

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN YAMAHA MIO  
(STUDI PADA KONSUMEN YAMAHA MATARAM SAKTI SEMARANG)**

**Bramasatya Mahardika Wibisono, Agung Budiarmo**  
Administrasi Bisnis, Universitas Diponegoro, Indonesia  
Email: bramawibisono27@yahoo.co.id

***Abstract***

*In the current era of globalization, competition between industries is getting tougher, both similar and unequal industries. Understanding consumer behavior is an important thing that companies must do so that consumers accept the products the company offers. Yamaha as a growing automotive company today certainly has realized the existence of competition. Purchase decision is a stage where consumer actually buys a product offered. Several factors can influence purchasing decisions, including product quality and price. If a product is considered to have better quality compared to competing products, consumers will tend to choose to buy the product. Pricing strategy is very significant in giving value to consumers and influencing the product image, as well as the consumer's decision to buy. This study aims to determine the effect of product quality (X1) and price (X2) on purchasing decisions (Y) of Yamaha Mio at Yamaha Mataram Sakti Semarang. This type of research is explanatory research. The sampling technique uses non-probability and purposive sampling techniques. The number of samples taken was 100 respondents, who were users and buyers of Yamaha Mio at Yamaha Mataram Sakti Semarang. The analysis technique uses validity and reliability test, cross tabulation, correlation coefficient, determination coefficient, simple regression analysis, multiple regression analysis, t test, and F test with the help of IBM SPSS version 21.0.*

***Abstraksi***

Dalam era globalisasi sekarang ini, persaingan antar industri semakin ketat baik itu *industri* sejenis maupun tidak sejenis. Memahami perilaku konsumen adalah hal penting yang harus dilakukan perusahaan agar konsumen menerima produk yang di tawarkan perusahaan. Yamaha sebagai perusahaan otomotif yang sedang berkembang saat ini tentunya telah menyadari adanya persaingan. Keputusan pembelian adalah suatu tahapan dimana konsumen benar-benar membeli sebuah produk yang ditawarkan. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, diantaranya adalah kualitas produk dan harga. Apabila suatu produk dinilai memiliki kualitas yang lebih baik dibandingkan dengan produk pesaing maka konsumen akan cenderung memilih melakukan pembelian produk tersebut. Strategi penentuan harga sangat signifikan dalam pemberian value kepada konsumen dan mempengaruhi image produk, serta keputusan konsumen untuk membeli. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk (X1) dan harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) Yamaha Mio di Yamaha Mataram Sakti Semarang. Tipe penelitian ini adalah explanatory research. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik non probability dan purposive sampling. Adapun jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden, yang merupakan pengguna dan pembeli Yamaha Mio di Yamaha Mataram Sakti Semarang. Teknik analisis menggunakan uji validitas dan reliabilitas, tabulasi silang, koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi sederhana, analisis regresi berganda, uji t, dan uji F dengan bantuan sistem IBM SPSS versi 21.0.

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

## **Pendahuluan**

Dalam era globalisasi sekarang ini, persaingan antar industri semakin ketat baik itu industri sejenis maupun tidak sejenis. Persaingan ini dapat dilihat dari munculnya beberapa perusahaan baru yang memberikan kualitas yang serupa dengan keunikannya tersendiri. Keadaan ini menuntut perusahaan untuk menjadi lebih kreatif dan inovatif dengan menawarkan sesuatu yang lebih, dibandingkan yang dilakukan oleh para pesaing.

Memahami perilaku konsumen adalah hal penting yang harus dilakukan perusahaan agar konsumen menerima produk yang di tawarkan perusahaan. Dengan mengidentifikasi pasar, maka perusahaan dapat mengetahui strategi apa yang akan dipakai dan digunakan dalam penjualan produknya.

Yamaha adalah salah satu merek sepeda motor yang beredar di Indonesia. Di Indonesia Yamaha menjual tiga jenis sepeda motor yakni sepeda motor bebek, motor sport, dan motor matic. Yamaha sebagai perusahaan otomotif yang sedang berkembang saat ini tentunya telah menyadari adanya persaingan. Yamaha senantiasa memberikan keyakinan dan harapan kepada para pelanggannya untuk terus memberikan yang terbaik kepada pelanggannya.

