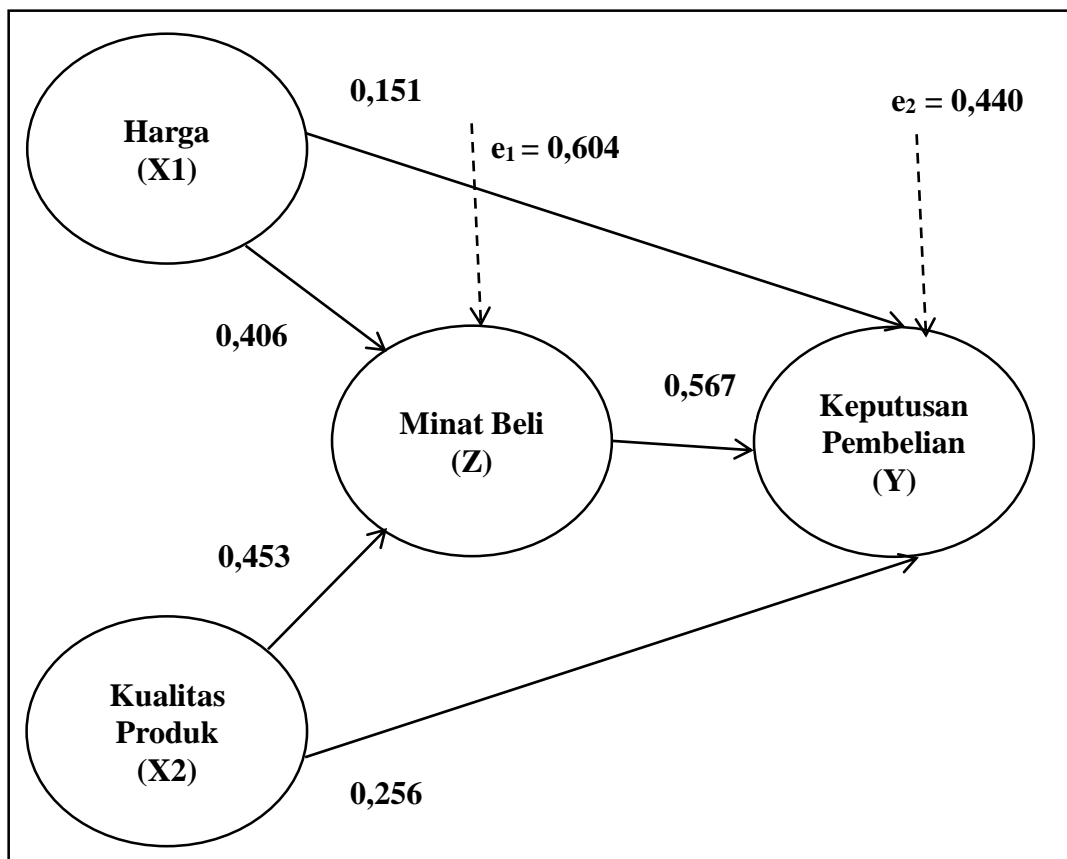
$$KP = 0,375 + 0,183 H + 0,252 KP + 0,536 MB + e_2$$

Angka e_2 untuk persamaan regresi II bisa diukur melalui rumus:

$$e_2 = \sqrt{1 - R^2_{Square}} = \sqrt{1 - 0,806} = 0,440.$$

Angka e_2 selanjutnya dicantumkan pada persamaan regresi II sehingga $KP = 0,375 + 0,183 H + 0,252 KP + 0,536 MB + 0,440$. Jadi jika variabel harga bertambah 1 satuan jadi dapat bertambah keputusan pembelian sebanyak 0,183 dan error 0,440. Jika variabel kualitas produk bertambah 1 satuan jadi dapat bertambah keputusan pembelian sebanyak 0,252 dan error 0,440. Jika variabel minat beli bertambah 1 satuan jadi dapat bertambah keputusan pembelian sebanyak 0,536 dan error 0,440.

Gambar 4.5 Simpulan Analisis Jalur



Tabel 4.31 Hasil Analisis Jalur

Pengaruh langsung antar variabel	Koefisien jalur (beta)	Kesalahan baku (sbi)/error	t hitung	p-value/sig	Simpulan	Adj.R2
X1 terhadap Z	0,520	0,095	5,476	0,000	Signifikan	0,629
X2 terhadap Z	0,471	0,077	6,118	0,000	Signifikan	
X1 terhadap Y	0,183	0,072	2,528	0,013	Signifikan	0,802
X2 terhadap Y	0,252	0,060	4,195	0,000	Signifikan	
Z terhadap Y	0,536	0,059	9,085	0,000	Signifikan	

4.3.9 Uji Sobel

Uji sobel dipakai melalui perhitungan pengaruh tidak langsung harga serta kualitas produk pada keputusan pembelian dengan minat beli. Dalam pengambilan keputusan dengan uji sobel berikut, bisa melalui cara dilakukannya perbandingan nilai t hitung dan t tabel. Jika t hitung lebih besar dari t tabel, maka dari itu ad pengaruh penengah atau mediasi. Untuk uji melalui variabel mediasi bisa dilakukan yaitu dibawah ini:

- Pengaruh harga (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) melalui minat beli (Z):

Diketahui: $b = 0,536$; $sa = 0,095$; $a = 0,250$; $sb = 0,059$

$$sab = \sqrt{b^2sa^2 + a^2sb^2 + sa^2sb^2}$$

$$sab = \sqrt{0,536^2 \cdot 0,095^2 + 0,250^2 \cdot 0,059^2 + 0,095^2 \cdot 0,059^2}$$

$$sab = \sqrt{0,0025928464 + 0,0002175625 + 0,000031416}$$

$$sab = \sqrt{0,0028418249}$$

$$t = \frac{ab}{sab}$$

$$t = \frac{0,134}{0,0028418249}$$

$$t = 47,1527995972$$

Dari hasil uji sobel diatas ditemukan nilai t hitung ialah 47,1527995972.

Nilai t tabel melalui signifikasi 0,05 ditemukan 1,97743. Sebab nilai t hitung > t tabel sehingga hipotesis 6 (H₆) diterima. Lewat uji ini, bisa diartikan bahwa antara harga dengan keputusan pembelian sepeda motor honda beat ada minat beli yang memediasi.

- b. Pengaruh kualitas produk (X₂) terhadap keputusan pembelian (Y) melalui minat beli (Z)

Diketahui: b = 0,536; sa = 0,077; a = 0,471; sb = 0,059

$$sab = \sqrt{b^2sa^2 + a^2sb^2 + sa^2sb^2}$$

$$sab = \sqrt{0,536^2 \cdot 0,077^2 + 0,471^2 \cdot 0,059^2 + 0,077^2 \cdot 0,059^2}$$

$$sab = \sqrt{0,001703378 + 0,0007722285 + 0,0000206388}$$

$$sab = \sqrt{0,0024962453}$$

$$t = \frac{ab}{sab}$$

$$t = \frac{0,252456}{0,0024962453}$$

$$t = 101,1342915698$$

Berlandaskan pengujian diatas didapatkan nilai t hitung sebanyak 101,1342915698. Nilai t tabel dan signifikansi 0,05 didapatkan sebanyak 1,97743. Nilai t hitung > t tabel jadi hipotesis 7 (H₇) diterima. Hasil uji diatas, jadi kesimpulannya untuk minat beli memediasi hubungan kualitas produk dengan keputusan pembelian pada sepeda motor honda beat.

4.4 Pembahasan Hasil Analisis Data

4.4.1 Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Pada Sepeda Motor Honda Beat

Penelitian menunjukkan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Dibuktikan melalui uji t yang menjelaskan nilai t hitung > t tabel ($5,476 > 1,97743$) dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga disimpulkan bahwa harga yang dianggap bagus jadi menambahkan minat beli honda Beat. Oleh karena itu Perusahaan Honda disarankan untuk memperhatikan harga jual sepeda motor honda beat untuk memelihara pasar konsumen terutama di Kecamatan Gondangrejo.

Penelitian ini selaras oleh (Gunawan, 2021) menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli. Selain itu, hipotesis ini juga didukung oleh penelitian lain yang dilaksanakan oleh (Heru Noor Rokhmawati, 2022) menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Hal tersebut membuktikan bahwa harga yang diberikan honda beat yang meliputi harga yang terjangkau, harga dan kalitas sesuai, kesesuaian harga dengan manfaat, dan daya saing harga berpengaruh terhadap minat beli.

4.4.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pada Sepeda Motor Honda Beat

Penelitian memiliki hasil kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Ditunjukkan melalui uji t yang menjelaskan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,188 > 1,97743$) melalui skor signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga ditarik kesimpulan kualitas produk yang semakin baik, maka akan bisa menunjang minat beli sepeda motor honda beat. Perusahaan Honda dianjurkan guna semakin meningkatkan kualitas produk mereka demi menunjang penjualan produk sepeda motor honda beat.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Gunawan, 2021) menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli. Penelitian lain juga dilakukan oleh (Nurmin Arianto, 2020) yang menyatakan bahwa kualitas produk terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli. Berarti, semakin bagus pengaruh kualitas suatu produk, maka makin bertambah juga tingkat minat beli.

4.4.3 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sepeda Motor Honda Beat

Penelitian ini menghasilkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dilihat dari hasil uji t yang mengatakan skor $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,528 > 1,97756$) dengan tingkat signifikansi $0,013 < 0,05$. Harga semakin bagus jadi bisa menambah keputusan pembelian. Dengan demikian perusahaan honda harus

mengamati harga jual sepeda motor honda beat guna bisa menghasilkan konsumen yang mendukung produk honda beat terutama di Kecamatan Gondangrejo.

