

BAB III

METODA PENELITIAN

3.1. Strategi Penelitian

Menurut Sugiyono (2018), metoda penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Sesuai dengan tujuan dari penelitian ini, yaitu memperoleh pemaparan yang objektif mengenai Pengaruh Kualitas produk (X_1), Citra merek (X_2) dan Desain produk (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada PT. Artha Sentra Oto, maka jenis penelitian yang digunakan adalah metoda kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Metoda penelitian kuantitatif adalah satu bentuk penelitian ilmiah yang mengkaji satu bentuk permasalahan dari suatu fenomena, serta melihat kemungkinan kaitan atau hubungan-hubungannya antar variabel dalam permasalahan yang ditetapkan. Kaitan atau hubungan yang dimaksud bisa berbentuk hubungan kausalitas atau fungsional (Indrawan dan Yuniawati, 2014:51).

Menurut Sujarweni (2015 : 122) Statistik deskriptif berusaha untuk menggambarkan berbagai karakteristik data yang berasal dari suatu sample. Statistik deskriptif seperti mean, median, modus, presentil, desil, quartile, dalam bentuk analisis angka maupun gambar/diagram. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif. Data kuantitatif dalam penelitian ini merupakan data yang dikumpulkan dari responden mengenai pendapat responden terhadap variabel-variabel yang diteliti yang disajikan dalam bentuk skala *likert*.

3.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi penelitian

Menurut Sugiyono (2018) populasi adalah wilayah yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penelitian ini dilakukan pada PT. Artha Sentra Oto dengan kriteria sebagai konsumen pada PT.

Artha Sentra Oto yang telah melakukan keputusan pembelian motor Honda PCX. Populasi dalam penelitian ini adalah 71 orang telah melakukan pembelian Honda PCX 150cc di PT. Artha Sentra Oto Jakarta sesuai dengan data perusahaan periode 2020.

3.2.2. *Sampling* dan sampel penelitian

Sugiyono (2018:131) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari total dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi tersebut, dengan kata lain sampel merupakan metode dalam suatu penelitian yang dilakukan dengan cara mengambil sebagian atas setiap populasi yang hendak akan di teliti. Metode Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan jenis *Non probability sampling* dengan teknik *Purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2018:136) *Non probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dengan tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama kepada setiap anggota populasi saat akan dipilih sebagai sampel. Sedangkan teknik *Purposive sampling* Menurut Sugiyono (2018:138) adalah pengambilan sampel dengan menggunakan beberapa pertimbangan tertentu. Kriteria responden yang dapat digunakan untuk menjadi sampel dalam penelitian ini :

Konsumen yang pernah melakukan pembelian terkait Honda PCX 150cc di PT. Artha Sentra Oto Jakarta.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini didapat dengan teknik pengambilan sampel (teknik *sampling*) *Nonprobability Sampling* dengan *Sampling* Jenuh. Peneliti menggunakan teknik *sampling* ini karena jumlah populasi sebanyak 71 orang. Menurut Riduwan (2016:64), “*sampling* jenuh ialah teknik pengambilan sampel apabila semua populasi digunakan sebagai sampel dan dikenal juga dengan istilah *sensus*”. Maka *Sampling* jenuh dilakukan dengan sampel 71 orang yang melakukan pembelian Honda PCX 150cc di PT. Artha Sentra Oto

3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data

Data terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder sebagai berikut:

3.3.1. Data penelitian

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder, dengan penjelasan sebagai berikut

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber data utama (Sugiyono, 2018). Untuk mendapatkan data primer, peneliti harus mengumpulkan secara langsung. Data primer ini untuk mendapatkan responden tentang pengaruh kualitas produk, citra merek, dan desain produk terhadap keputusan pembelian motor Honda PCX (Studi Kasus pada PT. Artha Sentra Oto) yang diperoleh langsung oleh responden berdasarkan penyebaran kuesioner kepada konsumen pada PT. Artha Sentra Oto.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalkan lewat orang lain atau dokumen (Sugiyono 2018). Dapat dikatakan data sekunder merupakan data yang diperoleh selain dari kuesioner dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti. Sumber data yang digunakan oleh peneliti selain kuesioner dan wawancara adalah dokumen, buku, jurnal-jurnal, dan internet.

