

PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT CHIP MOTOR INDONESIA

¹Mutmainnah, ²Ahmad Dimiyati

^{1,2}Prodi Manajemen S1, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang
E-mail: dosen01720@unpam.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of partially and simultaneously between Price and Promotion of Purchasing decisions on PT CHIP Motor Indonesia. This research method is quantitative descriptive research type and uses data collection methods using a questionnaire instrument. The population in this study amounted to 523 respondents and the sample in this study amounted to 84 respondents and used random sampling techniques. While the data analysis method uses statistical formulas namely by testing the instrument validity test, reliability test, product moment correlation coefficient test, determination coefficient test, autocorrelation test, heterocedasticity test, multiple linear regression test, and hypothesis testing. The results of the study are based on data analysis, there is a significant positive effect between price on the purchase decision of PT CHIP Motor Indonesia with $t_{count} > t_{table}$ ($1,848 > 1,664$) and $sig < 0.05$ ($0,68 < 0,05$) then H_a is rejected H_o be accepted. There is a significant positive influence between promotion of PT CHIP Motor Indonesia purchasing decisions with the t value $> t$ table ($8,782 > 1,664$) and $sig < 0.05$ ($0,000 < 0,05$) then H_a is rejected H_o is accepted. Simultaneous testing shows Price and Promotion jointly influence the Purchase Decision, this is evidenced by the regression equation $Y = 5,388 + 0,224 + 0,675X_2 + e$ with a constant of 5.388 stating that without the Price (X_1) and Promotion (X_2) variables then the Purchase Decision (Y) remains formed at 5.388 or if the Price (X_1) and Promotion (X_2) value = 0 then the Purchase Decision still has a value of 5.388. The results of the determination coefficient $R^2 = 0,655$, meaning that the variable Price (X_1) Promotion (X_2) has a contribution of 65.5% to the Purchasing Decision (Y) and the remaining 34.5% is influenced by other variables. Hypothesis test results simultaneously indicate the value of $f_{arithmic} > f_{table}$ that is $76,886 > 3,11$ and $sig < 0,05$ or $0,000 < 0,05$ H_a rejected H_o is accepted, which means there is a significant positive influence between Price and Promotion of purchasing decisions at PT CHIP Motor Indonesia.

Keywords : Price, Promotion and Purchasing Decisions

ABSTRAK

Penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh secara parsial dan Simultan antara Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada PT CHIP Motor Indonesia. Metode penelitian ini adalah berjenis penelitian deskriptif kuantitatif dan menggunakan metode pengumpulan data menggunakan instrumen kuesioner. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 523 responden dan sampel dalam penelitian ini berjumlah 84 responden dan menggunakan teknik random sampling. Sedangkan metode analisa data menggunakan rumus-rumus statistik yaitu dengan teknik pengujian instrumen uji validitas, uji reliabilitas, uji koefisien korelasi product moment, uji koefisien determinasi, uji autokorelasi, uji heterokedastisitas, uji regresi linier berganda, dan uji hipotesis. Hasil penelitian berdasarkan analisa data, “Terdapat pengaruh positif signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian PT CHIP Motor Indonesia dengan nilai t hitung $> t$ tabel ($1,848 > 1,664$) dan $sig < 0,05$ ($0,68 < 0,05$) maka H_a ditolak H_o diterima. “Terdapat pengaruh positif signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian PT Sarana CHIP Motor Indonesia dengan nilai t hitung $> t$ tabel ($8,782 > 1,664$) dan $sig < 0,05$ ($0,000 < 0,05$) maka H_a ditolak H_o diterima. Pengujian secara simultan menunjukkan Harga dan Promosi berpengaruh secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian, “hal ini dibuktikan dengan persamaan regresi $Y = 5,388 + 0,224 + 0,675X_2 + e$ dengan konstanta sebesar 5,388 menyatakan bahwa tanpa ada variabel Harga (X_1) dan Promosi (X_2) maka Keputusan Pembelian (Y) tetap terbentuk sebesar 5,388 atau jika Harga (X_1) dan Promosi (X_2) nilainya = 0 maka Keputusan Pembelian tetap memiliki nilai 5,388. Hasil koefisien Determinasi $R^2 = 0,655$, artinya variabel Harga (X_1) Promosi (X_2) memiliki kontribusi sebesar 65,5% terhadap Keputusan Pembelian (Y) dan sisanya 34,5% dipengaruhi variabel lain. Hasil uji

hipotesis secara simultan menunjukkan nilai f hitung $> f$ tabel yaitu $76,886 > 3,11$ dan $\text{sig} < 0,05$ atau $0,000 < 0,05$ H_0 ditolak H_0 diterima yang artinya terdapat pengaruh positif yang signifikan antara Harga dan Promosi terhadap keputusan pembelian pada PT CHIP Motor Indonesia.

