

Jurnal Agrilan

(Abribisnis Kepulauan)

ISSN 2302-5352

Vol. 2 No. 1 Februari 2014

DAFTAR ISI

- Faktor-faktor Penyebab Kemiskinan dan Strategi Penanggulangannya (Studi Kasus Desa Rutong Kecamatan Leitimur Selatan Kota Ambon) 1 – 16
Ditimain S. Gainaugasiray, Wardis Girsang, Jeter D. Siwalette
- Peranan Koperasi Simpan Pinjam Moluccas Credit Union Dalam Pengembangan Usaha Mikro di Kecamatan Teluk Ambon Kota Ambon 17 – 29
Bernaditha Rosalina, M. Pattiasina, Johana, M. Luhukay
- Efisiensi Relatif Usahatani Bawang Merah di Kabupaten Bantul Dengan Pendekatan *Data Envelopment Analysis* (DEA) 30 – 41
Marfin Lawalata, Dwidjono Hadi Darwanto, Slamet Hartono
- Perempuan Papalele Ikan Sebagai Pencari Nafkah Dalam Meningkatkan Pendapatan Rumahtangga (Studi Kasus Perempuan Papalele Ikan di Dusun Seri Negeri Urimmessing, Kecamatan Nusaniwe Kota Ambon) 42 – 52
Maisie Trixie Flori Tuhumury
- Pengendalian Tikus Sawah (*Rattus Argentiventer*) Menggunakan Pengujian Tiga Jenis Repelen 53 – 62
Lydia Maria Ivakdalam
- Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Mio (Studi Kasus Pada PT. Hasjrat Abadi Cabang Ambon) 63 – 77
Raihana Kaplate
- Analisis Perminaan Beras di Provinsi Maluku 78 – 87
Linda Tehubijuluw, M. Turukay, N. F. Wenno

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YAMAHA MIO (STUDI KASUS PADA PT. HASJRAT ABADI CABANG AMBON)

Raihana Kaplale

Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Pattimura

ABSTRAK

Penelitian mengenai keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk sepeda motor telah banyak dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian motor Yamaha mio. Metode analisis yang digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian adalah dengan menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan program statistik SPSS for window versi 19 dan uji hipotesis yang berpedoman pada apabila P value < 0,05 maka kesimpulannya H_a diterima dan apabila P value > 0,05 maka H_a ditolak. Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel harga mempunyai pengaruh negatif dan signifikan serta memiliki pengaruh terbesar terhadap keputusan pembelian. Saran penelitian yang diperoleh adalah perlunya pemasar untuk meningkatkan image Yamaha Mio untuk memberikan kesan bahwa Yamaha Mio bukan motor murahan, sehingga dapat disimpulkan adanya kesesuaian harga dengan kualitas produk.

Kata kunci : kualitas produk, Harga, keputusan pembelian

ANALYZE THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND PRICE TO THE PURCHASE DECISION OF PRODUCTS OF YAMAHA MIO (CASE STUDY IN PT. HASJRAT ABADI BRANCH AMBON)

ABSTRACT

Research on consumer purchasing decisions on a motorcycle product pretty much done. This study aims to analyze the influence of product quality and price to the purchase decision of products of Yamaha Mio. The analytical method used to analyze the effect of variabel product quality, competitive price, brand image to the purchasing decision is by using multiple regression analysis with the help of statistical program spss for windows version 19 and if the P value < 0,05 then the Ha accepted and if the P value > 0,05 then the Ha rejected. Based on the results of data analysis, showed that: product variables have significant and positive influence on purchase decisions, price variables have negative and significant impact as well as having the greatest influence on purchase decisions. Advice obtained by the study is the need for marketers to improve the image of Yamaha Mio to give the impression that the motor Yamaha Mio is not cheap.