Penelitian ini searah dengan (Taufiq, 2022) yang mengatakan variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Selain itu, hipotesis ini juga didukung penelitian (Hendratmoko, 2022) yang menyatakan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

4.4.4 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sepeda Motor Honda Beat

Hasil penelitian dijelaskan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dilihat pada uji t yang mengatakan nilai t hitung $>$ t tabel ($4,195 > 1,97756$) dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga, kualitas produk yang semakin bagus bisa menunjang peningkatan keputusan pembelian. Perusahaan Honda direkomendasikan supaya selalu menjaga kualitas produknya guna menghasilkan konsumen yang mendukung produk sepeda motor honda beat.

Penelitian berikut selaras dengan (Prasetyo, 2022) yang mengatakan variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian . sedangkan di penelitian (Huwaidy, 2022) menjelaskan bahwa berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya kualitas sepeda motor honda beat sudah mempunyai kualitas yang baik

sehingga konsumen bisa melaksanakan pembelian lagi serta munculnya konsumen yang mendukung penuh produk sepeda motor honda beat.

4.4.5 Pengaruh Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sepeda Motor Honda Beat

Penelitian ini hasilnya mengatakan minat beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dilihat pada uji t yang mengatakan skor t hitung $>$ t tabel ($9,085 > 1,97756$) dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka dari itu apabila keputusan minat beli naik akan bisa menaikkan juga keputusan pembelian.

Penelitian ini searah (Muhammad Hanapi, 2017) yang menjelaskan ada pengaruh positif dan signifikan variabel Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian. Hipotesis ini didukung penelitian (Ayu Paramita, 2022) yang menyimpulkan bahwa minat beli berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

4.4.6 Pengaruh Minat Beli Memediasi Hubungan Harga dengan Keputusan Pembelian Pada Sepeda Motor Honda Beat

Hasil penelitian menjelaskan minat beli mampu menjadi penengah atas harga terhadap keputusan pembelian. Dilihat pada pengujian sobel yang mengatakan angka t hitung $>$ t tabel ($47,1527995972 > 1,97743$) yang menjelaskan bahwa hipotesis (H_6) diterima. Oleh karena itu bisa dibilang minat beli memediasi pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.

Penelitian yang dilakukan (Dita Feby Puspita, 2022) yang memberikan hasil bahwa minat beli memediasi pengaruh harga terhadap

keputusan pembelian. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh (Baariq Ayumi, 2021) yang menyatakan bahwa minat beli memediasi pengaruh harga terhadap keputusan pembelian dengan pengaruh positif dan signifikan. Menurut penjelasan diatas disimpulkan bahwa variabel minat beli dapat memediasi hubungan harga terhadap keputusan pembelian pada sepeda motor honda beat.

4.4.7 Pengaruh Minat Beli Memediasi Hubungan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian Pada Sepeda Motor Honda Beat

Hasil penelitian mengatakan minat beli mampu memediasi hubungan antar kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Dilihat pada pengujian sobel yang mengatakan angka t hitung $>$ t tabel ($101,1342915698 > 1,97743$) maka dari itu hipotesis 7 (H_7) diterima. Maka bisa dikatakan untuk minat beli menjadi penghubung pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini searah dengan penelitian yang dilaksanakan (Yunovirul, 2022) yang menyimpulkan untuk minat beli memediasi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan pengaruh signifikan. Penelitian lain yang dilakukan oleh (Ayu Paramita H. A., 2022) mengatakan untuk minat beli memediasi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan pengaruh positif dan signifikan. Hal tersebut disimpulkan untuk minat beli bisa memediasi pengaruh variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda beat.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari pengujian data serta hasil beberapa uji disimpulkan bahwa:

1. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Menurut hasil dari t hitung serta signifikansi, variabel harga mempunyai skor t hitung $>$ t tabel sebanyak ($5,476 > 1,97743$) pada angka signifikan $0,000 < 0,05$. Jadi bisa disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada sepeda motor honda beat.
2. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Dari hasil t hitung dan signifikansi, variabel kualitas produk mempunyai nilai t hitung $>$ t tabel sebesar ($6,188 > 1,97743$) dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Maka bisa ditarik kesimpulan H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada sepeda motor honda beat.
3. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari hasil t hitung dan signifikansi, variabel kualitas produk mempunyai nilai t hitung $>$ t tabel sebesar ($2,528 > 1,97756$) dengan tingkat signifikan $0,013 < 0,05$. maka bisa dikatakan H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada sepeda motor honda beat.

4. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil dari t hitung dan signifikansi, variabel kualitas produk memiliki nilai t hitung $>$ t tabel sebesar $(4,195 > 1,97756)$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada sepeda motor honda beat.
5. Minat beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil dari t hitung dan signifikansi, variabel kualitas produk memiliki nilai t hitung $>$ t tabel sebesar $(9,085 > 1,97756)$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel minat beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada sepeda motor honda beat.
6. Minat beli mampu memediasi hubungan harga terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil uji sobel yang menyatakan nilai t hitung $>$ t tabel sebesar $(47,1527995972 > 1,97743)$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel minat beli mampu memediasi hubungan harga terhadap keputusan pembelian pada sepeda motor honda beat.
7. Minat beli mampu memediasi hbngan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Dari pengujian Sobel dinyatakan angka t hitung t hitung $>$ t tabel sebanyak $(101,1342915698 > 1,97743)$. Maka bisa

disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti variabel minat beli bisa menjadi penengah antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada sepeda motor honda beat.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan pada penelitian berikut, meliputi:

1. Ruang lingkup cukup terbatas, yaitu konsumen pengguna sepeda motor honda beat.
2. Sampel yang dipakai minim, yakni masyarakat di wilayah Kecamatan Gondangrejo yang berusia 17 tahun ke atas saja.
3. Pada penelitian berikut uji normalitas menggunakan analisis data metode one sample kolmogrov smirnov test melalui monte carlo.

5.3 Saran

Sesuai dengan kesimpulan serta keterbatasan penelitian sehingga peneliti memberikan saran meliputi:

1. Untuk perusahaan sepeda motor honda Beat, direkomendasikan untuk mengamati faktor-faktor misalnya harga dan kualitas produk serta diiringi pengembangan layanan serta koneksi supaya menghasilkan konsumen yang mendukung produk sepeda motor honda beat.
2. Honda Beat disarankan bisa menjaga harga serta menawarkan harga yang sesuai dengan masyarakat yang menggunakannya.
3. Hasil penelitian hendaknya menjadi tolok ukur bagi peneliti lain untuk memperbaiki dan menyempurnakan penelitiannya.

4. Penelitian selanjutnya direkomendasikan bisa menambah wilayah penelitian dengan tempat penelitian yang beragam, sampel yang beragam juga sehingga tidak sama dengan penelitian selanjutnya, sehingga mampu membuat keterbaharuan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Adelia, E. J. (2020). Pengaruh Tampilan Web dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variabel Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 14, No. 1.
- Anni Safitri, A. S. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Persepsi Pelaku UMKM Terhadap Laporan Keuangan. *Jurnal Aktual, Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan*, Vol.5 No 1.
- Aribowo, A. (2017). Analisis Pengaruh Persepsi Atas Bauran Pemasaran Pada Minat Beli Ulang Konsumen Tri. *Program Studi Manajemen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta*, 32-33.
- Arini, P. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Harga dan Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian . *Jurnal Manajemen Modal Insani dan Bisnis* , 71.
- Aspizain Caniago, A. E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UMKM di Jakarta (Studi Kasus Pembelian Melalui Shopee). *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Bidang Administrasi, Sosial, Humaniora Dan Kebijakan Publik*, Volume 5 Nomor 1.
- Ayu Paramita, H. A. (2022). Model Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Konsumen: Analisis Labelisasi Halal terhadap Kualitas Produk (Studi Kasus Pada Konsumen Wardah di Bekasi). *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, Vol.1, N0.3.
- Ayu Paramita, H. A. (2022). Pengaruh Labelisasi Halal, Kualitas Produk, dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian (Literatute Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, Volume.3, Issue.2.
- Baariq Ayumi, A. B. (2021). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Hypermart Paragon Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol.10, No.2.
- Bali, A. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi Manajemen dan Ekonomi* , 1-14.
- Budiatmo, C. M. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi di Kota Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. IX, No. III.

- Chomatul Fajri, A. A. (2022). Pengaruh Kepuasan Kerja dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan PT. Indonesia Applicad. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, Vol.5, No 1.
- Difa, N. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT Nirwana Gemilang Property. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, Vol. 3, No.2.
- Dita Feby Puspita, C. H. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Shopee Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus di Kota Semarang). *Journal Of Management*, Vol.8, No.2.
- Eddy Roflin, I. A. (2021). *Populasi, Sampel Variabel (dalam penelitian Kedokteran)*. Pekalongan, Jawa Tengah: PT. Nasya Expanding Management.
- Fanitawati, N. (2020). Pengaruh Tingkat Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bagi Konsumen di Dapur Putih Cafe Metro. *Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*, 36-37.
- Fauzy, A. (2019). *Metode Sampling, Edisi 2*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Ferdinan, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen Buku Edisi 5*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP. UNDIP Press.
- Ghazali, A. (2014). *Analisis Multivariate dengan SPSS 21*. UNDIP: Edisi 7 (7th ed.).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate, Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Semarang: Univesitas Diponegoro.
- Gunawan, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Masa Pandemi Covid-19 Pada Konsumen UMKM Ikan Lele di Desa Purwodadi Kecamatan Pagar Merbabu. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan*.
- Habibie, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek OPPO di SMA Negeri 9 Tanjung Jabung Barat Provinsi Jambi. *Fakultas Ekonomi, Universitas Batanghari Jambi*, 19.
- Hendratmoko, S. M. (2022). Inovasi Produk, Harga, Word Of Mouth dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Honda. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen*, 298.

