

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR
HONDA VARIO 125 FI
(Studi Kasus Pada Pengguna Honda Vario 125 FI Di Kec.
Juwana)**

**Fevri Setya Nugroho
D2D 008 098**

ABSTRACT

This study aimed to determine the effect of product quality, price, and promotion of the product purchase decisions. Researchers conducted a study on the sale of Motorcycle Honda Vario 125 FI in Juwana Subdistrict.

This research was conducted with survey methods (interviews and questionnaires) to 50 (Fifty) of the respondents, the sampling selection technique using purposive sampling. The data obtained were analyzed quantitatively by using tools such as cross-table analysis, validity, reliability, simple linear regression, multiple linear regression, coefficient of determination and testing with T test and test F. The independent variable is the quality of the product, price and promotion, while the dependent variable is the purchase decision.

The results showed no effect of product quality on purchasing decisions by 46.7%. The effect of price to quality is 61.7% of purchase decisions and influence on purchasing decisions promotion 59.9%. Taken together the quality of the product, price and promotion has the effect of 72.4%, which means that consumer perceptions of product, price and promisi proportional or positive, which if consumers assess the quality of the product, price, promotion of good will increase the sales of this product.

Suggestions for the company is to continue to maintain the quality of products by regularly monitoring the quality of the basic ingredients of products, giving a discount on the purchase of products and continues to promote the increase of the personal selling product knowledge in order to provide solutions

Keywords: Quality, Price, Promotion, Perception, Decision Purchasing, Sales

PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya jaman manusia dituntut untuk lebih mampu beraktifitas secara cepat dan mobile. Kemacetan dimana-mana harga bahan bakar yang selalu naik. Oleh sebab itu pada masa sekarang manusia memilih moda transportasi sepeda motor, karena sepeda motor merupakan solusi untuk bertransportasi secara cepat namun juga hemat. Sekarang telah banyak berbagai

jenis pilihan sepeda motor yang mampu menunjang kegiatan manusia. Dalam hal ini penulis mengangkat tentang sepeda motor Honda Vario 125 FI yang di produksi oleh Astra Honda Motor

Perilaku konsumen adalah aktivitas individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan pengambilan keputusan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.

Keputusan konsumen dalam melakukan pembelian dipengaruhi oleh banyak faktor, diantaranya yang sering menjadi pertimbangan konsumen dalam memutuskan untuk membeli suatu produk adalah kualitas produk, harga dan kualitas produk.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis memutuskan untuk melakukan penelitian “**Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario 125 FI (Studi Kasus Pada Pengguna Honda Vario 125 FI di Kec. Juwana)**”.

Tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk sepeda motor merek Honda Vario 125fi.
- b. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk sepeda motor merek Honda Vario 125fi.
- c. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian produk sepeda motor merek Honda Vario 125fi.
- d. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, promosi produk terhadap keputusan pembelian produk sepeda motor merek Honda Vario 125fi.

PERILAKU KONSUMEN

Menurut Fandy Tjiptono (2002:22) perilaku konsumen merupakan tindakan-tindakan yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan-tindakan tersebut. Dari pengertian ini dapat diketahui bahwa pemahaman terhadap perilaku konsumen bukanlah pekerjaan yang mudah, tetapi cukup sulit dan kompleks, khususnya disebabkan oleh banyaknya variabel yang mempengaruhi dan variabel-variabel tersebut cenderung saling berinteraksi.

KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sebuah proses pengambilan keputusan konsumen dalam mengkonsumsi produk atau jasa dari aktivitas individu dalam memenuhi kebutuhannya melalui proses, yaitu, pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, pencarian alternatif, evaluasi pembelian, dan hasil dari keputusan (Kotler 2002).

KUALITAS PRODUK

Kotler dan Amstrong (2004:347) berpendapat bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya.

HARGA

Harga adalah satu-satunya unsur dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan penjualan yang bersifat fleksibel dan dapat diukur dengan cepat (Philip Kotler, 1997:120). Setiap harga yang ditetapkan oleh perusahaan akan menarik sejumlah permintaan yang berlainan sehingga

membawa akibat yang berbeda-beda pada sasaran-sasaran pemasaran (Philip Kotler, 1997:267).

PROMOSI

Promosi yaitu salah satu elemen bauran pemasaran yang diupayakan perusahaan melalui kegiatan periklanan, promosi penjualan, personal selling, atau publisitas Swastha dan Irawan (2001 : 349).

HIPOTESIS

Berdasarkan, uraian teori yang telah dipaparkan, maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Diduga ada pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian konsumen dalam membeli sepeda motor Honda Vario 125 FI.
- b. Diduga ada pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen dalam membeli sepeda motor Honda Vario 125 FI.
- c. Diduga ada pengaruh promosi produk terhadap keputusan pembelian konsumen dalam membeli sepeda motor Honda Vario 125 FI.
- d. Diduga ada Kualitas Produk, Harga, dan Promosi yang mempengaruhi konsumen terhadap keputusan pembelian dalam membeli sepeda motor Honda Vario 125 FI.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif, dengan teknik sampling populasi menggunakan *purposive sampling*. Adapun pertimbangan syarat menjadi sample :

- a. Responden merupakan konsumen dealer Honda Wahana Motor Juwana
- b. Pada saat penelitian berlangsung, responden berusia > 18-57 Tahun
- c. Responden berdomisili di Kota juwana
- d. Responden telah melakukan pembelian Honda Vario 125 FI pada dealer Honda Wahana Motor Juwana

Pengujian hipotesis penelitian menggunakan uji validitas dan uji realibilitas, dengan alat analisis yang digunakan menggunakan regresi linier sederhana dan regresi linier berganda.

HASIL

Hasil penelitian menunjukkan, ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebesar 46,7%. Pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian adalah 61,7% dan pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian sebesar 59,9%. Secara bersama-sama kualitas produk, harga dan promosi memiliki pengaruh sebesar 70,6% yang berarti persepsi konsumen terhadap produk, harga dan promosi berbanding lurus atau positif, dimana apabila konsumen menilai kualitas produk, harga, promosi baik akan meningkatkan penjualan dari produk ini.

KESIMPULAN

Variabel kualitas produk, harga dan promosi memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembeli. Secara regresi linier sederhana, koefisien kualitas produk sebesar 0,646 yang membuat variabel ini mempengaruhi keputusan pembelian sebanyak 46,7%. Koefisien variabel Harga adalah 0,993

yang mempengaruhi keputusan pembelian sebanyak 61,7% dan variabel terakhir adalah promosi yang memiliki koefisien sebesar 0,541 yang mampu mempengaruhi keputusan pembelian sebanyak 59,9%. Secara regresi linier berganda, baik kualitas produk, harga dan promosi produk memiliki koefisiensi pengaruh sebesar 0,246 untuk kualitas, 0,452 untuk harga dan 0,225 untuk promosi yang mampu mempengaruhi keputusan pembeli bersama-sama sebanyak 70,6%.

SARAN

Saran bagi perusahaan adalah terus menjaga kualitas produk dengan secara berkala memantau mutu bahan baku produk, memberikan diskon pada pembelian produk maupun terus melakukan promosi dengan meningkatkan *product knowledge* para *personal selling* agar bisa memberikan solusi untuk kebutuhan konsumen secara tepat adalah menjadi kunci sukses untuk meningkatkan keputusan konsumen untuk membeli Sepeda Motor Honda Vario 125 FI.