

# **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR**

**(Studi Pada Konsumen Pengguna Sepeda Motor Yamaha Mio di Pemalang)**

**Nisrinna Dwi Sagarawanti**

Administrasi Bisnis, Universitas Diponegoro, Indonesia

Email : nisrinadwi6@gmail.com

**Wahyu Hidayat**

Administrasi Bisnis, Universitas Diponegoro, Indonesia

## ***ABSTRACT***

*This study aims to determine the effect of product quality and price on the purchase decision of Yamaha Mio motorcycle in Pemalang District. The population of this study is all consumers who purchase Yamaha Mio motorcycles in Pemalang District in 2016. The sample used is 100 respondents, while the sampling technique using cluster sampling method (sample area). Data analysis technique used is multiple linear regression analysis.*

*The research used questionnaire method, that is by giving questionnaire containing question to the respondent of the research to give answer to the statement, then processed by using SPSS 17.0 to get valid research result.*

*The result of equation obtained from multiple linear regression analysis shows that product quality and price variable have positive effect to purchasing decision. Hypothesis test results show that 1). Variable of product quality have positive and significant effect to purchasing decision, 1). Price variables have a positive and significant effect on purchasing decisions. The results of simultaneous test showing that product quality and price together have a significant effect on purchasing decision.*

*Keywords: Product Quality, Price, and Purchase Decision.*

## **Latar Belakang Permasalahan**

Kebutuhan terhadap alat transportasi sepeda motor yang meningkat, dapat menjadi peluang bagi perusahaan otomotif khususnya yang memproduksi sepeda motor, karena dengan produknya dapat memberikan solusi alternatif yang jitu bagi masyarakat untuk menunjang kegiatan sehari-hari. Meningkatnya kebutuhan seseorang terhadap sepeda motor tentu saja akan meningkatkan persaingan bagi perusahaan otomotif, karena setiap perusahaan berusaha untuk menguasai pangsa pasar dengan memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen, sehingga tujuan perusahaan akan tercapai. Usaha yang dilakukan oleh perusahaan otomotif tentu saja dengan berkompetisi untuk menciptakan produk sepeda motor dengan model dan jenis yang semakin beragam, dengan teknologi dan inovasi yang lebih baik dari sebelumnya. Selain itu, perusahaan juga dituntut untuk lebih aktif dalam mendistribusikan produknya serta mengenalkan kepada masyarakat agar dapat menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian.

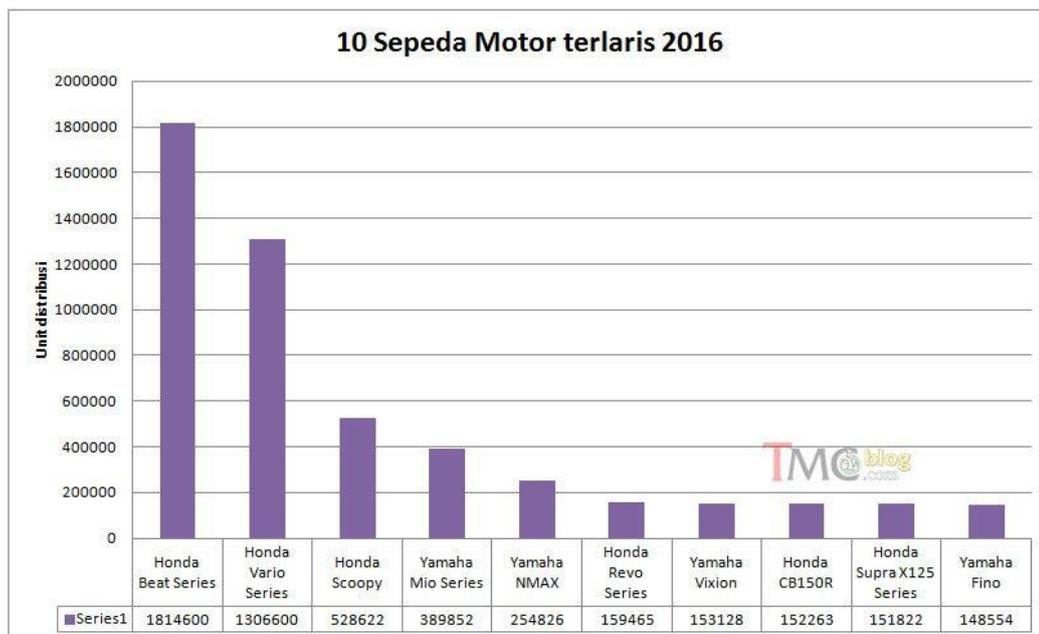
Saat ini, persaingan diantara perusahaan produk sepeda motor seperti Yamaha, Honda, Suzuki, Kawasaki, dan yang lainnya di Indonesia sangat ketat. Setiap perusahaan harus dapat meningkatkan inovasi baru terhadap produknya agar dapat memenuhi harapan bagi calon konsumen. Salah satu persaingan produk sepeda motor yang terjadi saat ini adalah sepeda motor matik, sepeda motor ini merupakan tipe sepeda motor otomatis yang tidak menggunakan operan gigi manual dan hanya cukup sekali akselerasi. Saat ini, tipe sepeda motor matik sangat digemari oleh masyarakat Indonesia, selain mudah penggunaannya, juga mempunyai desain yang sangat ramping sehingga menjadi pilihan terutama untuk kaum wanita. Hal ini yang membuat produsen sepeda motor berlomba-lomba untuk memproduksi dan menawarkan sepeda motor jenis matik.