- Hendy Tannady, Y. T. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan First Media di Pondok Area Tanggerang Selatan. *Jurnal Kewarganegaraan* .
- Heru Noor Rokhmawati, H. K. (2022). Pengaruh Harga, Iklan dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Honda Scoopy di Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, Vol.11, No 1.
- Hidayah, S. N. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Para Pengguna Sepeda Motor Merek Kawasaki di Wilayah Kecamatan Mranggan). *Fakultas Ekonomi Universitas Semarang*, 71-72.
- Huwaidy, F. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (Studi Kasus Pembelian Sepeda Motor Honda Beat di Bekasi). *Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah*.
- Immanuel Kawengian, J. R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut di Outlet Kota Bitung. *Jurnal UNSRAT*, 321.
- Inderwan, R. A. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Beat Pada PT. Sinar Sentosa Primatama Sungai Bahar Muaro Jambi. *Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi*, 18-19.
- Irawati, Y. S. (2021). The Effect of Online Customer Review, Quality Product, and Promotion on Purchasing Decision Through Shopee Marketplace(A Case Study of Ubsi College Student). *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 442.
- Jaya, I. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta : Anak Hebat Indonesia.
- Juhaeri, V. R. (2022). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Paparan's Cafe Tangerang. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol.1, No.1.
- Kartika. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Ojek Online (Studi pada Pelanggan GO-JEK di Perguruan Tinggi Negeri Kota Malang). *Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi*, 55-56.
- Lionarto, M. T. (2022). Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil yang Dimediasi Kepuasan Konsumen. *Journal of Management and Bussines*, 535.

- Lip Ripai Azhuri, T. P. (2021). Survei Motivasi Belajar di Pendidikan Jasmani pada Siswa Sekolah Luar Biasa di Kabupaten Karawang. *Jurnal Literasi Olahraga*, 100.
- M. Kamil Hafidzi, F. R. (2022). Literatur Review Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 205.
- Muhammad Hanapi, A. S. (2017). Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli, dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Situs Jual Beli Online Shop Shopee Indonesia di Universitas Budi Luhur Periode Februari –April 2018). *Jurnal Online Mahasiswa*, Vol.01, No.02.
- Ngafwa, L. M. (2018). Mekanisme Corporate Governance Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang dan Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014 s.d 2016. *Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah*
- Noor Iffatin Nadhifah, S. d. (2021). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Beat pada CV. Cahaya Bonanza Abadi. *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Novel Apriyani Montolalu, T. M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening pada Platform Digital. *Jurnal Universitas Sam Ratulangi*, Vol.1 N0.4.
- Nurmin Arianto, S. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT Nirwana Gemilang Property. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, Vol. 3, No.2.
- Pasaribu, A. F. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Pasien Klinik Jakarta Dental Project. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, VoL.7 No.9.
- Phoebe. (2019). Pengaruh Inovasi Produk dan Promosi Melalui Beauty Influencer Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Wardah. *Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta*.
- Prasetyo, L. N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Pada Dealer CV. Supra Jaya Motor Cianjur. *Jurnal Transekonomika, Akuntansi, Bisnis dan Keuangan* .
- Prihartono, R. M. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi*, 1174.
- Purnama Ramadani Silalahi, S. A. (2023). pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan

- Sistem Online Trading Berbasis Syariah: Studi Kasus Pada PT. Phintraco Sekuritas Cabang Medan. *Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 1626-1627.
- Putri, T. d. (2021). Pengaruh Citra Merk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda motor Honda Beat (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bandar Lampung). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Rahmadi. (2011). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Kalimantan Selatan: Antasari Press.
- Rini Astuti, I. A. (2021). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Ekonomi*, 206-207.
- Rissa Mustika Sari, P. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, Vol. 5 No. 3.
- Robbani, R. I. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Klinik Ibunda). *Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang*.
- Rosa, A. R. (2022). Pengaruh Customer Review, Celebrity Endorser, Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Thrift (Studi Kasus Konsumen Pada Imarket.id). *Jurnal Ilmiah*, Vol.11 No.16.
- Royantah. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda Beat Pada Konsumen Daya Motor di Kota Prabumulih. *Universitas Palembang, Fakultas Ekonomi Palembang*, 2-3.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: KBM Indonesia.
- Sari, D. I. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Pada Konsumen Dealer Prima Jaya Abadi Semarang. *Fakultas Ekonomi Universitas Semarang*, 34-38.
- Satria Tirtayasa, A. P. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi dan Manajemen*, 72.
- Simanihuruk, P. (2019). Pengaruh Promosi, Harga, dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (Studi Kasus Pengguna Sepeda Motor Honda Beat Pada Masyarakat Kecamatan Medan Tembung). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.

- Soedjono, T. &. (2019). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Promosi dan Layanan Purna-Jual Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Accounting and Management Journal*, Vol 3, No 1.
- Soleha, L. S. (2022). Pengaruh Harga Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Tahu Pada Konsumen Pabrik Tahu Soleha, Gunung Sindur Bogor . *Jurnal HUMANIS (Humanities, Management and Science Proceedings)* .
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi*, Vol. 4, No. 1.
- Sugiyono. (2013). *Metode Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutra, A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pengguna Kartu Telkomsel (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Bengkulu). *Jurnal Entrepreneur dan Manajemen Sains*, Vol.2 No.2.
- Syarifah, I. K. (2020). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Billionaire Store Bandung). *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, 3.
- Taufiq, A. (2022). Analisis Pengaruh Harga, Promosi dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Honda Beat di Putra Rinjani. *Jurnal Simposium Nasional Manajemen dan Bisnis*, 197.
- Thoriq Shofwan, L. A. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Beat. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 365.
- Yamin, S. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). *Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan*.
- YYunovirul, D. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Mediasi. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri*, Vol.7, No.1.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 JADWAL PENELITIAN

NO	Bulan	Okt-22				Nov-22				Des-22				Jan-23				Feb-23				Mar-23				Apr-23				Mei-23			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Penyusunan Proposal	x																															
2.	Konsultasi dan Revisi		x		x											x																	
3.	Pendaftaran Ujian Seminar Proposal																x																
4.	Ujian Seminar Proposal																			x													
5.	Pengumpulan Data																				x												

LAMPIRAN 2 KUESIONER PENELITIAN

KUESIONER

Assalamu'alaikum Wr Wb.

Perkenalkan nama saya Rarastika Diyah Ayu Ningtyas, mahasiswa Prodi Manajemen Bisnis Syariah, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta saat ini sedang melakukan penelitian guna memenuhi tugas akhir yang berjudul "PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA SEPEDA MOTOR HONDA BEAT".

Adapun kriteria khusus untuk mengisi kuisisioner ini sebagai berikut:

- a. Berusia 17 tahun ke atas
- b. Berdomisili di Kecamatan Gondangrejo
- c. Tertarik membeli dan pernah menggunakan sepeda motor honda Beat

Atas perhatian dan partisipasinya saya mengucapkan banyak terimakasih.

Wassalammu'alaikum Wr Wb.

Hormat Saya

Rarastika Diyah Ayu Ningtyas

A. Biodata Responden

- a. Nama :
- b. Jenis Kelamin :
 - 1. Perempuan
 - 2. Laki-laki
- c. Usia :
 - 1. 17-22 Tahun
 - 2. 23-28 Tahun
 - 3. > 30 Tahun
- d. Alamat (Kecamatan) :
 - 1. Plesungan
 - 2. Bulurejo
 - 3. Dayu
 - 4. Jatikuwung
 - 5. Jeruk Sawit
 - 6. Karangturi
 - 7. Kragan
 - 8. Krendowahono
 - 9. Rejosari
 - 10. Selokaton
 - 11. Tuban
 - 12. Wonorejo
 - 13. Wonosari

e. Pekerjaan :

1. Pelajar/Mahasiswa
2. Wiraswasta
3. Guru
4. Karyawan
5. Yang Lain

f. Pendapatan :

1. Kurang dari Rp 500.000
2. Rp 500.000-Rp 1.000.000
3. Rp 2.000.000-Rp 3.000.000
4. Lebih dari Rp 4.000.000

g. Apakah Anda tertarik melakukan pembelian sepeda Motor Honda Beat?

1. Ya
2. Tidak

B. Petunjuk Pengisian

Pada pertanyaan-pertanyaan dibawah ini, Anda hanya diperkenankan memilih satu dari beberapa jawaban. Berikan nilai sesuai keterangan dibawah ini

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3. = Setuju (S)

4. = Sangat Setuju (SS)

C. Pertaanyaan

1. Harga

No	Pertanyaaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Harga sepeda motor honda Beat masih tergolong terjangkau di kalangan masyarakat.					
2.	Harga sepeda motor honda Beat sesuai dengan kualitas layanan yang ditawarkan.					
3.	Harga sepeda motor honda Beat sesuai dengan kepuasan yang diterima oleh pengguna.					
4.	Harga sepeda motor honda Beat dapat bersaing dengan sepeda motor honda merek merek lain.					

2. Kualitas Produk

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Sepeda motor Honda Beat memiliki sistem pengereman optimal.					
2.	Sepeda motor Honda Beat nyaman dikendarai dalam perjalanan jauh.					
3.	Sepeda motor Honda Beat memiliki mesin yang awet.					
4.	Produk Honda memiliki prosedur layanan <i>service</i> yang mudah.					