Key Words: *product quality, price, purchasing decisions*

PENDAHULUAN

LatarBelakang

Dunia usaha di Indonesia berkembang dengan pesat, hal ini disebabkan oleh beberapa kebijakan ekonomi yang telah diluncurkan oleh pemerintah. Lebih lagi di era perdagangan bebas AFTA ditahun 2003 dan APEC pada tahun 2020 yang memberikan kesempatan produsen untuk memasarkan produk-produknya secara bebas. Perusahaan yang bergerak dalam dunia otomotif khususnya kendaraan roda dua, tidak lepas dari persaingan tersebut, dimana suatu perusahaan dituntut untuk mampu menghadapi berbagai kendala yang timbul dalam mengelola bisnis usaha pemasarannya, juga untuk menjamin perusahaan yang bersangkutan supaya dapat beroperasi dengan manajemen yang efektif dan efisien. Perusahaan-perusahaan yang tidak mampu bersaing pada akhirnya akan runtuh dikalahkan oleh para pesaingnya. Kesuksesan dalam persaingan akan dipenuhi apabila perusahaan bisa menciptakan dan dapat mempertahankan pelanggannya (Fandy Tjiptono, 2002).

Produk yang berkualitas dengan harga bersaing merupakan kunci utama dalam memenangkan persaingan, yang pada akhirnya akan dapat memberikan nilai kepuasan

yang lebih tinggi kepada pelanggan. Karena kebutuhan dan keinginan konsumen selalu mengalami perubahan bahkan cenderung meningkat dari waktu ke waktu maka perusahaan dituntut untuk menawarkan produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih, sehingga tampak berbeda dengan produk pesaing. Kualitas merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk. Kualitas ditentukan oleh sekumpulan kegunaan dan fungsinya, termasuk di dalamnya daya tahan, ketidaktergantungan pada produk lain atau komponen lain, eksklusifitas, kenyamanan, wujud luar (warna, bentuk, pembungkusan, dan sebagainya) (Swastha & Handoko, 2000). Dengan kualitas yang bagus dan terpercaya, maka produk akan senantiasa tertanam dibenak konsumen, karena konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk yang berkualitas.

Di samping kualitas produk, tinjauan terhadap harga juga semakin penting, karena setiap harga yang ditetapkan perusahaan akan mengakibatkan tingkat permintaan terhadap produk berbeda. Dalam sebagian besar kasus, biasanya permintaan dan harga berbanding terbalik, yakni semakin tinggi harga, semakin rendah permintaan terhadap produk. Demikian sebaliknya, semakin rendah harga, semakin tinggi permintaan terhadap produk. Oleh karena itu, penetapan harga yang tepat perlu mendapat perhatian yang besar dari perusahaan. Pada hakekatnya harga ditentukan oleh biaya produk. Jika harga yang ditetapkan oleh perusahaan tepat dan sesuai dengan daya beli konsumen, maka pemilihan suatu produk tertentu akan diutamakan pada produk tersebut (Swastha, 2005).

Sebagai perusahaan otomotif yang sedang berkembang saat ini, Yamaha senantiasa memberikan keyakinan dan harapan kepada para pelanggannya untuk terus memberikan kepuasan kepada mereka. Salah satu distributor Yamaha di Indonesia yaitu dealer resmi PT. Hasjrat Abadi cabang Ambon. PT. Hasjrat Abadi cabang Ambon senantiasa berusaha untuk menjual produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih dibandingkan dengan produk pesaing, misalnya Yamaha Mio. Posisi Yamaha Mio dalam benak konsumen memang sangat kuat, karena Yamaha Mio adalah produk yang lebih dulu hadir, pasti akan lebih dulu dipertimbangkan oleh calon konsumen. Ketika konsumen membeli, pasti mereka mempertimbangkan Yamaha Mio terlebih dahulu bukan Honda atau Suzuki. Dengan segala keunggulan yang dimiliki Yamaha Mio yang tidak dimiliki oleh sepeda motor merek lain tidak membuat penjualan Yamaha Mio stabil, namun penjualan Yamaha Mio di dealer resmi PT. Hasjrat Abadi cabang Ambon mengalami fluktuasi.