Di Indonesia banyak terdapat distributor produk Yamaha, salah satunya yaitu Yamaha Mataram Sakti. Yamaha Mataram Sakti merupakan salah satu distributor sepeda motor Yamaha terbesar di Semarang selain Yamaha Harpindo Jaya. Sejak awal Yamaha Mataram Sakti merupakan perusahaan yang bergerak di bidang distribusi sepeda motor. Dalam kegiatannya, Yamaha Mataram Sakti memiliki beberapa produk yang ditawarkan baik itu motor matic, motor bebek maupun motor sport. Untuk kelas motor matic, Yamaha Mataram Sakti mempunyai motor matic Mio Z, Mio M3, dan Mio S sebagai produk utama mereka.

Menurut Kotler & Armstrong (1996) keputusan pembelian adalah suatu tahapan dimana konsumen benar-benar membeli sebuah produk yang ditawarkan. Menurut Kotler dan Armstrong (2008), faktor-faktor utama yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen adalah faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor personal, dan faktor psikologi. Selain empat faktor tersebut, perilaku konsumen juga dapat dipengaruhi dari stimuli pemasaran berupa bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, promosi, dan saluran distribusi. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen menurut Kotler dan Armstrong (2008) yaitu produk, harga, tempat, dan promosi.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008) menyatakan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan penggunaan dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya. Apabila suatu produk dinilai memiliki kualitas yang lebih baik dibandingkan dengan produk pesaing maka konsumen akan cenderung memilih melakukan pembelian produk tersebut (Kotler, 2009).

Selain kualitas produk, harga juga mampu mempengaruhi konsumen dalam keputusannya untuk membeli suatu produk. Menurut Kotler dan Armstrong (2008) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Menurut Lupiyoadi (2011) strategi penentuan harga sangat signifikan dalam pemberian value kepada konsumen dan mempengaruhi image produk, serta keputusan konsumen untuk membeli.

Sejak tahun 2016 di dealer Yamaha Mataram Sakti penjualan Yamaha Mio terus mengalami penurunan. Penjualan di tahun 2016 sebanyak 1.869 unit, menurun

di tahun 2017 menjadi 1.770 unit, dan kembali turun di 2018 menjadi sebanyak 1.619 unit. Jumlah tersebut juga selalu belum bisa untuk mencapai target yang sudah ditetapkan setiap tahunnya. Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka judul penelitian ini adalah: **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Mio (Studi Pada Konsumen Yamaha Mataram Sakti Semarang)”**.

### **Rumusan Masalah**

Penjualan di dealer Yamaha Mataram Sakti pada tiga tahun kebelakang ini (2016-2018) menyatakan bahwa produk sepeda motor Yamaha Mio terus mengalami penurunan penjualan setiap tahunnya. Penjualan Yamaha Mio pada tahun 2016 terjual sebanyak 1.869 unit, lalu pada tahun 2017 penjualan turun lagi menjadi 1.770 unit dan akhirnya paling sedikit pada tahun 2018 dengan hanya berhasil terjual sebanyak 1.619 unit. Untuk meningkatkan kembali penjualan motor Yamaha Mio, perusahaan perlu melakukan berbagai langkah strategi untuk mendorong konsumen agar tertarik dan memutuskan untuk membeli produk tersebut. Berdasarkan latar belakang dan uraian yang dikembangkan maka dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio di Yamaha Mataram Sakti Semarang?
2. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio di Yamaha Mataram Sakti Semarang ?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk, dan harga secara bersama terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio di Yamaha Mataram Sakti Semarang?

### **Kerangka Teori**

#### **Pemasaran**

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dengan mana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan mereka inginkan dengan melalui proses menciptakan dan mempertukarkan nilai dari produk-produk tersebut dengan yang lain (Kotler, 2009).

#### **Bauran Pemasaran**

Bauran pemasaran merupakan salah satu konsep utama dalam pemasaran. Bauran pemasaran mencakup sistem atau alat-alat yang membantu penerapan konsep pemasaran itu sendiri. Setiap perusahaan setelah memutuskan strategi pemasaran, perusahaan harus memulai menyiapkan perencanaan bauran pemasaran yang rinci. Menurut Kotler dan Keller (2009) bauran pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus-menerus mencapai tujuan pemasarannya.

#### **Perilaku Konsumen**

Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka (Kotler dan Keller, 2009).