3. Keputusan Pembelian

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Ketika saya ingin membeli sepeda motor matik, saya pilih merek Honda Beat sebagai pilihan pertama.					
2.	Honda beat lebih baik dari sepeda motor matic merek lain					

3.	Saya mencari informasi sehubungan dengan produk Honda Beat sebelum membelinya.					
4.	Saya memutuskan untuk membeli sepeda motor Honda Beat karena sesuai dengan yang saya harapkan.					

4. Minat Beli

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya lebih memilih sepeda motor Honda Beat untuk dibeli daripada sepeda motor merek lain					
2.	Saya akan mereferensikan sepeda motor Honda Beat kepada orang lain					
3.	Sepeda motor Honda Beat adalah pilihan utama untuk dibeli					
4.	Saya mencari informasi mengenai sepeda motor					

	Honda Beat melalui berbagai sumber media					
--	--	--	--	--	--	--

LAMPIRAN 3 DATA RESPONDEN

Nama	Jenis Kelamin	Usia	Alamat	Pekerjaan	Pendapatan
Winda nurul amanah	Perempuan	17-22 Tahun	Selokaton	Karyawan	Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000
RIO LUBIANTO	Laki-laki	17-22 Tahun	Selokaton	Karyawan	Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000
Banafsaj Sofya Ayundita	Perempuan	17-22 Tahun	Jeruk Sawit	Pelajar /Mahasiswa	Kurang dari Rp. 500.000
ELSA DIAH SAPUTRI	Perempuan	17-22 Tahun	Wonorejo	Karyawan	Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000
Mukti Hidayat	Laki-laki	17-22 Tahun	Tuban	Karyawan	Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000
Inna Nurika Saputri	Perempuan	17-22 Tahun	Tuban	Karyawan	Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000
Winda Vitasari	Perempuan	17-22 Tahun	Jatikuwung	Karyawan	Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000
Zaini Nurul Hidayah	Perempuan	17-22 Tahun	Wonorejo	Pelajar /Mahasiswa	Kurang dari Rp. 500.000
Fatimah	Perempuan	23-28 Tahun	Wonorejo	Karyawan	Lebih dari Rp. 4.000.0000
WAHYU GUNAWAN	Laki-laki	17-22 Tahun	Krendowahono	Karyawan	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000
Sabrina Rahmasari	Perempuan	17-22 Tahun	Plesungan	Wiraswasta	Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000
Anna s	Perempuan	23-28 Tahun	Bulurejo	Guru	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000
Nur	Perempuan	17-22 Tahun	Krendowahono	Pelajar /Mahasiswa	Kurang dari Rp. 500.000
Nita	Perempuan	17-22 Tahun	Rejosari	Pelajar /Mahasiswa	Kurang dari Rp. 500.000
Novi Dwi Kartika Sari	Perempuan	17-22 Tahun	Karangturi	Pelajar /Mahasiswa	Kurang dari Rp. 500.000
Intan milasari	Perempuan	17-22 Tahun	Dayu	Wiraswasta	Kurang dari Rp. 500.000
Santi dwi agustin	Perempuan	17-22 Tahun	Bulurejo	Karyawan	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000
Triska	Perempuan	17-22 Tahun	Krendowahono	Karyawan	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000
Salma Al Mughnya Yahya	Perempuan	17-22 Tahun	Kragan	Pelajar /Mahasiswa	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000

Nama	Jenis Kelamin	Usia	Alamat	Pekerjaan	Pendapatan
Nanda Dwi Prasetyo	Laki-laki	23-28 Tahun	Jeruk Sawit	Karyawan	Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000
Aldi faris	Laki-laki	17-22 Tahun	Karangturi	Karyawan	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000
Fakhri	Laki-laki	17-22 Tahun	Plesungan	Karyawan	Lebih dari Rp. 4.000.0000
Muhamad ilham	Laki-laki	23-28 Tahun	Jeruk Sawit	Karyawan	Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000
Febby Nurmezza Luna	Perempuan	17-22 Tahun	Selokaton	Pelajar /Mahasiswa	Kurang dari Rp. 500.000
Nur Hayati Alfatih	Perempuan	17-22 Tahun	Rejosari	Pelajar /Mahasiswa	Kurang dari Rp. 500.000
Santi Dwi Agustin	Perempuan	17-22 Tahun	Bulurejo	Karyawan	Kurang dari Rp. 500.000
windiana	Perempuan	23-28 Tahun	Tuban	Karyawan	Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000
Riky Romadhoni	Laki-laki	17-22 Tahun	Bulurejo	Mekanik Alat Berat	Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000
Fitri ayu mutiara	Perempuan	17-22 Tahun	Bulurejo	Karyawan	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000
Iqbal	Laki-laki	23-28 Tahun	Tuban	Pelajar /Mahasiswa	Kurang dari Rp. 500.000
Lufti Khoirunnisa	Perempuan	17-22 Tahun	Jatikuwung	Karyawan	Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000
Almaeda	Perempuan	17-22 Tahun	Tuban	Pelajar /Mahasiswa	Kurang dari Rp. 500.000
Fera Desi W	Perempuan	23-28 Tahun	Plesungan	Karyawan	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000
Tuty Widiatmi	Perempuan	>30 Tahun	Kragan	Karyawan	Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000
Widyawati	Perempuan	17-22 Tahun	Wonosari	Pelajar /Mahasiswa	Kurang dari Rp. 500.000
Galuh Ajeng	Perempuan	17-22 Tahun	Bulurejo	Pelajar /Mahasiswa	Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000
Anisa Nurbaithi	Perempuan	17-22 Tahun	Jeruk Sawit	Karyawan	Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000
Aryo Bagas Saputra	Laki-laki	17-22 Tahun	Jeruk Sawit	Operator Produksi di Pabrik	Lebih dari Rp. 4.000.0000
Tugiyono	Laki-laki	>30 Tahun	Karangturi	Karyawan	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000

Nama	Jenis Kelamin	Usia	Alamat	Pekerjaan	Pendapatan
Wardatul Jannah	Perempuan	17-22 Tahun	Bulurejo	Pelajar /Mahasiswa	Kurang dari Rp. 500.000
Selvia Mega Utami	Perempuan	17-22 Tahun	Bulurejo	Karyawan	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000
Alfina Yuni Astuti	Perempuan	17-22 Tahun	Bulurejo	Karyawan	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000
Mira Opta Wiyana	Perempuan	17-22 Tahun	Kragan	Pelajar /Mahasiswa	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000
Zahrotun Arum Sariyanti	Perempuan	17-22 Tahun	Dayu	Pelajar /Mahasiswa	Kurang dari Rp. 500.000
Uswatun Nur Rohmah	Perempuan	17-22 Tahun	Jatikuwung	Pelajar /Mahasiswa	Kurang dari Rp. 500.000
Yuyun	Perempuan	23-28 Tahun	Bulurejo	Karyawan	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000
Wahyu Aris Wibowo	Laki-laki	23-28 Tahun	Jatikuwung	Guru	Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000
Emmalia	Perempuan	17-22 Tahun	Tuban	Pelajar /Mahasiswa	Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000
Nur anisa	Perempuan	23-28 Tahun	Jatikuwung	Wiraswasta	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000
Oktivita Fitri	Perempuan	17-22 Tahun	Plesungan	Pelajar /Mahasiswa	Kurang dari Rp. 500.000
Devia	Perempuan	17-22 Tahun	Wonorejo	Pelajar /Mahasiswa	Kurang dari Rp. 500.000
Andhre Silalahi	Laki-laki	17-22 Tahun	Rejosari	Pelajar /Mahasiswa	Kurang dari Rp. 500.000
Umi Luthfi	Perempuan	17-22 Tahun	Rejosari	Pelajar /Mahasiswa	Kurang dari Rp. 500.000
Lufti Khoirunnisa	Perempuan	17-22 Tahun	Jatikuwung	Karyawan	Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000
Siti	Perempuan	>30 Tahun	Jatikuwung	Karyawan	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000
Suci kunthi Pratiwi	Perempuan	17-22 Tahun	Tuban	Pelajar /Mahasiswa	Kurang dari Rp. 500.000
Anisa	Perempuan	17-22 Tahun	Bulurejo	Karyawan	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000
Evi Eka Wulandari	Perempuan	17-22 Tahun	Wonosari	Pelajar /Mahasiswa	Kurang dari Rp. 500.000
Alia Efa	Perempuan	17-22 Tahun	Selokaton	Pelajar /Mahasiswa	Kurang dari Rp. 500.000
Fendi Ardiansyah	Laki-laki	23-28 Tahun	Karangturi	Karyawan	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000