Kata Kunci: Harga, Promosi dan Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha di Indonesia akhir-akhir ini berkembang dengan sangat pesat. Hal ini terlihat dengan banyaknya bermunculan jenis usaha dan industri Indonesia, hal ini mengakibatkan tingkat persaingan di dunia usaha juga semakin ketat, sehingga masing-masing jenis usaha atau industri berlomba-lomba untuk memenangkan persaingan tersebut, persaingan ini juga terjadi pada usaha PT Chip Motor Indonesia. Keadaan ini membuat perusahaan memikirkan bagaimana caranya agar dapat bersaing. Oleh karena itu pemasaran adalah salah satu kegiatan yang harus dilakukan sebuah perusahaan dalam menghadapi persaingan, pengembangan usaha dan untuk mendapatkan laba, sehingga perusahaan dapat mengembangkan produknya, menetapkan harga, mengadakan promosi dan mendistribusikan barang dengan efektif. Semakin pesatnya perkembangan dunia usaha, maka perusahaan kecil berkembang menjadi perusahaan yang lebih besar sehingga muncul banyak persaingan. Pendirian suatu perusahaan, pada dasarnya untuk jangka waktu tak terbatas karena hasil yang dicapai akan terlihat setelah kurun waktu yang akan datang dan bersifat profit oriented dengan tujuan mendapatkan laba maksimal.

Pada umumnya setiap perusahaan memiliki tujuan untuk dapat tetap hidup dan berkembang, tujuan itu dapat dicapai melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan hasil penjualan dengan menerapkan berbagai strategi pemasaran dengan melihat situasi dan kondisi pasar serta posisi perusahaan dipasar saat ini. Untuk mempertahankan dan meningkatkan total penjualan perlu diadakan harga yang tepat. Perencanaan dan pengendalian yang matang berpengaruh terhadap semua aktivitas dalam perusahaan, karena dengan melakukan suatu pengendalian dapat diketahui adanya penyimpangan yang terjadi serta dapat menghindari suatu aktivitas yang tidak terarah dan tidak terkontrol. Salah satu alat yang digunakan untuk perencanaan dan pengendalian biaya produksi tersebut adalah anggaran, karena pengendalian yang efektif membutuhkan perangkat atau wadah informasi guna mengkomunikasikan hasil perencanaan pada seluruh tingkatan manajemen. Perangkat/wadah tersebut dinamakan anggaran fleksibel (*budgetflexible*).

Anggaran menggambarkan rencana untuk masa yang akan datang yang akan diekspresikan dalam istilah-istilah keuangan formal. Anggaran fleksibel merupakan anggaran yang disusun berdasarkan beberapa tingkat aktivitas yang dilakukan. Anggaran fleksibel dapat menjadi salah satu alternatif atau pemilihan dalam memberikan solusi pada pengukuran kinerja yang memberikan akibat lanjut bagi kemampuan mengantisipasi perubahan-perubahan yang terjadi pada tingkat aktivitas dalam periode anggaran dan dapat digunakan untuk produksi. Banyaknya kompetitor-kompetitor yang sejenis nampaknya masih menjadi hambatan bagi perusahaan khususnya pada PT Chip Motor Indonesia, kesiapan produk berdasarkan keinginan dan kebutuhan konsumen merupakan kunci dari kegiatan promosi namun promosi perusahaan tidak dapat hanya personal selling dalam melakukan penjualan.

Dengan semakin meningkatnya persaingan yang ada, perusahaan harus mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penetapan harga agar dapat melakukan perbaikan dan inovasi yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan setelah melakukan transaksi di PT Chip Motor Indonesia.