Yamaha merupakan salah satu produsen sepeda motor yang hingga saat ini masih eksis dipasaran, dengan varian produk yang paling laku adalah sepeda motor matik. Yamaha pertama kali mengeluarkan produk sepeda motor matik dengan merek Yamaha Mio. Sejak tipe skuter matik diperkenalkan di Indonesia, Yamaha Mio muncul sebagai penguasa pasar (AISI, 2016). Awal tahun 2006,

pabrikannya yang menjadi pesaing utama Yamaha yaitu Honda mulai mengeluarkan produk skuter matik yang diberi merek Honda Vario. Hal inilah yang menjadikan persaingan dalam pangsa pasar produk skuter matik menjadi semakin meningkat. Pangsa pasar yang dahulu dipimpin oleh Yamaha Mio, saat ini telah diambil alih oleh produk skuter matik Honda, apalagi sejak kemunculan produk-produk skuter matik Honda lainnya seperti Honda Beat dan Honda Scoopy. Penjualan produk Yamaha Mio sendiri masih kalah jauh dibandingkan dengan produk Honda seperti merek Beat dan Vario. Hal tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:

**Gambar 1.**

**Grafik Penjualan Sepeda Motor Tahun 2016**



Sumber: [tmcblog.com](http://tmcblog.com) diakses tahun 2017.

Berdasarkan gambar 1 menunjukkan bahwa Yamaha Mio sendiri saat ini masih berada jauh di bawah merek pesaing utamanya yaitu Honda Beat dan Honda Vario. Bahkan pada tahun 2016, penjualan Yamaha Mio berada di bawah merek Honda yang masih baru yaitu Honda Scoopy. Penjualan Yamaha Mio tahun 2016 hanya sebesar 389.852 unit atau 6,57% dari total penjualan seluruh sepeda motor tahun 2016. Sedangkan merek-merek Honda jauh berada di atas, seperti Honda Beat dengan total penjualan tahun 2016 sebesar 1.814.600 atau 30,59%, Honda

Vario sebesar 1.306.600 unit atau 20,03%, dan Honda Scoopy sebesar 528.622 Unit atau 8.91%.

Penjualan sepeda motor Yamaha Mio di daerah Pemalang juga mengalami kenaikan dan penurunan dalam kurun waktu tahun 2016. Berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti di beberapa dealer Yamaha dan Honda di Pemalang. Berdasarkan hasil pra survey yang dilakukan di beberapa dealer di Pemalang, menunjukkan bahwa jumlah penjualan sepeda motor matik Yamaha Mio mengalami kenaikan dan penurunan atau fluktuatif. Jumlah penjualan Yamaha Mio masih jauh dibandingkan dengan penjualan sepeda motor Honda Beat yang menjadi pesaing utamanya, dimana jumlah penjualan sepeda motor Honda Beat setiap bulannya lebih besar dibandingkan dengan Yamaha Mio.