Nama	Jenis Kelamin	Usia	Alamat	Pekerjaan	Pendapatan
hikmal nafian	Laki-laki	17-22 Tahun	Wonorejo	Pelajar /Mahasiswa	Kurang dari Rp. 500.000
Nabila Lutfi Latifah	Perempuan	17-22 Tahun	Wonorejo	Pelajar /Mahasiswa	Kurang dari Rp. 500.000
Ruri Nur Kusuma Ningrum	Perempuan	17-22 Tahun	Krendowahono	Pelajar /Mahasiswa	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000
Alisa Maratus Sholikhah	Perempuan	17-22 Tahun	Krendowahono	Pelajar /Mahasiswa	Kurang dari Rp. 500.000
salsa bela aura saputri	Perempuan	17-22 Tahun	Karangturi	Karyawan	Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000
Pipit fitriana	Perempuan	17-22 Tahun	Dayu	Karyawan	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000
ANNA EVITA SARI	Perempuan	17-22 Tahun	Dayu	Karyawan	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000
Eka Wulandari	Perempuan	17-22 Tahun	Selokaton	Pelajar /Mahasiswa	Kurang dari Rp. 500.000
esti woro	Perempuan	17-22 Tahun	Wonosari	Pelajar /Mahasiswa	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000
Rofi Febriyani	Perempuan	17-22 Tahun	Krendowahono	Pelajar /Mahasiswa	Kurang dari Rp. 500.000
Nurul hidayati	Perempuan	>30 Tahun	Bulurejo	Bidan	Lebih dari Rp. 4.000.0000
Riza	Perempuan	17-22 Tahun	Wonorejo	Karyawan	Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000
Fahmi	Laki-laki	17-22 Tahun	Selokaton	Pelajar /Mahasiswa	Kurang dari Rp. 500.000
Nafii nur	Perempuan	17-22 Tahun	Wonosari	Pelajar /Mahasiswa	Kurang dari Rp. 500.000
Muhammad Ramadhan Mubarak	Laki-laki	17-22 Tahun	Karangturi	Pelajar /Mahasiswa	Kurang dari Rp. 500.000
Difalia Azzahra	Perempuan	17-22 Tahun	Karangturi	Pelajar /Mahasiswa	Kurang dari Rp. 500.000
Nimas ika bekti	Perempuan	17-22 Tahun	Karangturi	Karyawan	Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000
Dewi Fajriati	Perempuan	17-22 Tahun	Dayu	Pelajar /Mahasiswa	Kurang dari Rp. 500.000
ardana putra	Laki-laki	17-22 Tahun	Wonorejo	Pelajar /Mahasiswa	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000
Nazzun Annisa	Perempuan	17-22 Tahun	Wonosari	Pelajar /Mahasiswa	Kurang dari Rp. 500.000

Nama	Jenis Kelamin	Usia	Alamat	Pekerjaan	Pendapatan
Mardana Rifta	Perempuan	17-22 Tahun	Tuban	Pelajar /Mahasiswa	Kurang dari Rp. 500.000
Yesi R	Perempuan	17-22 Tahun	Dayu	Pelajar /Mahasiswa	Kurang dari Rp. 500.000
Pramesti Grahita Utami	Perempuan	17-22 Tahun	Tuban	Pelajar /Mahasiswa	Kurang dari Rp. 500.000
Riastika	Perempuan	>30 Tahun	Bulurejo	Swasta	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000
Ratih utamisw	Perempuan	17-22 Tahun	Wonosari	Karyawan	Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000
Nurul Hidayatul Muslimah	Perempuan	17-22 Tahun	Rejosari	Pelajar /Mahasiswa	Kurang dari Rp. 500.000
Elsy Putri Ayu Afdila	Perempuan	17-22 Tahun	Wonosari	Pelajar /Mahasiswa	Kurang dari Rp. 500.000
Isma putri sholikhah	Perempuan	17-22 Tahun	Rejosari	Pelajar /Mahasiswa	Kurang dari Rp. 500.000
Wahya Ardhaneswari	Perempuan	17-22 Tahun	Rejosari	Pelajar /Mahasiswa	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000
Pratiwi Aulia Sutarno	Perempuan	17-22 Tahun	Kragan	Pelajar /Mahasiswa	Kurang dari Rp. 500.000
Syarif Hidayatullah	Laki-laki	23-28 Tahun	Kragan	Pelajar /Mahasiswa	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000
Aliyah	Perempuan	17-22 Tahun	Wonosari	Pelajar /Mahasiswa	Kurang dari Rp. 500.000
Danu Setiyo Nugroho	Laki-laki	23-28 Tahun	Dayu	Karyawan	Lebih dari Rp. 4.000.0000
Desy Istiyowati	Perempuan	23-28 Tahun	Jeruk Sawit	Wiraswasta	Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000
Erlang Prayoga	Laki-laki	17-22 Tahun	Selokaton	Pelajar /Mahasiswa	Kurang dari Rp. 500.000
Sriyani	Perempuan	23-28 Tahun	Kragan	Karyawan	Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000
tedi riyanto	Laki-laki	17-22 Tahun	Kragan	Pelajar /Mahasiswa	Kurang dari Rp. 500.000
Romadhani Putri	Perempuan	17-22 Tahun	Wonorejo	Pelajar /Mahasiswa	Kurang dari Rp. 500.000
Eka Istiyani Fauziah	Perempuan	17-22 Tahun	Rejosari	Pelajar /Mahasiswa	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000
Salsa adhia	Perempuan	17-22 Tahun	Tuban	Karyawan	Lebih dari Rp. 4.000.0000

Nama	Jenis Kelamin	Usia	Alamat	Pekerjaan	Pendapatan
Isrofi M.A	Laki-laki	17-22 Tahun	Plesungan	Pelajar /Mahasiswa	Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000
Rista berliana	Perempuan	23-28 Tahun	Plesungan	Karyawan	Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000
Aprillinda Wahyu Utami	Perempuan	17-22 Tahun	Dayu	Karyawan	Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000
Siska alfiani	Perempuan	17-22 Tahun	Jatikuwung	Karyawan	Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000
anggita	Perempuan	17-22 Tahun	Bulurejo	Karyawan	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000
Muhammad Akbar Ardiansyah	Laki-laki	17-22 Tahun	Selokaton	Pelajar /Mahasiswa	Kurang dari Rp. 500.000
Roris Aviani Carissa	Perempuan	17-22 Tahun	Plesungan	Pelajar /Mahasiswa	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000
Nurul Mardhiyah	Perempuan	17-22 Tahun	Plesungan	Pelajar /Mahasiswa	Kurang dari Rp. 500.000
Adek Deni Syahfana	Laki-laki	17-22 Tahun	Jatikuwung	Pelajar /Mahasiswa	Kurang dari Rp. 500.000
Alex cardo	Laki-laki	17-22 Tahun	Wonorejo	Pelajar /Mahasiswa	Lebih dari Rp. 4.000.0000
ela s t	Perempuan	17-22 Tahun	Wonosari	Pelajar /Mahasiswa	Kurang dari Rp. 500.000
Ridzky Cahya	Perempuan	17-22 Tahun	Kragan	Pelajar /Mahasiswa	Kurang dari Rp. 500.000
Yuli Kuncoro Aji	Laki-laki	17-22 Tahun	Wonosari	Karyawan	Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000
Pinki Nur Khairini	Perempuan	17-22 Tahun	Dayu	Pelajar /Mahasiswa	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000
Mega Rizki Hernawati	Perempuan	17-22 Tahun	Plesungan	Pelajar /Mahasiswa	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000
Hany	Perempuan	17-22 Tahun	Wonorejo	Pelajar /Mahasiswa	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000
Siti Zulaifah	Perempuan	17-22 Tahun	Kragan	Karyawan	Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000
Christina Dama Santi	Perempuan	17-22 Tahun	Selokaton	Pelajar /Mahasiswa	Kurang dari Rp. 500.000
Fajar	Laki-laki	17-22 Tahun	Selokaton	Pelajar /Mahasiswa	Kurang dari Rp. 500.000
putri	Perempuan	17-22 Tahun	Rejosari	Pelajar /Mahasiswa	Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000

Nama	Jenis Kelamin	Usia	Alamat	Pekerjaan	Pendapatan
Vina sari	Perempuan	17-22 Tahun	Plesungan	Karyawan	Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000
qusnul qotimah	Perempuan	23-28 Tahun	Wonosari	Karyawan	Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000
Faizatun Nafi'	Perempuan	17-22 Tahun	Wonorejo	Pelajar /Mahasiswa	Kurang dari Rp. 500.000
Prasetyo okmana saputra	Laki-laki	17-22 Tahun	Tuban	Pelajar /Mahasiswa	Kurang dari Rp. 500.000
Erika	Perempuan	23-28 Tahun	Bulurejo	Pelajar /Mahasiswa	Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000
Lisa Febriana	Perempuan	23-28 Tahun	Plesungan	Pelajar /Mahasiswa	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000
Melati Biru	Perempuan	17-22 Tahun	Selokaton	Karyawan	Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000
Okky widyanto	Laki-laki	23-28 Tahun	Bulurejo	Wiraswasta	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000
Taufik khurrohman	Laki-laki	23-28 Tahun	Plesungan	Pelajar /Mahasiswa	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000
Rika Putri Utami	Perempuan	17-22 Tahun	Jeruk Sawit	Karyawan	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000
Nanda Ita	Perempuan	17-22 Tahun	Jeruk Sawit	Karyawan	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000
VENY NUR SITASARI	Perempuan	17-22 Tahun	Selokaton	Karyawan	Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000
Tarti	Perempuan	>30 Tahun	Dayu	Karyawan	Rp. 2.000.000 - Rp. 3.000.000
Alivia Salma Diva	Perempuan	17-22 Tahun	Wonosari	Pelajar /Mahasiswa	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000
Alvia Nur fatikhah	Perempuan	17-22 Tahun	Wonorejo	Karyawan	Lebih dari Rp. 4.000.0000
Adam Setiaji	Laki-laki	23-28 Tahun	Jeruk Sawit	Pelajar /Mahasiswa	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000
Hanifah Kusumawati	Perempuan	17-22 Tahun	Wonosari	Karyawan	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000
Ilham Syahputra	Laki-laki	17-22 Tahun	Plesungan	Pelajar /Mahasiswa	Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000
Rima Dwi	Perempuan	17-22 Tahun	Jeruk Sawit	Pelajar /Mahasiswa	Kurang dari Rp. 500.000
Nanda	Laki-laki	17-22 Tahun	Wonosari	Karyawan	Lebih dari Rp. 4.000.0000