PT Chip Motor Indonesia merupakan sebuah perusahaan yang menjual Sparepart dan Aksesorie Motor dengan kualitas barang yang baik, hal tersebut dikarenakan pada PT CMI memiliki barang yang kuat dan tahan lama. Kebijakan dalam penetapan harga yang dilakukan oleh perusahaan masih belum optimal, karena dengan kebijakan yang telah diberikan oleh perusahaan masih belum bisa bersaing, kebijakan yang telah diambil oleh perusahaan masih belum bisa menarik minat konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan, dengan kata lain konsumen masih belum terpuaskan dengan harga yang ditetapkan oleh perusahaan. Adapun pendapatan penjualan PT Chip Motor Indonesia mengalami pertumbuhan yang tidak menentu, pada tahun 2018 semester I terjadi peningkatan jumlah penjualan sebesar Rp. 40.462.000, namun pada tahun 2018 semester II mengalami penurunan sebesar Rp. 53.590.500, terjadi peningkatan pada tahun 2019 semester I sebesar Rp. 86.760.080, dan terjadi peningkatan pada tahun 2019 semester II sebesar Rp.60.394.120 dan berikutnya. hal itu membuat perusahaan harus lebih memperhatikan aspek-aspek yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian salah satunya adalah harga. Oleh karena itu diharapkan perusahaan dapat menyesuaikan harga terhadap kompetitor agar dapat bersaing dan meningkatkan keputusan pembelian.

Tabel 1. Daftar Perbandingan Harga PT Chip Motor Indonesia dan PT Aspira

No	Nama Barang	Harga PT CMI	Harga PT Aspira
1	Rantai Motor	80.000	85.000
2	Gear	15.000	145.000
3	Ban	600.000	575.000
4	Knalpot	350.000	400.000
5	Stang	80.000	75.000
6	Pelek	500.000	485.000
7	Spakbor	350.000	370.000
8	Busi	150.000	180.000
9	Jok Motor	150.000	140.000

Sumber: PT Chip Motor Indonesia dan PT Aspira (2020)

Dari tabel diatas dapat diuraikan bahwa harga yang terdapat di PT Chip Motor Indonesia dan PT Aspira mengalami perbandingan yang relatif sedikit. Pada PT Chip Motor Indonesia harga yang ditawarkan pada daftar harga barang Knalpot, Spakbor dan Busi relatif lebih rendah, sedangkan pada harga Gear, Ban, Stang, Pelek, Jok Motor relatif lebih rendah.

Tabel 2. Penjualan Tahun 2019 PT Chip Motor Indonesia

No	Bulan	Harga PT CMI
1	Jan	Rp. 84.541.300,-
2	Feb	Rp. 127.004.000,-
3	Mar	Rp.73.413.500,-
4	Apr	Rp. 160.173.580,-
5	Mei	Rp.130.567.700,-
6	Jun	Rp.165.445.500,-
7	Jul	Rp.140.732.300,-
8	Agust	Rp.179.580.500,-
9	Sept	Rp.160.358.200,-
10	Okt	Rp.200.434.600,-
11	Nov	Rp.217.763.000,-
12	Des	Rp.157.668.600,-

Sumber: Laporan Penjualan PT Chip Motor Indonesia (2020)

Dari tabel dapat dilihat pendapatan penjualan PT Chip Motor Indonesia mengalami pertumbuhan yang tidak menentu, pada bulan Februari terjadi peningkatan penjualan sebesar Rp. 42.462.600, pada Maret mengalami penurunan sejumlah Rp. 53.590.400, terjadi peningkatan bulan April sejumlah Rp. 86.760.070, dan terjadi peningkatan pada bulan Mei sebesar Rp.60.394.110 dan berikutnya. “Hal tersebut membuat perusahaan harus lebih memperhatikan aspek-aspek yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian, salah satunya adalah harga. “Oleh karena itu diharapkan perusahaan dapat menyesuaikan harga terhadap kompetitor agar dapat bersaing dan meningkatkan keputusan pembelian”.

Berdasarkan pada latar belakang masalah yang terjadi diatas maka diajukan penelitian dengan judul “PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT CHIP MOTOR INDONESIA”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu hasil penelitian tetapi tidak digunakan membuat kesimpulan yang lebih luas, sedangkan pedekata kuantitatif merupakan penelitian yang berlandaskan pada filsafat positifisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian analisis data bersifat kuantitatif/stastistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah di tetapkan. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah konsumen pada PT Chip Motor Indoneisa dengan kriteria pemilihan responden menggunakan teknik *sampling probability sampling* dan pendekatan *simple random sampling* dengan menggunakan rumus Slovin. Data penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data sekunder dan primer. Data sekunder didapat dari literatur buku, jurnal yang menghasilkan sejumlah pertanyaan sebagai daftar isian kuisisioner. Sedangkan data primer merupakan data yang diperoleh dari hasil kuesioner yang sudah dibagikan kepada responden.