#### **Kualitas Produk**

Menurut Kotler dan Armstrong (2008) menyatakan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan penggunaan dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya. Menurut Tjiptono (2008) kualitas mencerminkan semua dimensi

penawaran produk yang menghasilkan manfaat bagi pelanggan. Variabel Kualitas Produk Yamaha Mio dapat diukur dengan indikator (1) desain, (2) spesifikasi, (3) daya tahan, (4) fitur, (5) kinerja, (6) keiritan bahan bakar, dan (6) *serviceability*.

### Harga

Harga menurut Kotler dan Amstrong (2008) adalah jumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa. Lebih luas lagi harga adalah jumlah uang yang diberikan oleh konsumen untuk mendapatkan manfaat, memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Variabel Harga Yamaha Mio dapat diukur dengan indikator (1) keterjangkauan harga, (2) kesesuaian harga dengan kualitas, (3) daya saing harga, dan (4) kesesuaian harga dengan manfaat.

### Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah keputusan pembeli tentang merek mana yang dibeli (Kotler dan Amstrong, 2008). Definisi lain keputusan pembelian adalah seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih konsumen pada pembelian (Schiffman dan Kanuk, 2007). Variabel Keputusan Pembelian Yamaha Mio dapat diukur dengan indikator (1) pencarian informasi mengenai Yamaha Mio, (2) evaluasi alternatif, dan (3) tindakan dalam pembelian.

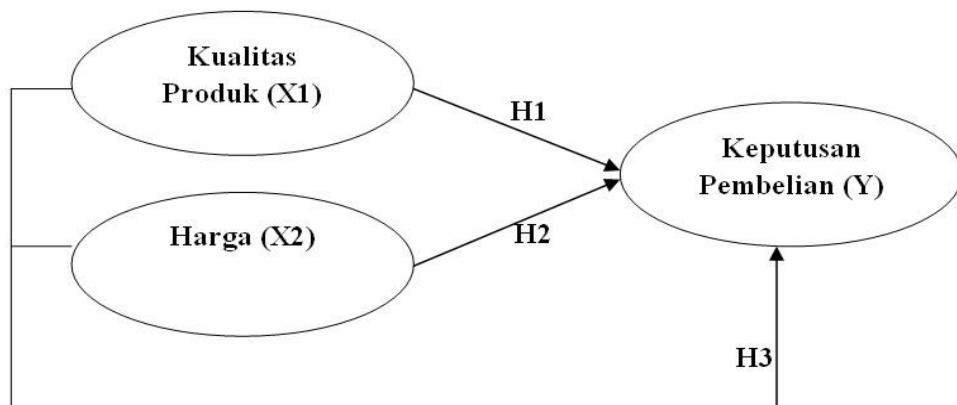
### Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Diduga terdapat pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)
- Diduga terdapat pengaruh Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)
- Diduga terdapat pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

**Gambar 1**  
**Model Hipotesis Penelitian**



### Metodologi Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah *explanatory research* yaitu penelitian yang dimaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang akan diteliti dan hubungan antar satu variabel dengan variabel yang lain, serta menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya (Sugiyono, 2010). Dalam penelitian ini akan dijelaskan mengenai pengaruh kualitas produk, dan harga

terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah pembeli yang merupakan pemakai dan pengambil keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio di Yamaha Mataram Sakti Semarang. Sampel pada penelitian ini merupakan 100 orang dari pengguna dan pembeli Yamaha Mio di Yamaha Mataram Sakti Semarang yang sesuai dengan kriteria peneliti, teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui pendekatan *non probability sampling* selain itu penentuan sampel juga dilakukan melalui teknik *purposive sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji tabulasi silang, koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi sederhana, analisis regresi berganda, uji signifikansi parsial (uji t) dan uji signifikansi simultan (uji f) dengan menggunakan software IBM SPSS versi 21.0.

### **Hasil dan Pembahasan**

Berdasarkan hasil penelitian ini kualitas produk, dan harga secara parsial merupakan faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Selain itu seluruh variabel kualitas produk, dan harga secara bersama-sama merupakan faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemampuan sub variabel kualitas produk dan harga mampu menjelaskan variabel keputusan pembelian dan dapat dikatakan pengaruh antara variabel bebas dan terikat tergolong kuat. Artinya semakin baik kualitas suatu produk maka akan semakin tinggi juga keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen dan begitu pula sebaliknya, dan apabila harga yang diberikan semakin sesuai dengan daya beli konsumen maka keputusan pembelian akan meningkat dan begitu pula sebaliknya.