LAMPIRAN 4 TABULASI DATA KUESIONER

Variabel Harga

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total X1
1	3	3	4	4	14
2	5	4	4	4	17
3	4	4	4	4	16
4	5	5	5	5	20
5	4	4	4	5	17
6	5	5	5	5	20
7	5	5	4	4	18
8	4	5	5	4	18
9	4	4	4	5	17
10	3	4	3	4	14
11	4	4	5	5	18
12	4	4	4	5	17
13	5	4	4	4	17
14	4	4	5	4	17
15	4	5	4	5	18
16	4	4	5	5	18
17	4	5	4	4	17
18	4	5	4	4	17
19	4	5	5	4	18
20	5	5	5	5	20
21	4	4	5	4	17
22	4	4	4	3	15
23	3	3	3	3	12
24	4	4	4	4	16
25	4	4	4	4	16
26	5	4	4	4	17
27	4	4	4	5	17
28	4	3	3	4	14
29	4	4	4	4	16
30	5	5	4	5	19
31	5	5	4	5	19
32	4	5	4	4	17
33	4	4	4	4	16
34	4	4	5	5	18
35	4	4	5	4	17

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total X1
36	4	4	3	4	15
37	5	4	5	5	19
38	4	4	4	4	16
39	4	4	4	4	16
40	4	5	5	4	18
41	4	5	5	5	19
42	4	4	4	4	16
43	4	4	4	4	16
44	5	4	4	4	17
45	5	5	4	5	19
46	3	3	3	3	12
47	4	4	4	5	17
48	4	4	3	3	14
49	5	5	5	4	19
50	4	4	4	4	16
51	5	4	5	4	18
52	5	4	4	5	18
53	4	4	4	4	16
54	4	4	4	4	16
55	4	4	5	4	17
56	4	5	4	5	18
57	4	5	4	5	18
58	4	4	5	4	17
59	4	5	4	5	18
60	4	4	4	5	17
61	4	4	4	4	16
62	4	4	5	5	18
63	5	4	4	4	17
64	5	4	4	5	18
65	4	4	5	3	16
66	4	4	5	5	18
67	4	5	4	4	17
68	4	4	4	4	16
69	4	4	4	4	16
70	4	5	4	5	18
71	5	4	4	5	18
72	4	4	4	4	16
73	4	5	5	4	18

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total X1
74	3	4	3	3	13
75	4	4	4	5	17
76	4	4	4	4	16
77	5	5	5	5	20
78	4	5	5	4	18
79	5	5	5	4	19
80	4	5	4	4	17
81	5	5	5	4	19
82	5	4	4	5	18
83	4	4	5	4	17
84	4	4	3	4	15
85	4	5	4	4	17
86	4	5	4	5	18
87	4	4	4	4	16
88	5	4	5	5	19
89	4	5	4	5	18
90	4	3	5	5	17
91	4	5	5	5	19
92	3	3	4	3	13
93	4	4	4	5	17
94	4	4	5	5	18
95	4	5	4	5	18
96	5	5	4	2	16
97	3	4	4	3	14
98	4	4	4	3	15
99	5	5	5	5	20
100	5	4	4	5	18
101	4	4	4	4	16
102	3	3	3	4	13
103	5	5	4	4	18
104	5	5	5	5	20
105	4	4	4	4	16
106	4	5	5	4	18
107	4	4	4	4	16
108	4	3	3	5	15
109	5	5	5	4	19
110	5	4	5	5	19
111	5	5	5	5	20

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total X1
112	4	5	5	4	18
113	5	5	5	5	20
114	4	5	5	4	18
115	5	5	5	5	20
116	5	4	4	5	18
117	4	4	4	4	16
118	4	5	4	5	18
119	5	5	4	5	19
120	4	5	5	5	19
121	3	3	3	4	13
122	4	5	4	4	17
123	4	5	5	5	19
124	4	4	5	5	18
125	5	5	5	4	19
126	5	4	4	5	18
127	5	5	4	4	18
128	3	3	3	3	12
129	4	4	3	4	15
130	4	4	4	4	16
131	4	4	5	4	17
132	5	5	5	5	20
133	4	4	4	5	17
134	4	5	4	5	18
135	3	4	4	4	15
136	5	5	5	5	20
137	5	5	3	3	16
138	5	4	4	5	18
139	4	3	3	3	13
140	4	4	4	5	17

Variabel Kualitas Produk

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total X2
1	4	5	5	5	19
2	3	3	4	4	14
3	4	5	5	5	19
4	5	5	5	5	20
5	5	4	5	5	19

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total X2
6	5	5	4	5	19
7	4	5	4	4	17
8	4	5	4	4	17
9	5	5	4	5	19
10	4	3	2	1	10
11	4	5	5	5	19
12	4	4	4	5	17
13	4	4	5	5	18
14	5	5	5	5	20
15	4	5	4	5	18
16	5	5	5	5	20
17	4	4	4	4	16
18	5	4	5	4	18
19	5	5	5	5	20
20	5	5	5	5	20
21	5	5	4	4	18
22	3	2	2	3	10
23	3	4	4	3	14
24	5	5	5	5	20
25	4	4	4	4	16
26	4	4	4	4	16
27	5	4	4	4	17
28	3	3	4	5	15
29	4	5	4	4	17
30	4	5	5	4	18
31	4	5	5	4	18
32	4	5	4	4	17
33	4	4	5	4	17
34	5	4	5	4	18
35	4	4	4	5	17
36	4	2	4	4	14
37	4	5	5	5	19
38	4	4	3	4	15
39	4	4	4	4	16
40	4	5	4	4	17
41	5	4	5	5	19
42	4	4	4	4	16
43	4	4	4	4	16

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total X2
44	5	5	4	5	19
45	4	4	5	5	18
46	3	3	3	3	12
47	3	4	5	5	17
48	3	3	3	4	13
49	4	5	4	5	18
50	4	4	4	4	16
51	4	4	4	4	16
52	4	4	4	4	16
53	5	5	5	5	20
54	4	4	4	4	16
55	4	5	4	4	17
56	5	5	4	5	19
57	4	5	5	5	19
58	4	5	4	4	17
59	4	5	4	5	18
60	4	5	4	5	18
61	3	4	4	4	15
62	4	5	4	5	18
63	4	4	4	5	17
64	5	5	4	5	19
65	5	5	4	4	18
66	4	5	5	4	18
67	5	4	5	4	18
68	4	4	4	4	16
69	4	4	3	4	15
70	4	5	4	5	18
71	4	4	5	4	17
72	4	4	4	4	16
73	5	5	5	5	20
74	4	2	3	4	13
75	4	4	4	5	17
76	4	5	5	4	18
77	5	4	5	5	19
78	5	5	5	4	19
79	4	5	5	5	19
80	5	5	4	4	18
81	5	5	5	5	20

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total X2
82	4	4	4	5	17
83	4	4	5	5	18
84	4	4	4	4	16
85	5	5	5	4	19
86	4	4	5	5	18
87	4	4	3	3	14
88	4	5	5	4	18
89	4	5	4	4	17
90	3	3	5	3	14
91	5	5	5	5	20
92	3	4	3	3	13
93	4	5	4	5	18
94	5	5	5	4	19
95	5	5	5	5	20
96	4	2	3	4	13
97	3	3	3	4	13
98	3	3	4	3	13
99	5	4	5	5	19
100	3	4	3	4	14
101	4	4	4	4	16
102	4	4	3	4	15
103	4	5	4	5	18
104	5	5	5	5	20
105	3	5	3	4	15
106	5	5	4	5	19
107	4	4	4	4	16
108	4	5	5	5	19
109	4	4	5	4	17
110	5	5	4	5	19
111	5	5	5	5	20
112	4	5	5	5	19
113	5	4	5	5	19
114	5	5	5	5	20
115	4	5	5	5	19
116	3	5	5	5	18
117	4	4	4	4	16
118	5	4	5	5	19
119	4	4	5	5	18

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total X2
120	5	5	5	5	20
121	3	3	3	3	12
122	5	5	5	5	20
123	4	4	4	4	16
124	4	5	5	4	18
125	5	5	5	5	20
126	5	5	4	5	19
127	4	4	4	4	16
128	3	4	3	3	13
129	4	4	4	4	16
130	5	4	5	5	19
131	5	5	4	4	18
132	5	4	5	5	19
133	5	4	5	4	18
134	4	4	5	4	17
135	3	4	3	4	14
136	5	5	5	5	20
137	3	3	4	4	14
138	4	5	4	5	18
139	3	3	3	4	13
140	4	5	4	5	18

Variabel Minat Beli

No	Z1.1	Z1.2	Z1.3	Z1.4	Total Z1
1	3	3	4	3	13
2	3	3	3	4	13
3	4	4	4	4	16
4	5	5	5	5	20
5	4	4	4	4	16
6	5	5	5	5	20
7	4	4	4	4	16
8	4	4	5	4	17
9	5	5	4	5	19
10	3	4	4	4	15
11	5	5	5	5	20
12	4	4	4	4	16
13	4	4	4	4	16

No	Z1.1	Z1.2	Z1.3	Z1.4	Total Z1
14	4	4	4	5	17
15	4	5	4	5	18
16	5	4	4	5	18
17	4	4	4	4	16
18	4	4	4	4	16
19	4	5	5	4	18
20	5	5	4	4	18
21	4	4	5	4	17
22	4	4	3	3	14
23	3	3	3	3	12
24	4	5	4	5	18
25	5	5	4	4	18
26	4	4	4	4	16
27	4	4	4	5	17
28	3	4	3	3	13
29	5	5	5	5	20
30	5	5	4	5	19
31	5	5	4	5	19
32	5	5	4	4	18
33	5	4	4	4	17
34	4	5	5	5	19
35	5	4	4	5	18
36	4	4	3	5	16
37	5	5	5	5	20
38	4	4	3	4	15
39	4	4	4	4	16
40	5	4	5	4	18
41	5	5	5	5	20
42	4	4	4	4	16
43	4	4	4	4	16
44	4	4	4	5	17
45	4	4	4	5	17
46	3	3	3	3	12
47	4	4	5	5	18
48	4	4	4	4	16
49	5	5	5	5	20
50	3	3	4	4	14
51	4	4	4	4	16