Pengumpulan data adalah usaha yang dilakukan agar memperoleh berbagai info dalam penelitian yang nantinya dipakai dalam pengukuran variabel. Menurut Sugiyono (2016:137) metode pengumpulan data adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat dibuktikan, dikembangkan suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah (Sugiyono, 2016).

1. Studi Pustaka

Menurut Sugiyono (2016:140) Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan membaca buku-buku, literatur, jurnal-jurnal, referensi yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan (Sugiyono, 2016).

2. Studi Lapangan

a. Kuisisioner

Menurut Sugiyono (2012:137) kuisisioner adalah tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada reponden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2012). Serta merupakan tehnik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan dari responden. Kuisisioner juga cocok digunakan jika jumlah responden cukup besar dan tersebar diwilayah yang luas. Penyebaran instrumen kuisisioner dalam penelitian ini diberikan kepada responden / konsumen yang pernah membeli aksesoris motor (PT CHIP Motor Indonesia) sesuai dengan jumlah sampel yang telah ditentukan.

b. Observasi

Observasi merupakan tehnik pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan (Riduwan 2014:104). Dalam observasi/pengamatan, penulis melakukan pengamatan langsung ke lokasi penlitian kepada responden / konsumen serta terkait dengan harga, promosi dan keputusan pembelian produk baja ringan (PT Chip Motor Indonesia).

Dalam penelitian ini yang dijadikan populasi adalah pelanggan PT CHIP Motor Indonesia mengacu data transaksi penjualan pada bulan Jan sampai dengan bulan Des 2020 sebanyak 513 Konsumen. Penulis menggunakan tehnik pengambilan sampel yang digunakan untuk menentukan ukuran sampel yaitu menggunakan rumus Slovin (Siregar, 2014). Rumus:

$$n = \frac{N}{1 + n \cdot (e)^2}$$

Keterangan:

n = Sampel

N = pelanggan

e = Kesalahan dalam mengambil sampel yang ditetapkan sebesar 10%

Di dalam penelitian ini sampel yang diambil sesuai dengan rumus ukuran sampel diatas adalah :

$$n = \frac{513}{1 + 513 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{513}{1 + 513 (0,01)}$$

$$n = \frac{513}{1 + 5,24}$$

$$n = \frac{513}{6,24}$$

$$n = 82,211$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, jadi sampel yang diperoleh sejumlah 82 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Untuk menguji instrumen, penulis menggunakan analisis SPSS. “Menurut Sugiyono (2014:182), syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat “valid” yakni jika nilai koefisien korelasi lebih > dari r tabel. Maka dari itu kalau koefisien korelasi < dari r tabel nilai koefisien korelasi disebut “tidak valid” (Sugiyono, 2014).

Tabel 3. Rangkuman Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian (X1)

No Kuisiонер	Koefisiensi Korelasi	R Tabel	Keterangan
1	0,478	0,216	Valid
2	0,563	0,216	Valid
3	0,563	0,216	Valid
4	0,547	0,216	Valid
5	0,630	0,216	Valid
6	0,695	0,216	Valid
7	0,628	0,216	Valid
8	0,564	0,216	Valid

Sumber: Data Pengolahan SPSS versi 25

Tabel 4. Rangkuman Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian (X2)

No Kuisiонер	Koefisiensi Korelasi	R Tabel	Keterangan
1	0,636	0,216	Valid
2	0,684	0,216	Valid
3	0,645	0,216	Valid
4	0,570	0,216	Valid
5	0,720	0,216	Valid
6	0,734	0,216	Valid

7	0,560	0,216	Valid
8	0,809	0,216	Valid
9	0,739	0,216	Valid
10	0,754	0,216	Valid

Sumber: Data Pengolahan SPSS versi 25

Tabel 5. Rangkuman Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian (Y)

No Kuisisioner	Koefisiensi Korelasi	R Tabel	Keterangan
1	0,586	0,216	Valid
2	0,788	0,216	Valid
3	0,734	0,216	Valid
4	0,769	0,216	Valid
5	0,794	0,216	Valid
6	0,696	0,216	Valid
7	0,699	0,216	Valid
8	0,756	0,216	Valid
9	0,783	0,216	Valid
10	0,737	0,216	Valid

Sumber: Data Pengolahan SPSS versi 25

Berdasarkan ketiga tabel diatas maka dapat disimpulkan semua variabel dinyatakan valid, karena r hitung $>$ t tabel.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen yang dalam hal ini bisa digunakan lebih dari satu kali, paling tidak digunakan bagi responden yang sama (Umar, 2013). Suatu instrumen dinyatakan *Reliabel* apabila koefisiensi reliabelnya minimal 0,6.