3.3.2. Metoda pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti adalah:

1. Observasi

Menurut Sugiyono (2018), Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses tersusun dari berbagai proses biologis maupun psikologis. Teknik ini digunakan apabila penelitian berkenan dengan perilaku manusia, proses

kerja, gejala-gejala alam, dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar, Observasi dilakukan untuk mengamati keadaan yang ada di lapangan pada saat mengadakan penelitian pendahuluan.

2. Wawancara (*Interview*)

Menurut Sugiyono (2018), *Interview* digunakan sebagai teknik pengambilan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menentukan permasalahan yang akan diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

3. Angket (Kuesioner)

Menurut Sugiyono (2018), Kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Apabila ada kesulitan dalam memahami kuesioner, responden bisa langsung bertanya kepada peneliti. Angket ini digunakan untuk mendapatkan informasi mengenai kualitas produk, citra merek dan desain produk terhadap keputusan pembelian motor Honda PCX (studi kasus pada PT. Artha Sentra Oto) dengan menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono, (2018), skala *likert* yaitu sebuah instrument atau alat ukur yang mewajibkan pengamat untuk menetapkan subyek kepada kategori atau kontinum dengan memberikan nomor atau angka pada kategori tersebut.

4. Studi Kepustakaan

Dalam studi kepustakaan ini peneliti mengumpulkan dan mempelajari berbagai teori dan konsep dasar yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Teori dan konsep dasar tersebut peneliti memperoleh dengan cara menelaah berbagai macam sumber seperti buku, jurnal, dan bahan bacaan yang relevan. Menurut Martono (2016: 100) studi pustaka dilakukan untuk memperkaya pengetahuan mengenai berbagai konsep yang akan digunakan sebagai dasar atau pedoman dalam proses penelitian. Peneliti juga menggunakan studi pustaka dalam teknik pengumpulan data. Studi pustaka dalam teknik pengumpulan data ini merupakan jenis data sekunder yang

digunakan untuk membantu proses penelitian, yaitu dengan mengumpulkan informasi yang terdapat dalam artikel surat kabar, buku-buku, maupun karya ilmiah pada penelitian sebelumnya. Tujuan dari studi pustaka ini adalah untuk mencari fakta dan mengetahui konsep metoda yang digunakan.

3.4. Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini menggunakan skala likert, menurut Sugiyono (2018) Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah diterapkan secara spesifik oleh peneliti, yaitu selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Seperti tabel 3.1 dibawah ini:

Tabel 3.1 Ketentuan Pengukuran Instrumen Penelitian

No	Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2017:93)

Menurut Sugiyono (2018) variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai kegiatan variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan di tarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini terdapat dua jenis variabel yaitu variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat). Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu keputusan pembelian. Sedangkan variabel independen dalam penelitian ini kualitas produk, citra merek dan desain produk.

3.4.1. Variabel Terikat (Dependent = Y)

Variabel terikat merupakan variabel yang tidak bebas dalam suatu hubungan penelitian, sehingga variabel ini selalu dipengaruhi oleh variabel bebas.

Hal ini menyebabkan variabel terikat adalah konsekuensi dari variabel bebas. Dalam penelitian yang dilakukan penulis, variabel terikatnya dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian yang disimbolkan dengan Y (Keputusan pembelian). Keputusan Pembelian adalah bentuk pemilihan dan minat untuk membeli merek yang paling disukai diantara sejumlah merek yang berbeda. Skala yang digunakan adalah skala Likert.

3.4.2. Variabel Bebas (Independent = X)

1. Kualitas produk (X_1)

Suatu usaha untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, di mana suatu produk tersebut memiliki kualitas yang sesuai dengan standar kualitas yang ditentukan, dan kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah karena selera atau harapan konsumen pada suatu produk selalu berubah.

2. Citra merek (X_2)

Merupakan gambaran dari produk atau jasa pada benak konsumen termasuk gambaran mengenai kemampuan suatu produk dalam memenuhi kebutuhan psikologis atau sosial.

3. Desain produk (X_3)

Desain merupakan suatu unsur fungsi atau manfaat sebuah produk yang dipengaruhi oleh keistimewaan serta keindahan yang dapat memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen

Berdasarkan variabel dan tujuan penelitian ini, maka peneliti memberikan instrument variabel sebagai tolak ukur variabel yang ditetapkan dalam penelitian ini. Instrument variabel dalam penelitian ini yang terdiri dari variabel, indikator, sub indikator dan banyaknya jumlah pertanyaan yang akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut.