No	Z1.1	Z1.2	Z1.3	Z1.4	Total Z1
52	5	4	5	4	18
53	4	5	4	5	18
54	4	4	4	4	16
55	4	4	4	4	16
56	5	5	4	4	18
57	4	4	4	5	17
58	3	4	3	4	14
59	4	5	4	5	18
60	4	4	4	5	17
61	3	4	3	3	13
62	5	4	4	5	18
63	4	4	4	5	17
64	5	5	4	5	19
65	3	4	4	5	16
66	4	5	4	5	18
67	4	4	5	4	17
68	4	4	4	4	16
69	3	4	4	4	15
70	4	4	5	5	18
71	4	5	4	5	18
72	4	4	4	4	16
73	4	5	4	5	18
74	2	3	3	3	11
75	4	5	4	5	18
76	4	5	4	4	17
77	5	5	5	4	19
78	5	4	5	4	18
79	5	5	5	5	20
80	5	4	4	4	17
81	5	5	5	5	20
82	4	4	4	4	16
83	4	4	5	3	16
84	4	4	4	4	16
85	5	5	5	5	20
86	5	5	4	5	19
87	3	4	3	4	14
88	4	4	4	4	16
89	4	4	4	4	16

No	Z1.1	Z1.2	Z1.3	Z1.4	Total Z1
90	3	3	4	3	13
91	5	5	5	5	20
92	3	3	3	2	11
93	4	4	5	4	17
94	5	5	5	5	20
95	4	4	5	5	18
96	2	4	2	3	11
97	2	3	2	3	10
98	3	3	3	3	12
99	4	5	4	4	17
100	4	4	3	3	14
101	3	3	3	3	12
102	3	3	3	4	13
103	4	5	4	5	18
104	5	5	5	5	20
105	4	4	4	4	16
106	5	5	5	4	19
107	4	4	4	4	16
108	4	4	3	3	14
109	4	5	4	5	18
110	3	4	4	5	16
111	5	4	4	4	17
112	4	4	5	5	18
113	5	5	5	5	20
114	5	4	4	4	17
115	4	4	4	5	17
116	3	3	3	5	14
117	4	4	4	4	16
118	5	4	4	5	18
119	4	5	4	5	18
120	5	5	4	4	18
121	3	3	3	3	12
122	5	5	5	5	20
123	5	5	4	4	18
124	5	5	5	4	19
125	5	5	5	5	20
126	4	5	4	5	18
127	4	4	4	4	16

No	Z1.1	Z1.2	Z1.3	Z1.4	Total Z1
128	3	3	3	3	12
129	4	4	4	4	16
130	4	5	4	4	17
131	5	4	5	5	19
132	4	5	4	5	18
133	4	5	4	5	18
134	4	5	4	4	17
135	3	4	3	4	14
136	5	5	5	5	20
137	4	4	4	3	15
138	4	4	4	5	17
139	3	4	4	4	15
140	4	5	5	5	19

Variabel Keputusan Pembelian

No	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Total Y1
1	4	3	3	3	13
2	4	3	3	4	14
3	4	5	4	4	17
4	5	5	5	5	20
5	5	4	4	4	17
6	5	5	5	4	19
7	4	4	5	4	17
8	4	4	4	4	16
9	5	5	4	5	19
10	3	3	3	4	13
11	4	4	4	5	17
12	4	4	4	4	16
13	4	4	4	4	16
14	4	4	5	5	18
15	4	5	4	5	18
16	5	5	5	5	20
17	4	4	4	4	16
18	4	5	4	5	18
19	4	4	5	4	17
20	4	5	4	4	17
21	4	4	4	4	16

No	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Total Y1
22	3	3	3	3	12
23	3	4	4	3	14
24	4	5	5	4	18
25	5	5	4	5	19
26	4	4	4	4	16
27	5	5	5	5	20
28	3	3	3	3	12
29	5	5	4	4	18
30	5	5	5	4	19
31	5	5	5	4	19
32	4	4	4	5	17
33	4	4	5	5	18
34	4	5	5	4	18
35	4	5	5	4	18
36	2	4	5	4	15
37	5	4	5	5	19
38	4	3	4	3	14
39	4	4	4	4	16
40	4	5	5	4	18
41	5	5	4	5	19
42	4	4	4	4	16
43	4	4	4	4	16
44	5	4	4	4	17
45	5	4	5	5	19
46	3	3	3	3	12
47	5	4	5	5	19
48	4	4	3	4	15
49	4	5	5	5	19
50	4	3	4	4	15
51	4	4	4	5	17
52	4	4	5	4	17
53	5	4	5	4	18
54	4	4	4	4	16
55	5	4	5	5	19
56	4	4	5	4	17
57	4	4	5	4	17
58	3	4	5	3	15
59	4	5	4	5	18

No	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Total Y1
60	4	4	4	4	16
61	4	2	4	4	14
62	4	4	5	5	18
63	4	4	4	4	16
64	4	5	4	5	18
65	3	4	5	4	16
66	4	5	5	5	19
67	4	4	5	4	17
68	4	4	4	4	16
69	3	3	3	4	13
70	5	4	5	4	18
71	4	4	5	4	17
72	4	4	4	4	16
73	5	4	5	5	19
74	2	1	3	3	9
75	4	5	4	5	18
76	4	4	5	4	17
77	5	5	5	5	20
78	4	5	4	5	18
79	5	5	4	5	19
80	4	4	5	4	17
81	5	5	4	4	18
82	5	3	5	4	17
83	4	4	4	5	17
84	3	3	4	4	14
85	5	4	5	4	18
86	4	4	5	5	18
87	3	3	4	4	14
88	5	4	4	4	17
89	4	4	4	4	16
90	4	3	4	4	15
91	5	5	5	5	20
92	3	3	3	3	12
93	3	4	4	5	16
94	5	4	5	5	19
95	5	5	5	5	20
96	2	2	2	5	11
97	3	3	4	3	13

No	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Total Y1
98	3	3	4	3	13
99	4	4	5	4	17
100	3	4	5	4	16
101	3	3	4	3	13
102	3	3	4	3	13
103	5	4	5	4	18
104	5	5	5	5	20
105	4	4	5	4	17
106	5	5	5	5	20
107	4	4	4	4	16
108	5	4	3	5	17
109	4	4	5	5	18
110	4	4	5	4	17
111	4	5	5	4	18
112	5	5	5	5	20
113	4	5	5	5	19
114	5	4	4	5	18
115	4	4	5	5	18
116	3	3	5	5	16
117	4	4	4	4	16
118	5	5	4	5	19
119	5	4	5	5	19
120	4	4	5	5	18
121	3	3	3	3	12
122	5	4	4	4	17
123	4	4	5	5	18
124	4	5	5	5	19
125	5	5	5	5	20
126	5	4	5	4	18
127	4	4	4	4	16
128	3	3	4	3	13
129	4	4	4	4	16
130	4	5	5	5	19
131	4	4	4	5	17
132	4	4	5	4	17
133	4	5	4	5	18
134	4	4	4	4	16
135	4	4	4	3	15

No	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Total Y1
136	5	5	5	5	20
137	4	4	4	3	15
138	4	4	5	4	17
139	4	3	4	4	15
140	5	4	5	4	18

LAMPIRAN 5 UJI DESKRIPSI RESPONDEN**Jenis_Kelamin**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Perempuan	105	75,0	75,0	75,0
Laki-laki	35	25,0	25,0	100,0
Total	140	100,0	100,0	

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 17-22 Tahun	112	80,0	80,0	80,0
23-28 Tahun	22	15,7	15,7	95,7
>30 Tahun	6	4,3	4,3	100,0
Total	140	100,0	100,0	

Alamat Kelurahan di Gondangrejo

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Plesungan	13	9,3	9,3	9,3
Bulurejo	16	11,4	11,4	20,7
Dayu	10	7,1	7,1	27,9
Jatikuwung	9	6,4	6,4	34,3
Jeruk Sawit	12	8,6	8,6	42,9
Karangturi	8	5,7	5,7	48,6
Kragan	9	6,4	6,4	55,0
Krendowahono	6	4,3	4,3	59,3
Rejosari	8	5,7	5,7	65,0
Selokaton	14	10,0	10,0	75,0
Tuban	10	7,1	7,1	82,1
Wonorejo	12	8,6	8,6	90,7
Wonosari	13	9,3	9,3	100,0
Total	140	100,0	100,0	

Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pelajar/Mahasiswa	74	52,9	52,9	52,9
Wiraswasta	3	2,1	2,1	55,0
Guru	2	1,4	1,4	56,4
Karyawan	55	39,3	39,3	95,7
Yang lain	6	4,3	4,3	100,0
Total	140	100,0	100,0	

Pendapatan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < Rp 500.000	53	37,9	37,9	37,9
Rp 500.000-Rp 1.000.000	41	29,3	29,3	67,1
Rp 2.000.000-Rp 3.000.000	37	26,4	26,4	93,6
> Rp 4.000.000	9	6,4	6,4	100,0
Total	140	100,0	100,0	