Berdasarkan masalah tersebut maka penelitian ini ingin mengetahui kualitas dan harga produk adalah faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian karena hal tersebut melekat pada suatu produk. Atas dasar uraian tersebut, maka peneliti melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio Di Kota Ambon.**

Perumusan Masalah

Kondisi persaingan yang semakin ketat membuat perusahaan harus dapat memaksimalkan penggunaan sumber daya-sumber daya mereka dengan efektif dan efisien, Semakin banyak perusahaan otomotif yang ada saat ini, terutama yang memproduksi sepeda motor. Sehingga konsumen harus lebih mempertimbangkan banyak aspek dalam memilih

dan membeli produk sepeda motor, termasuk kualitas dan harga sepeda motor tersebut. Jadi, dengan timbulnya situasi seperti ini, perusahaan diharapkan dapat memperkuat merek dan meningkatkan kualitas produk mereka agar konsumen tertarik untuk melakukan pembelian terhadap produk suatu perusahaan, dalam hal ini motor Yamaha Mio di PT. Hasjrat Abadi cabang Ambon. Jika keputusan pembelian cepat dan tepat, maka dalam pembelian ulang, konsumen tidak akanberpikir panjang dalam melakukan pembelian karena konsumen tidak sekedar menginginkan produk tetapi juga nilai dan manfaat yang diberikan oleh suatu produk.

Harga merupakan hal yangdiperhatikan konsumen saat melakukan pembelian. Hubungan antara harga dengan keputusan pembelian yaitu harga mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian, semakin tinggi harga maka keputusan pembelian semakin rendah, sebaliknya jika harga rendah keputusan pembelian berubah semakin tinggi (Kotler dan Amstrong, 2001).Maka para pengusaha harus jeli dalam menetapkan harga produknya ke pasar agar produk tersebut sukses di pasar.Selain harga, faktor lain yang berpengaruh dalam keputusan pembelian adalah kualitas produk.Kualitas mempunyai arti sangat penting dalam keputusan pembelian konsumen.Apabila kualitas produk yang dihasilkan baik maka konsumen cenderung melakukan pembelian ulang sedangkan bila kualitas produk tidak sesuai dengan yang diharapkan maka konsumen akan mengalihkan pembeliannya pada produk sejenis lainnya. Sering kali dibenak konsumen sudah terpatri bahwa produk perusahaan tertentu jauh lebih berkualitas daripada produk pesaing dan konsumen akan membeli produk yang mereka yakini lebih berkualitas. Meskipun konsumen mempunyai persepsi yang berbeda terhadap kualitas produk, tetapi setidaknya konsumen akan memilih produk yang dapat memuaskan kebutuhannya.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraian diatas, maka perumusan masalah yang menjadi fokus perhatian peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan konsumen dalam pembelian sepeda motor Yamaha Mio?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan konsumen dalam pembelian sepeda motor Yamaha Mio?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah dirumuskan, maka tujuan dari penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan konsumen dalam pembelian sepeda motor Yamaha Mio.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan konsumen dalam pembelian sepeda motor Yamaha Mio.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Desain penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian.Adapun metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini ada-

lah metode penelitian *explanatoryresearch* atau penelitian penjelasan. Menurut Singarimbun dan Effendi (2006 : 5), *explanatory research* penelitian yang menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengajuan hipotesis dengan menggunakan data-data yang sama.

Adapun dalam penelitian ini penulis akan menganalisis kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian motor Yamaha mio dengan melakukan pengujian hipotesis yang telah diajukan sebelumnya. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Prosesnya berawal dari teori, selanjutnya diturunkan menjadi hipotesis penelitian yang disertai pengukuran dan operasional konsep, kemudian generalisasi empiris yang berdasarkan pada statistik, sehingga dapat disimpulkan sebagai temuan penelitian.

Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian berlangsung selama satu bulan mulai 4 Oktober sampai 3 Nopember 2012. Lokasi penelitian ini dilakukan di PT. Hasjrat Abadi cabang Ambon yang berada Jln PHB Haloing Atas kecamatan Sirimau Kota Ambon.