Tabel 3.2. Indikator dan variabel penelitian

Variabel	Indikator		No. Item
Kualitas Produk (X ₁) Lupiyoadi dan Hamdani (2012)	1. Kinerja (<i>performance</i>)	1) Operasional 2) Maintenance	1 2
	2. Keragaman produk (<i>features</i>)	3) Teknologi 4) Kecanggihan	3 4
	3. Kemampuan pelayanan (<i>serviceability</i>)	5) Layanan 6) Garansi	5 6
	4. Kesesuaian (<i>conformance</i>)	7) Tidak rusak 8) Manfaat	7 8
Citra Merek (X ₂) (Aaker, 2013)	1. <i>Recognition</i>	1) Identitas merek 2) Slogan merek	1 2
	2. <i>Reputation</i>	3) Human life 4) Kreatifitas	3 4
	3. <i>Affinity</i>	5) Transportasi sehari-hari 6) Umum digunakan	5 6
	4. <i>Domain</i>	7) Korelasi produk 8) Hubungan	7 8
Desain Produk (X ₃) Ilmaya (2016)	1. Model terbaru	1) Kapasitas mesin 2) Ukuran bagasi	1 2
	2. Warna	3) Pilihan warna 4) Kesesuain warna	3 4
	3. Variasi desain	5) Desain yang unik 6) Desain kreatif	5 6
Keputusan Pembelian (Y) Kotler dan Keller (2017)	1. Pengenalan Masalah (Needs Recognition)	1) Test drive	1
	2. Pencarian Informasi (Information Search)	2) Pencarian informasi	2
	3. Evaluasi Alternatif (<i>Evaluation of Alternative</i>)	3) Evaluasi sebelum membeli 4) Kepercayaan	3 4
	4. Keputusan Membeli (Purchases Design)	5) Pengetahuan	5
	5. Perilaku Pasca Pembelian (<i>Post Purchases Behaviour</i>)	6) Pembelian kembali	6

3.5. Metoda Analisis Data

Langkah-langkah yang digunakan untuk pengolahan data dalam penelitian ini sebagai berikut:

3.5.1. Metoda pengolahan data

Data yang diperoleh selanjutnya diolah dengan menggunakan software SPSS. Software SPSS digunakan untuk mempermudah dalam melakukan pengolahan data, sehingga hasilnya lebih cepat dan tepat selain itu Software SPSS sudah umum digunakan dalam penelitian statistik. Dimana dilakukan editing dan coding. *Editing* adalah tahapan pertama dalam pengolahan data yang diperoleh peneliti dari lapangan dengan melakukan pengecekan terhadap kemungkinan kesalahan jawaban responden serta ketidakpastian jawaban responden. *Coding* adalah memberikan atau tanda atau kode tertentu terhadap alternatif jawaban sejenis atau menggolongkan sehingga dapat memudahkan peneliti mengenai tabulasi.

3.5.2. Metoda penyajian data

Dalam penelitian ini data yang dikumpulkan disajikan dalam bentuk tabel agar mempermudah dalam menganalisis dan memahami data sehingga data yang disajikan lebih sistematis. Dimana dilakukan tabulasi. Tabulasi adalah perhitungan data yang telah dikumpulkan dalam masing-masing kategori sampai tersusun dalam tabel yang mudah dimengerti. Data yang diperoleh, setelah diolah dan disortir akan digunakan untuk analisis statistik data sesuai dengan tujuan penelitian. Analisis data yang digunakan adalah analisis koefisien determinasi dan pengujian hipotesis.

3.5.3. Analisis statistik data

Untuk membahas hasil penelitian, penulis menggunakan data berpasangan berdasarkan data yang diperoleh. Oleh karena terdapat lebih dari satu variabel independen, yaitu tiga buah variabel independen, dan satu buah variabel dependen, maka metoda analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis koefisien determinasi dan pengujian hipotesis (parsial dan berganda) sebagai berikut :

3.5.3.1. Uji Instrumen

Suatu kuesioner bergantung pada kualitas data yang dipakai dalam pengujian tersebut. Data penelitian tidak akan berguna jika instrumen yang akan digunakan untuk mengumpulkan data penelitian tidak memiliki *validity* (tingkat kesahihan) dan *reability* (tingkat keandalan) yang tinggi. Pengujian dan pengukuran tersebut masing-masing menunjukkan konsistensi dan akurasi data yang dikumpulkan.