Hasil tersebut menunjukkan adanya fenomena bisnis persaingan sepeda motor di Kabupaten Pemalang yang semakin ketat juga. Yamaha Mio sebagai pelopor sepeda motor *matic* saat ini belum mampu untuk bersaing dengan merek seperti Honda Beat. Hasil tersebut juga berbanding terbalik dengan keadaan pasar yang ada, dimana dari hasil survey yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa harga Yamaha Mio justru lebih murah dibanding Honda Beat. Harga yang lebih murah ternyata tidak menjadi jaminan untuk Yamaha Mio agar menjadi pilihan konsumen khususnya di Kabupaten Pemalang, dikarenakan konsumen lebih melihat pada kualitas produk yang diterapkan pada sepeda motor tersebut. Hasil tersebut juga belum sesuai dengan target yang diinginkan oleh setiap manajemen pada dealer-dealer yang ada di Kabupaten Pemalang.

Fenomena kenaikan dan penurunan jumlah penjualan sepeda motor Yamaha Mio serta belum tercapainya target penjualan tersebut tentu saja menjadi masalah bagi dealer-dealer Yamaha yang ada di Pemalang. Jika penurunan terjadi terus menerus, maka besar kemungkinan bahwa dealer-dealer yang ada akan sulit bersaing dengan dealer lain khususnya yang menjual produk pesaing Yamaha Mio. Masalah tersebut juga bisa saja karena adanya kualitas produk dan harga dari sepeda motor Yamaha Mio yang ditetapkan.

Dorongan dilakukan penelitian ini juga karena adanya hasil penelitian yang berbeda atau research gap dari penelitian sebelumnya. Perbedaan hasil penelitian

tersebut antara lain dari penelitian yang dilakukan oleh Komang Agus Ardi Ary Wibawa (2016), Ody Yustiawan (2016), Artika Romal Amrullah (2016), dan Melita Yesi Agustin (2016) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, sedangkan penelitian oleh Dhio Rayen Rawung (2015) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian. Perbedaan hasil penelitian lainnya adalah hasil penelitian dari Dhio Rayen Rawung (2015), Komang Agus Ardi Ary Wibawa (2016), Ody Yustiawan (2016), dan Artika Romal Amrullah (2016) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, sedangkan penelitian oleh Melita Yesi Agustin (2016) menyatakan bahwa harga berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor (Studi Pada Konsumen Pengguna Sepeda Motor Yamaha Mio di Pemalang)”**.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis menyusun rumusan masalah sebagai berikut: (1) Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio di daerah Pemalang?, (2) Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio di daerah Pemalang?, dan (3) Bagaimana pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio di daerah Pemalang?

### **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan paparan latar belakang permasalahan diatas maka tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut (1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio di daerah Pemalang, (2) Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio di daerah Pemalang, dan (3) Untuk

menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio di daerah Pematang

## **Kerangka Teori**

### **Kualitas Produk**

Menurut Kotler dan Keller (2009: 143) bahwa kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Menurut Laksana (2008:89) menyatakan bahwa kualitas terdiri dari sejumlah keistimewahan produk yang memenuhi keinginan pelanggan dengan demikian memberikan kepuasan atas penggunaan produk. Menurut Davis dalam Yamit (2010: 8) membuat definisi kualitas yang luas cakupannya yaitu suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

### **Harga**

Menurut Kotler dan Keller (2009:67), harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Menurut Tjiptono (2008:151) menyebutkan bahwa harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2008:345), harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

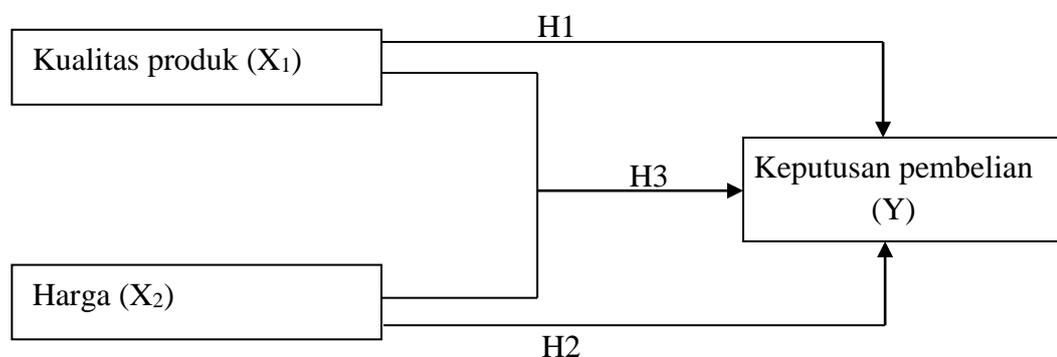
### **Keputusan Pembelian**

Menurut Kotler dan Armstrong (2001:226), keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli produk. Menurut Setiadi (2003:415), pengambilan keputusan konsumen adalah pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Hasil dari pengintegrasian ini adalah suatu pilihan yang disajikan secara kognitif sebagai keinginan berperilaku. Sedangkan menurut Tjiptono

(2008:156), yaitu keputusan pembelian konsumen merupakan tindakan individu yang secara langsung atau tidak langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan suatu produk atau jasa yang dibutuhkan.