Kategorisasi variabel kualitas produk Yamaha Mio adalah tergolong baik. Kemampuan sub variabel pada kualitas produk mampu menjelaskan variabel keputusan pembelian dan dapat dikatakan pengaruh antara variabel bebas (kualitas produk) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian) tergolong sedang dan bernilai positif dan signifikan yang menunjukkan pengaruh searah. Hipotesis pertama yaitu “Diduga terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian” **diterima**. Hal ini didukung oleh teori menurut Kotler (2009) apabila suatu produk dinilai memiliki kualitas yang lebih baik dibandingkan dengan produk pesaing maka konsumen akan cenderung memilih melakukan pembelian produk tersebut. Sehingga perusahaan perlu meningkatkan kualitas produk yang menurut responden masih kurang maksimal. Perusahaan perlu terus meningkatkan kualitas produk Yamaha Mio dan juga melakukan inovasi-inovasi terbaru untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas produknya seperti dalam hal performa mesin, agar memiliki mesin dengan performa terbaik dibandingkan dengan pesaingnya. Selain itu perusahaan sebaiknya bisa semakin menunjukkan diferensiasi produknya, sehingga Yamaha Mio memiliki ciri khas tersendiri dibandingkan dengan motor matic lainnya, seperti dalam hal desain, warna, dan spesifikasi.

Kategorisasi variabel harga Yamaha Mio adalah tergolong sesuai yang artinya harga yang ditawarkan oleh Yamaha Mio masih belum terlalu sesuai dengan harapan konsumen Yamaha Mio. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemampuan sub variabel pada harga mampu menjelaskan variabel keputusan pembelian dan dapat dikatakan pengaruh antara variabel bebas (harga) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian) tergolong kuat dan bernilai positif dan signifikan yang menunjukkan pengaruh searah. Hipotesis kedua yaitu “Diduga

terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian” **diterima**. Hal ini sesuai dengan teori dari Lupiyoadi (2011) strategi penetapan harga sangat signifikan dalam pemberian value kepada konsumen dan mempengaruhi image produk, serta keputusan konsumen untuk membeli. Sehingga perusahaan perlu melakukan peninjauan ulang dalam hal penetapan harga Yamaha Mio yang menurut responden masih kurang sesuai, harga Yamaha Mio jika dibandingkan dengan pesaingnya masih sedikit lebih mahal, karena harga merupakan unsur yang penting bagi konsumen sebelum melakukan pembelian. Sehingga perusahaan bisa melakukan perbandingan harga dengan motor matic pesaingnya untuk kemudian dijadikan sebagai acuan dalam menyesuaikan harga Yamaha Mio agar dapat lebih menarik konsumen untuk membeli Yamaha Mio.

Berdasarkan hasil penelitian variabel kualitas produk dan harga secara simultan mampu menjelaskan variabel keputusan pembelian dan dapat dikatakan pengaruh antara variabel kualitas produk dan harga terhadap variabel keputusan pembelian tergolong kuat dan bernilai positif dan signifikan yang menunjukkan pengaruh searah. Hipotesis ketiga yaitu “Diduga terdapat pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian” **diterima**. Variabel harga merupakan variabel yang memiliki pengaruh lebih signifikan terhadap keputusan pembelian daripada variabel kualitas produk. Hal ini terjadi karena konsumen benar-benar mempertimbangkan harga Yamaha Mio sebelum membeli karena harga Yamaha Mio lebih mahal jika dibandingkan harga produk pesaingnya yang memiliki kualitas yang hampir sama. Sedangkan kualitas produk meskipun berpengaruh signifikan namun pengaruhnya terhadap keputusan pembelian kurang besar daripada variabel harga. Hal ini dikarenakan konsumen menanggapi kualitas produk Yamaha Mio sudah cukup baik walaupun masih ada beberapa hal yang kurang dari kualitas produk Yamaha Mio.