Tabel 6. Rangkuman Analisa Uji Reliabilitas

No	Variabel	Alpha Cronbach	Syarat	Keterangan
1	Harga (X_1)	0,720	0,60	Reliabel
2	Promosi (X_2)	0,873	0,60	Reliabel
3	Keputusan Pembelian (Y)	0,903	0,60	Reliabel

Sumber: Data Pengolahan SPSS versi 25

Berdasarkan tabel tersebut disimpulkan bahwa seluruh pernyataan pada kuesioner dikatakan Reliabel dan baik sehingga bias digunakan dalam penelitian ini.

Uji Regresi Linear Berganda

Berdasarkan uji program SPSS diperoleh hasil regresi linear berganda seperti tabel di bawah:

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.	Collinearity Statistics Tolerance
		Coefficients		Coefficients Beta			
		B	Std.Error				
1	(Constant)	5.288	3.146		1.713	.091	
	X1	.324	.121	.150	1.848	.068	.649
	X2	.775	.077	.712	8.782	.000	.649

Sumber: Data Pengolahan SPSS versi 25

Berdasarkan tabel tersebut diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 5,288 + 0,324X_1 + 0,775X_2 + e$$

Persamaan regresi tersebut mempunyai makna sebagai berikut:

“Konstanta sejumlah 5,833 menyatakan bahwa tanpa ada variabel Strategi Harga (X1) dan Promosi (X2) maka Keputusan Pembelian (Y) tetap terbentuk sebesar 5,288 dan atau jika Harga (X1) dan Promosi (X2) nilainya = 0 maka Keputusan Pembelian tetap memiliki nilai 5,288. “Artinya pelanggan akan tetap membeli produk PT CHIP Motor Indonesia meskipun Harga dan Promosi yang diberikan kurang, karena pada dasarnya pelanggan membutuhkan barang yang ada di PT CHIP Motor Indonesia”. Variabel Harga (X1) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y) dengan nilai koefisien sebesar 0,324. “Artinya jika variabel Harga (X1) meningkat satu-satuan dengan asumsi bahwa variabel Promosi (X2) tetap, maka keputusan pembelian (y) akan meningkat sebesar 0,324”. Variabel Promosi (X2) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (y) dengan nilai koefisien sebesar 0,775. “Artinya jika variabel promosi (X2) meningkat satu-satuan dengan asumsi bahwa variabel harga (X1) tetap, maka keputusan pembelian (y) akan meningkat sebesar 0,775”.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	Model Summary ^b						
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change R Square	Change F	Change dfl
1	.709 ^a	.555	.546	2.203	.555	66.886	2

Sumber: Data Pengolahan SPSS versi 25

“Berdasarkan tabel tersebut hasil perhitungan dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R square) yang diperoleh sebesar 0,555 atau 55,5%. Hal ini berarti bahwa

Harga (X1) dan Promosi (X2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan pembelian (Y) PT CHIP Motor Indonesia sebesar 55,5%. Dan sisanya sebesar 44,5% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini”.

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 9. Hasil Uji Parsial (uji t)

Model		Unstandardized		Standardized	T	Sig.	Collinearity Statistics Tolerance
		Coefficients		Coefficients Beta			
		B	Std.Error				
1	(Constant)	5.288	3.146		1.713	.091	
	X1	.324	.121	.150	1.748	.068	.649
	X2	.775	.077	.712	8.782	.000	.649

Sumber: Data Pengolahan SPSS versi 25

Pengaruh variabel (X1) dan (X2) terhadap (Y) bisa dilihat dari arah tanda dan tingkat signifikansi dimana semua variabel memiliki arah positif dan berpengaruh signifikan karena nilai signifikansi kurang dari 0,05. Atau pada t tabel dengan nilai signifikansi 0,0 maka diperoleh:

1. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian

“Hasil uji parsial atau uji t antara harga terhadap keputusan pembelian memperoleh nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($1,748 > 1,664$) dan $\text{sig} < 0,05$ ($0,68 < 0,05$) sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima adalah “terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada PT CHIP Motor Indonesia”.

2. Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian

“Hasil uji parsial atau uji t antara promosi terhadap keputusan pembelian memperoleh nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($8,782 > 1,664$) dan $\text{sig} < 0,05$ ($0,000 < 0,05$) sehingga H_a diterima dan H_0 ditolak adalah “terdapat pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada PT CHIP Motor Indonesia”

Uji Simultan (Uji F)

Uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependennya. Hasil perhitungan Uji F bisa dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 10. Uji Simultan (uji F)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1477.665	2	688.832	66.886	.000 ^b
	Residual	731.037	81	10.260		
	Total	1408.702	83			

Sumber: Data Pengolahan SPSS versi 25

“Hasil uji F dapat diperoleh nilai F hitung > F tabel, yaitu $66,886 > 3,11$ dan $\text{sig} < 0,05$ atau $0,000 < 0,05$ sehingga terdapat pengaruh harga dan promosi secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada PT CHIP Motor Indonesia”.

KESIMPULAN

1. Data menunjukkan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan hasil uji validitas r hitung ($0,478$) > r tabel ($0,300$), artinya pernyataan nomor 1 adalah harga (X_1) dinyatakan valid. Hasil uji reliabilitas ($0,720$) > r tabel ($0,600$) dengan ketentuan $\alpha = 5\%$, maka besar r tabel = $0,6$. Artinya, hasil kuesioner variabel harga (X_1) dinyatakan Reliabel. Hasil uji hipotesis secara simultan menunjukkan nilai t hitung > t tabel ($1,848 > 1,664$) dan $\text{sig} < 0,05$ ($0,68 < 0,05$) maka H_a ditolak H_o diterima artinya terdapat pengaruh positif yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian pada PT CHIP Motor Indonesia.
2. Data menunjukkan promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan hasil uji validitas r hitung ($0,636$) > r tabel ($0,300$) berarti pernyataan nomor 2 yaitu promosi (X_2) dinyatakan valid. Hasil uji reliabilitas r ($0,873$) > r tabel ($0,600$) dengan ketentuan $\alpha = 5\%$ maka besar r tabel = $0,6$ artinya, hasil kuesioner variabel promosi (X_2) dinyatakan Reliabel. Hasil uji hipotesis secara simultan menunjukkan nilai t hitung > t tabel ($8,782 > 1,664$) dan $\text{sig} < 0,05$ ($0,000 < 0,05$) maka H_a ditolak H_o diterima yang artinya terdapat pengaruh positif yang signifikan antara promosi terhadap Keputusan Pembelian pada PT CHIP Motor Indonesia.
3. Data menunjukkan harga dan promosi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dengan hasil uji validitas r hitung ($0,586$) > r tabel ($0,300$) berarti pernyataan nomor 3 yaitu keputusan pembelian (Y) dinyatakan valid. Hasil uji reabilitas ($0,903$) > r tabel ($0,600$) dengan ketentuan $\alpha = 5\%$ maka besar r tabel = $0,6$ artinya, hasil kuesioner variabel keputusan pembelian (Y) dinyatakan Reliabel. Hasil regresi linier berganda $Y = 5,288 + 0,324 + 0,775X_2 + e$ dengan konstanta $5,288$ menyatakan bahwa tanpa ada variabel harga (X_1) dan promosi (X_2) maka keputusan pembelian (Y) tetap terbentuk sebesar $5,288$ atau jika harga (X_1) dan promosi (X_2) nilainya = 0 maka keputusan pembelian tetap memiliki nilai $5,288$. Hasil koefisien Determinasi $R^2 = 0,555$, artinya variabel harga (X_1) dan promosi (X_2) memiliki kontribusi sebesar $55,5\%$ terhadap keputusan pembelian (Y) dan sisanya $44,5\%$ dipengaruhi variabel lain. Hasil uji hipotesis secara simultan menunjukkan nilai f hitung > f tabel yaitu $66,886 > 3,11$ dan $\text{sig} < 0,05$ atau $0,000 < 0,05$ H_a ditolak H_o

diterima artinya terdapat pengaruh positif yang signifikan antara harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada PT CHIP Motor Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Siregar, S. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*. Kencana.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Umar, H. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Rajawali.