### Hipotesis

(1) H1 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian. (2) H2 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian. (3) H3 : Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian.



### Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah explanatory research yaitu penelitian yang bermaksud menjelaskan pengaruh antara satu variabel dengan variabel yang lain (Sugiyono, 2004:11). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian atau menggunakan sepeda motor Yamaha Mio di Kabupaten Pemalang yang pada waktu penelitian tidak diketahui jumlah/tidak teridentifikasi jumlahnya. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder dengan menggunakan pengambilan data secara penyebaran kuisisioner kepada 100 konsumen Yamaha Mio di Kabupaten Pemalang. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji korelasi, uji determinasi, uji regresi linier sederhana, regresi linier berganda, uji signifikansi (uji t), dan uji F dengan bantuan aplikasi SPSS 16.0.

## Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil uji validitas, masing-masing indikator variabel kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian dikatakan valid, karena nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Hasil uji reliabilitas juga menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian dikatakan reliabel, karena nilai  $\alpha$  masing-masing variabel lebih besar dari 0,60.

Hasil pengujian pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 2**  
**Hasil Pengujian Hipotesis dan Regresi Linier Sederhana**

No	Uji Hipotesis	Hasil				Keterangan
		t hitung	Korelasi	Determinasi	Koefisien Regresi	
1.	Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian	10,046	0,712	50,7%	0,715	Ha diterima
2	Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian	10,086	0,714	50,9%	0,677	Ha diterima

## Pembahasan

Berdasarkan hasil pada tabel tersebut maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien regresi kualitas produk sebesar 0,715. Hal ini berarti bahwa dengan kualitas produk yang baik, maka keputusan pembelian produk sepeda motor Yamaha Mio juga akan meningkat. Nilai koefisien determinasi dari variabel kualitas produk sebesar 50,7% dan hasil perhitungan nilai  $t = 10,046$  lebih besar dari  $t$  tabel (1,984), sehingga hipotesis pertama yang berbunyi “Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk ( $X_1$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ )” diterima.

Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien regresi harga sebesar 0,677. Hal ini berarti

bahwa dengan harga yang baik, maka keputusan pembelian produk sepeda motor Yamaha Mio juga akan meningkat. Nilai koefisien determinasi dari variabel kualitas produk sebesar 50,9% dan hasil perhitungan nilai  $t = 10,086$  lebih besar dari  $t$  tabel (1,984), sehingga hipotesis kedua yang berbunyi “Terdapat pengaruh yang signifikan antara harga ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ )” diterima.

**Tabel 3**

**Hasil Pengujian Hipotesis dan Regresi Linier Berganda**

Uji Hipotesis	Hasil			Keterangan
	Koefisien regresi	t hitung	Sig	
Kualitas produk	0,428	5,042	0,000	Ha diterima
Harga	0,409	5,090	0,000	Ha diterima
Nilai Korelasi	0,782			
Nilai Determinasi	51,1%			
Nilai F Hitung	76,234			
Sig.	0,000			

Sumber: Data primer yang diolah, 2017.

Berdasarkan hasil pada tabel diatas menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dapat dilihat dari nilai koefisien regresi untuk variabel kualitas produk ( $X_1$ ) sebesar 0,428, dan variabel harga ( $X_2$ ) sebesar 0,409. Artinya bahwa semakin baik variabel kualitas produk dan harga yang ditawarkan, maka keputusan pembelian juga akan semakin meningkat.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai F hitung ( $76,243$ ) > F tabel ( $3,090$ ) dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hal ini berarti bahwa secara bersama-sama atau simultan kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis tiga yang menyatakan “ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio” dapat diterima.

**Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian menyimpulkan bahwa variabel kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian sudah baik, hal tersebut dapat dilihat dari

sebagian responden menjawab setuju terhadap pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner penelitian. Meskipun masih terdapat kekurangan pada setiap indikator yang diteliti.