### **Kesimpulan dan Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian pada pengguna Yamaha Mio di Kota Semarang dapat disimpulkan sebagai berikut :

Kualitas Produk merupakan faktor yang berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Mio dan menunjukkan bahwa kualitas produk mampu menjelaskan keputusan pembelian. Selain itu pengaruh variabel kualitas produk terhadap variabel keputusan pembelian tergolong sedang. Variabel Kualitas Produk menunjukkan kategori baik. Hal ini terjadi karena sepeda motor Yamaha Mio sudah memiliki kualitas produk yang baik dalam hal daya tahan motor yang tahan lama, fitur-fitur yang lengkap dan sesuai kebutuhan berkendara, kinerja motor yang baik, keiritan bahan bakar, dan kemudahan mencari bengkel resmi Yamaha. Walaupun begitu masih terdapat beberapa kekurangan yang perlu diperhatikan seperti pada desain motor, dan spesifikasi motor.

Harga merupakan faktor yang berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Mio dan menunjukkan bahwa harga mampu menjelaskan keputusan pembelian. Selain itu pengaruh variabel harga terhadap variabel keputusan pembelian tergolong kuat. Variabel harga menunjukkan kategori sesuai. Hal ini terjadi karena sepeda motor Yamaha Mio sudah memiliki harga yang terjangkau, sesuai dengan kualitasnya, dan sesuai dengan manfaatnya. Walaupun masih terdapat kekurangan yang perlu diperhatikan seperti mengenai daya saing harga Yamaha Mio dengan merek pesaingnya.

Kualitas Produk dan Harga secara bersama- sama merupakan faktor yang berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Mio dan menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga secara bersama-sama mampu menjelaskan keputusan pembelian. Selain itu pengaruh variabel kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian tergolong kuat. Yang berarti semakin baik kualitas produk dan semakin terjangkau harga yang diberikan maka semakin tinggi pula keputusan pembelian begitu pula sebaliknya.

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang didapat dari hasil penelitian, maka peneliti mencoba memberikan beberapa saran atau masukan yang dapat membantu perusahaan. Adapun saran dari peneliti adalah sebagai berikut:

Perusahaan perlu menciptakan desain motor Yamaha Mio yang lebih menarik lagi dalam hal pilihan warna seperti menambah pilihan warna jenis *doff* yang sejauh ini hanya tersedia warna hitam dan merah, selain itu perusahaan bisa menyesuaikan ukuran motor yang dirasa beberapa konsumen terlalu kecil dan pendek dengan sedikit memperbesar ukuran sepeda motor Yamaha Mio agar membuat konsumen merasanyaman saat mengendarainya, dan perusahaan perlu membuat desain motor Yamaha Mio yang memiliki ciri khas tersendiri dibandingkan dengan motor matik lainnya, dan perusahaan juga perlu untuk meningkatkan spesifikasi sepeda motor yang ditawarkan dengan melakukan inovasi teknologi yang lebih canggih dibandingkan dengan pesaing yang sesuai kebutuhan dan keinginan konsumen agar dapat menjadi sepeda motor matik dengan spesifikasi yang terbaik.

Perusahaan perlu meninjau ulang harga yang menurut konsumen masih lebih mahal daripada pesaingnya, dengan perusahaan melakukan perbandingan harga dengan pesaingnya untuk kemudian dijadikan sebagai acuan dalam menyesuaikan harga Yamaha Mio agar dapat lebih menarik konsumen untuk membeli Yamaha Mio, selain itu perusahaan bisa menerapkan strategi khusus dalam penetapan harga Yamaha Mio, karena menurut konsumen harga memiliki pengaruh yang kuat terhadap keputusannya, seperti perusahaan bisa melakukan harga promo pada beberapa event tertentu agar dapat meningkatkan daya saing harga Yamaha Mio dengan pesaingnya.

### **Daftar Referensi**

- Kotler, Philip. (2009). *Manajemen Pemasaran. Edisi 13*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong.(1996).*Dasar-Dasar Pemasaran. Edisi 5. Jilid 2*.Jakarta: Intermedia.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong.(2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. .Edisi 12. Jilid 1 dan 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran. Edisi ke 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Kedua*. Jakarta: Salemba Empat.
- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen. Edisi 7*. Jakarta: PT. Indeks.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfa Beta.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran. Edisi 3*. Yogyakarta: Andi Offset.