1. Uji validitas

Uji Validitas dilakukan untuk memastikan seberapa baik suatu instrumen digunakan untuk mengukur konsep yang seharusnya diukur. Menurut Sugiyono untuk menguji validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total adalah jumlah dari semua skor pernyataan. Data yang telah diperoleh ditabulasikan dan dilakukan analisis faktor dengan metode *Construck Validity* dengan menggunakan metode korelasi sederhana. Apabila hasilnya sebesar 0.3 (r_{kritis}) atau lebih, maka faktor tersebut merupakan konstruksi yang kuat atau memiliki validitas konstruksi yang baik.

Rumus yang digunakan untuk menguji validitas instrumen ini adalah *Product Moment* dari Karl Pearson, sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum X Y - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}} \dots\dots\dots(3.2)$$

Keterangan:

- r_{xy} = Koefisien validitas butir pertanyaan yang dicari
- n = Banyaknya responden yang dicari (sampel)
- X = Skor yang diperoleh subyek dari seluruh item
- Y = Skor total yang diperoleh dari seluruh item

Kemudian hasil dari r_{xy} dibandingkan dengan nilai *product moment* (r_{kritis}), apabila hasil yang diperoleh $r_{xy} > 0.3$, maka instrumen tersebut valid. Dalam praktiknya untuk menguji validitas kuesioner sering menggunakan

bantuan *software Microsoft Office Excel* dan *SPSS (Statistical Package for Social Science) Ver. 24*

2. Uji reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali, 2013). Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Adapun cara yang digunakan untuk menguji reliabilitas kuesioner dalam penelitian ini adalah mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha. Untuk mengetahui kuesioner tersebut sudah *reliable* akan dilakukan pengujian reliabilitas kuesioner dengan bantuan program computer SPSS. Menurut Sekaran (2013), dasar pengambilan keputusan uji reliabilitas ini adalah sebagai berikut: Jika koefisien *Cronbach's Alpha* $\geq 0,6 \rightarrow$ maka *Cronbach's Alpha acceptable (construct reliable)*. Jika *Cronbach's Alpha* $< 0,6 \rightarrow$ maka *Cronbach's Alpha poor acceptable (construct unreliable)*.

3.5.3.2. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas data dalam model regresi yang digunakan bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Terdapat dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Pada penelitian ini, penulis menggunakan analisis statistik dengan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov*. Adapun dasar pengambilan keputusan atas uji normalitas adalah (Ghozali, 2013 : 163) :

- a. Angka Uji *Kolmogorov-Smirnov* $\geq 0,05$, maka data berdistribusi normal.
- b. Angka Uji *Kolmogorov-Smirnov* $< 0,05$, maka data berdistribusi tidak normal.

2. Uji Multikolinearitas

Tujuan dari uji multikolinieritas (Ghozali, 2013 : 105) adalah untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel

independen. Suatu model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi multikolinieritas. Untuk dapat mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas dapat dilihat berdasarkan nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Menurut Ghazali (2013:106), variabel dikatakan tidak terdapat multikolinearitas apabila nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai *variance inflation factor* (VIF) < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji asumsi heteroskedastisitas ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah variasi residual absolut sama atau tidak sama untuk semua pengamatan. Apabila asumsi tidak terjadinya heteroskedastisitas ini tidak terpenuhi, maka penaksir menjadi tidak lagi efisien baik dalam sampel kecil maupun besar dan estimasi koefisien dapat dikatakan menjadi kurang akurat. Sedangkan Ghazali (2013) berpendapat bahwa heteroskedastisitas berarti ada varian variabel pada model regresi yang tidak sama.