Berdasarkan hasil analisis menyimpulkan bahwa variabel kualitas produk ( $X_1$ ) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), sehingga dapat dinyatakan semakin baik kualitas produk yang diterapkan maka keputusan pembelian juga semakin meningkat.

Berdasarkan hasil analisis menyimpulkan bahwa variabel harga ( $X_2$ ) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y), sehingga dapat dinyatakan semakin baik harga yang ditawarkan semakin baik maka keputusan pembelian juga semakin meningkat.

Seluruh variabel independen, yaitu kualitas produk ( $X_1$ ) dan harga ( $X_2$ ) secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).. Sehingga semakin baik kualitas produk yang diterapkan dan semakin baik harga yang ditawarkan maka keputusan pembelian juga semakin meningkat.

## **Saran**

Perusahaan harus dapat meningkatkan kualitas produk sepeda motor Yamaha Mio agar semakin menjadi pilihan konsumen. Perusahaan harus meningkatkan performa sepeda motor Yamaha Mio, misalnya dengan meningkatkan kualitas mesin serta kualitas teknologi yang digunakan sehingga performa semakin baik. Perusahaan juga harus dapat meningkatkan spesifikasi produk sesuai keinginan konsumen agar mereka lebih tertarik untuk melakukan pembelian. Misalnya dengan membuat body sepeda motor lebih gaya, striping motor yang lebih elegan, maupun warna yang ditampilkan atau dibuat pada sepeda motor Yamaha Mio lebih beragam dan lebih ceria, sehingga mampu untuk menarik minat konsumen.

Perusahaan harus dapat menentukan harga sepeda motor Yamaha Mio dengan baik agar konsumen menjadi lebih tertarik dengan produk tersebut. Khususnya perusahaan harus memperhatikan keterjangkauan harga, perusahaan

harus dapat menerapkan harga sesuai dengan segmen yang akan dituju dari sepeda motor Yamaha Mio sehingga konsumen tidak merasa keberatan dengan harga yang ditawarkan. Misalnya untuk sepeda motor Yamaha Mio yang di khususkan untuk anak muda, maka perusahaan harus dapat menentukan harga sesuai dengan kemampuan atau daya beli mereka.

Perusahaan juga harus memperhatikan harga produk lebih murah dari pesaing, karena saat ini harga sepeda motor Yamaha Mio sendiri masih sama atau ada yang lebih mahal daripada merek pesaing. Oleh karena itu, perusahaan harus berani memberikan harga yang benar-benar bersaing, bahkan bisa lebih murah dibanding pesaing. Perusahaan juga harus selalu melakukan survey harga terhadap produk pesaing setiap saat, agar pada saat menerapkan harga produk baru tidak terlalu mahal.

Perusahaan harus selalu berupaya untuk menciptakan keputusan pembelian, agar dapat menambah keuntungan perusahaan, misalnya dengan meningkatkan kinerja produk sepeda motor Yamaha Mio M3 dengan memberikan kualitas produk yang terbaik pada sepeda motor Yamaha Mio M3, sehingga banyak konsumen yang melakukan pembelian serta konsumen akan berusaha untuk membicarakan hal-hal positif mengenai produk tersebut, akan selalu berusaha merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli produk karena kinerja sepeda motor Yamaha Mio M3 yang baik.

### **Daftar Pustaka**

- Artika Romal Amrullah. 2016. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat". *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 5, No. 7, pp. 1-15
- Dhio Rayen Rawung. 2015. "Analisis Kualitas Produk, Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Pada PT. Sinar Galesong Pratama Manado". *Jurnal EMBA*. Vol.3 No.3, Hal.1298-1308.
- Komang Agus Ardi Ary Wibawa. 2016. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Iklan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor". *e-Journal Bisma*. Vol. 4, No.1, pp.1-8.

- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi 12*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Melita Yesi Agustin. 2016. “Analisis Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario (Studi Kasus Pada Tridjaya Motor Dealer Resmi Motor Honda Cabang Girian – Bitung)”. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*. Vol.16, No.03.
- Ody Yustiawan .2016. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario”. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 5, No. 2, pp : 1-10.
- Setiadi, Nugroho J. 2010. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi Ketiga. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- Yamit, Zulian. 2010. *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*. Vol. Edisi Pertama. Yogyakarta : EKONISIA.