LAMPIRAN 6 UJI STATISTIK DESKRIPTIF

1. Variabel Harga

		Statistics				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	HargaX1
N	Valid	140	140	140	140	140
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4,22	4,31	4,24	4,32	17,09
Median		4,00	4,00	4,00	4,00	17,00
Mode		4	4	4	4	18
Std. Deviation		,576	,610	,630	,660	1,805
Minimum		3	3	3	2	12
Maximum		5	5	5	5	20
Sum		591	603	593	605	2392

2. Variabel Kualitas Produk

		Statistics				
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	KualitasProduk _X2
N	Valid	140	140	140	140	140
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4,19	4,35	4,29	4,39	17,21
Median		4,00	4,00	4,00	4,00	18,00
Mode		4	5	4	5	18
Std. Deviation		,663	,748	,723	,674	2,226
Minimum		3	2	2	1	10
Maximum		5	5	5	5	20
Sum		586	609	600	614	2409

3. Variabel Minat Beli

Statistics

		Z1	Z2	Z3	Z4	MinatBeli_ Z
N	Valid	140	140	140	140	140
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4,10	4,26	4,08	4,29	16,73
Median		4,00	4,00	4,00	4,00	17,00
Mode		4	4	4	4	18
Std. Deviation		,742	,642	,679	,713	2,313
Minimum		2	3	2	2	10
Maximum		5	5	5	5	20
Sum		574	597	571	600	2342

4. Variabel Keputusan Pembelian

Statistics

		Y1	Y2	Y3	Y4	Keputusan Pembelian _Y
N	Valid	140	140	140	140	140
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		4,11	4,08	4,36	4,26	16,81
Median		4,00	4,00	4,00	4,00	17,00
Mode		4	4	5	4	18
Std. Deviation		,717	,750	,670	,661	2,189
Minimum		2	1	2	3	9
Maximum		5	5	5	5	20
Sum		575	571	611	596	2353

LAMPIRAN 7 UJI VALIDITAS

1. Uji Validitas Variabel Harga

Correlations

		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	Harga_X1
X1_1	Pearson Correlation	1	,460**	,370**	,360**	,736**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	140	140	140	140	140
X1_2	Pearson Correlation	,460**	1	,446**	,271**	,740**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,001	,000
	N	140	140	140	140	140
X1_3	Pearson Correlation	,370**	,446**	1	,353**	,747**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	140	140	140	140	140
X1_4	Pearson Correlation	,360**	,271**	,353**	1	,695**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000		,000
	N	140	140	140	140	140
Harga_X1	Pearson Correlation	,736**	,740**	,747**	,695**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	140	140	140	140	140

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

Correlations

		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	KualitasProduk_X2
X2_1	Pearson Correlation	1	,491*	,519*	,466*	,773**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	140	140	140	140	140
X2_2	Pearson Correlation	,491**	1	,479*	,501*	,790**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	140	140	140	140	140
X2_3	Pearson Correlation	,519**	,479*	1	,570*	,813**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	140	140	140	140	140
X2_4	Pearson Correlation	,466**	,501*	,570*	1	,795**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	140	140	140	140	140
KualitasProduk_X2	Pearson Correlation	,773**	,790*	,813*	,795*	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	140	140	140	140	140

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

3. Uji Validitas Variabel Minat Beli

Correlations

		Z1	Z2	Z3	Z4	MinatBeli_Z
Z1	Pearson Correlation	1	,669**	,683**	,517**	,866**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	140	140	140	140	140
Z2	Pearson Correlation	,669**	1	,546**	,605**	,839**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	140	140	140	140	140
Z3	Pearson Correlation	,683**	,546**	1	,533**	,829**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	140	140	140	140	140
Z4	Pearson Correlation	,517**	,605**	,533**	1	,798**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	140	140	140	140	140
MinatBeli_Z	Pearson Correlation	,866**	,839**	,829**	,798**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	140	140	140	140	140

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

4. Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Keputusan Pembelian _Y
Y1	Pearson Correlation	1	,587**	,427**	,473**	,802**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	140	140	140	140	140
Y2	Pearson Correlation	,587**	1	,487**	,540**	,847**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	140	140	140	140	140
Y3	Pearson Correlation	,427**	,487**	1	,355**	,720**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	140	140	140	140	140
Y4	Pearson Correlation	,473**	,540**	,355**	1	,751**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	140	140	140	140	140
Keputusan Pembelian_Y	Pearson Correlation	,802**	,847**	,720**	,751**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	140	140	140	140	140

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

LAMPIRAN 8 UJI RELIABILITAS

1. Uji Reliabilitas Variabel Harga

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,704	4

2. Uji Reliabilitas Kualitas Produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,802	4

3. Uji Reliabilitas Minat Beli

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,852	4

4. Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,787	4

LAMPIRAN 9 UJI ASUMSI KLASIK

1. Uji Normalitas (Monte Carlo) Persamaan I

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			140
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		,0000000
	Std. Deviation		1,39889896
Most Extreme Differences	Absolute		,100
	Positive		,061
	Negative		-,100
Test Statistic			,100
Asymp. Sig. (2-tailed)			,002 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		,112 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,104
		Upper Bound	,120

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

2. Uji Normalitas (Monte Carlo) Persamaan II

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			140
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		,0000000
	Std. Deviation		,96293855
Most Extreme Differences	Absolute		,092
	Positive		,092
	Negative		-,081
Test Statistic			,092
Asymp. Sig. (2-tailed)			,006 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		,175 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,165
		Upper Bound	,185

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 299883525.

3. Uji Heteroskedastisitas Persamaan I

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,076	,713		2,912	,004
	Harga_X1	,019	,059	,038	,315	,753
	KualitasProduk_X2	-,076	,048	-,193	-1,593	,113

a. Dependent Variable: ABS_RES1

4. Uji Heteroskedastisitas Persamaan II

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,260	,536		2,349	,020
	Harga_X1	-,063	,049	-,172	-1,282	,202
	KualitasProduk_X2	,055	,041	,185	1,352	,179
	MinatBeli_Z	-,026	,040	-,090	-,645	,520

b. Dependent Variable: ABS_RES2

5. Uji Multikolinearitas Persamaan I

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-,263	1,149		-,229	,819		
	Harga_X1	,520	,095	,406	5,476	,000	,486	2,058
	KualitasProduk_X2	,471	,077	,453	6,118	,000	,486	2,058

a. Dependent Variable: MinatBeli_Z

6. Uji Multikolinearitas Persamaan II

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,375	,794		,472	,638		
	Harga_X1	,183	,072	,151	2,528	,013	,399	2,508
	KualitasProduk_X2	,252	,060	,256	4,195	,000	,382	2,620
	MinatBeli_Z	,536	,059	,567	9,085	,000	,366	2,734

a. Dependent Variable: KeputusanPembelian_Y

LAMPIRAN 10 UJI KETETAPAN MODEL

1. Uji Koefisien Determinasi Persamaan I

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,796 ^a	,634	,629	1,40907

d. Predictors: (Constant), Kualitasproduk_X2, Harga_X1

2. Uji Koefisien Determinasi Persamaan II

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,898 ^a	,806	,802	,97350

a. Predictors: (Constant), MinatBeli_Z, Harga_X1, KualitasProduk_X2

3. Uji F Persamaan I

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	471,674	2	235,837	118,780	,000 ^b
	Residual	272,012	137	1,985		
	Total	743,686	139			

a. Dependent Variable: MinatBeli_Z

e. Predictors: (Constant), KualitasProduk_X2, Harga_X1

4. Uji F Persamaan II

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	536,905	3	178,968	188,844	,000 ^b
	Residual	128,888	136	,948		
	Total	665,793	139			

a. Dependent Variable: KeputusanPembelian_Y

b. Predictors: (Constant), MinatBeli_Z, Harga_X1, KualitasProduk_X2

LAMPIRAN 11 ANALISIS LINIER BERGANDA

1. Analisis Linier Berganda Persamaan 1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,263	1,149		-,229	,819
	Harga_X1	,520	,095	,406	5,476	,000
	KualitasProduk_X2	,471	,077	,453	6,118	,000

a. Dependent Variable: MinatBeli_Z

2. Analisis Linier Berganda Persamaan II

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,375	,794		,472	,638
	Harga_X1	,183	,072	,151	2,528	,013
	KualitasProduk_X2	,252	,060	,256	4,195	,000
	MinatBeli_Z	,536	,059	,567	9,085	,000

a. Dependent Variable: KeputusanPembelian_Y

LAMPIRAN 12 UJI T

1. Uji T Persamaan I

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,263	1,149		-,229	,819
	Harga_X1	,520	,095	,406	5,476	,000
	KualitasProduk_X2	,471	,077	,453	6,118	,000

a. Dependent Variable: MinatBeli_Z

2. Uji T Persamaan II

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,375	,794		,472	,638
	Harga_X1	,183	,072	,151	2,528	,013
	KualitasProduk_X2	,252	,060	,256	4,195	,000
	MinatBeli_Z	,536	,059	,567	9,085	,000

a. Dependent Variable: KeputusanPembelian_Y

LAMPIRAN 13 HASIL TURNITIN



LAMPIRAN 14 DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Rarastika Diyah Ayu Ningtyas

Tempat/Tgl Lahir : Karanganyar, 13 April 2001

Jenis Kelamin : Perempuan

Alamat : Bulurejo 02/04, Bulurejo, Gondangrejo, Karanganyar

Agama : Islam

Nomor Telepon : 087804836770

Email : rarastika29@gmail.com

Status : Belum Menikah

Riwayat Pendidikan

Periode	Sekolah/ Institusi
2005-2007	TK Dharma Wanita
2007-2012	SD N 1 Bulurejo
2013-2015	SMP N 1 Gondangrejo
2016-2019	SMA N Gondangrejo
2019-2023	UIN Raden Mas Said Surakarta