Pengujian terhadap heteroskedastisitas dilakukan plot residual yaitu dengan melihat sebaran residual untuk setiap pengamatan terhadap nilai prediksi Y. Jika ditemukan plot residual membentuk pola tertentu maka terjadi gejala heteroskedastisitas, demikian pula sebaliknya. (Priyatno, 2012)

3.5.3.3. Analisis Regresi Berganda

Menurut Riduwan dan Kuncoro (2015:83), Analisis Regresi berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini dapat digunakan untuk memprediksikan nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif. Analisis ini menggunakan persamaan regresi dengan rumusan persamaannya adalah sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1.X_1 + \beta_2.X_2 + \beta_3.X_3$$

Keterangan:

Y	= Keputusan Pembelian
a	= Konstanta
$\beta_1, \beta_2, \beta_3$	= Koefisien regresi
X ₁	= Kualitas Produk
X ₂	= Citra Merek
X ₃	= Desain Produk

3.5.3.2. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis R^2 (*R square*) atau koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai satu (0-1). Jika nilai R^2 mendekati 1 (satu) maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut dalam menerangkan variabel variabel independen terhadap variabel dependen. sebaliknya, jika R^2 mendekati 0 (nol) maka semakin lemah variasi variabel indepeden menerangkan variabel dependen. (Priyatno, 2012:125) Untuk menyatakan besar kecilnya sumbangan variabel independent terhadap variabel dependent dapat ditentukan terhadap rumus koefisien determinasi sebagai berikut :

1. Koefisien determinasi parsial

- a. Kontribusi pengaruh kualitas produk (X₁) terhadap keputusan pembelian motor Honda PCX pada PT. Artha Sentra Oto (Y)

$$KDP_1 = (r_{Y1.23})^2 \times 100\%$$

- b. Kontribusi pengaruh citra merek (X₂) terhadap keputusan pembelian motor Honda PCX pada PT. Artha Sentra Oto (Y)

$$KDP_2 = (r_{Y2.13})^2 \times 100\%$$

- c. Kontribusi pengaruh desain produk (X₃) terhadap keputusan pembelian motor Honda PCX pada PT. Artha Sentra Oto (Y)

$$KDP_3 = (r_{Y3.12})^2 \times 100\%$$

2. Koefisien determinasi simultan

Kontribusi pengaruh kualitas produk, citra merek dan desain produk secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian motor Honda PCX pada PT. Artha Sentra Oto

$$\text{Adjusted } R^2 = (r_{Y123})^2 \times 100\%$$

3.5.3.3. Pengujian hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial dan simultan. Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

1. Pengujian hipotesis parsial

a. Pengaruh X_1 terhadap Y

Ho : $\beta_{y1.23} = 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian motor Honda PCX pada PT. Artha Sentra Oto).

Ha : $\beta_{y1.23} \neq 0$ (secara parsial terdapat pengaruh signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian motor Honda PCX pada PT. Artha Sentra Oto).

b. Pengaruh X_2 terhadap Y

Ho : $\beta_{y2.13} = 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan citra merek terhadap keputusan pembelian motor Honda PCX pada PT. Artha Sentra Oto)

Ha : $\beta_{y2.13} \neq 0$ (secara parsial terdapat pengaruh signifikan citra merek terhadap keputusan pembelian motor Honda PCX pada PT. Artha Sentra Oto).

c. Pengaruh X_3 terhadap Y

Ho : $\beta_{y3.12} = 0$ (secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan desain produk terhadap keputusan pembelian motor Honda PCX pada PT. Artha Sentra Oto).

Ha : $\beta_{y3.12} \neq 0$ (secara parsial terdapat pengaruh signifikan desain produk terhadap keputusan pembelian motor Honda PCX pada PT. Artha Sentra Oto).

Untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial, dilihat dari nilai *P-value* dibandingkan terhadap α ($5\% = 0,05$)

Ho ditolak, Ha diterima jika *P-value* $< 0,05$ dan

Ho diterima, Ha ditolak jika *P-value* $\geq 0,05$

2. Pengujian hipotesis simultan

Ho : $\beta_{y123} = 0$ (secara simultan tidak terdapat pengaruh signifikan kualitas produk, citra merek dan desain produk terhadap keputusan pembelian motor Honda PCX pada PT. Artha Sentra Oto).

Ha : $\beta_{y123} \neq 0$ (secara simultan terdapat pengaruh signifikan kualitas produk, citra merek dan desain produk terhadap keputusan pembelian motor Honda PCX pada PT. Artha Sentra Oto).

Adapun untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan, digunakan nilai *Significance F* dibandingkan terhadap α ($5\% = 0,05$).

Ho ditolak, Ha diterima jika *Significance F* $< 0,05$

Ho diterima, Ha ditolak jika *Significance F* $\geq 0,05$