Populasi dan Sampel

Populasi

Tahap awal yang dilakukan peneliti dalam pemilihan sampel dengan mengetahui populasi. Menurut Sugiyono (2009), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen yang membeli motor Yamaha Mio di PT. Hasjrat Abadi cabang Ambon pada bulan Januari sampai dengan Desember 2012.

Sampel

Sugiyono (2009) juga mengatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *Purposive Sampling*, yaitu pengambilan sampel yang berdasarkan pertimbangan tertentu dan harus *representative* mewakili populasi yang akan diteliti. Adapun pertimbangan-pertimbangan yang dilakukan dalam mengambil sampel yang akan diteliti, antara lain bahwa responden yang diteliti adalah yang membelisepeda motor Yamaha Mio di dealer resmi Yamaha PT. Hasjrat Abadi cabang Ambon secara kredit maupun tunai dengan bulan pembelian Januari – Desember 2012 baik kredit maupun tunai yaitu sebesar 303 orang.

Metode penarikan sampel yang digunakan mengacu kepada pendekatan Slovin (Umi Narimawati, 2010), pendekatan ini dinyatakan dengan rumus :

$$n = \frac{N}{1 + ne^2}$$

Dimana :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Batas kesalahan yang ditoleransi (10%)

Jika tingkat kesalahan yang diinginkan (e) = 10% ; N = 303 orang, maka jumlah sampel yang akan diteliti adalah :

$$n = \frac{303}{1 + 303 (0,1)^2} = 75,18 \text{ dibulatkan} = 75$$

Dari perhitungan di atas, maka dapat diketahui bahwa jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 75 orang.

Metode Pengumpulan Data

Dalam suatu penelitian ilmiah, metode pengumpulan data dimaksudkan untuk memperoleh bahan-bahan yang relevan, akurat, dan terpercaya. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dan Studi Pustaka.

Metode Analisa Data

Agar suatu data yang dikumpulkan dapat bermanfaat, maka harus diolah dan dianalisis terlebih dahulu, sehingga dapat dijadikan dasar pengambilan keputusan. Dalam menguji kebenaran suatu hipotesis, dibutuhkan suatu metode analisis yang tepat dan memadai.

1. Analisis Regresi Berganda

Dalam analisis ini dapat dilihat bagaimana variabel bebas, yaitu Kualitas Produk (X_1) dan Harga (X_2) mempengaruhi (secara positif atau negatif) variabel terikat, yaitu keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio (Y). Bentuk matematisnya secara umum adalah sebagai berikut (Ghozali, 2005) :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

di mana :

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta dari persamaan regresi

b_1 = Koefisien regresi dari variabel X_1 (kualitas produk)

b_2 = Koefisien regresi dari variabel X_2 (harga kompetitif)

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Harga Kompetitif

e = Variabel pengganggu

2. Pengujian Hipotesis

Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/ bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat (Ghozali, 2005:84).

Pengujian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas (kualitas produk dan harga) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian) secara terpisah atau parsial. Hipotesa yang akan digunakan dalam pengujian ini adalah :

- $H_0 : \beta_0 = 0$, Variabel-variabel bebas (kualitas produk dan harga) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (keputusan pembelian).
- $H_1 : \beta_1 \neq 0$, Variabel-variabel bebas (kualitas produk dan harga) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (keputusan pembelian).

Kriteria dasar pengambilan keputusan (Ghozali, 2005 : 85) :

- Dengan membandingkan nilai t hitungnya dengan t tabel. Apabila t tabel $>$ t hitung, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak dan Apabila t tabel $<$ t hitung, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan tingkat signifikansi 95% ($\alpha = 5\%$) dengan nilai df (degree of freedom) yaitu $n-k-1$.
- Selain itu Uji t juga bisa dilihat pada tingkat signifikansinya dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi:

Apabila angka probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak dan apabila angka probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Hasil dan Pembahasan

Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X_3)

Fungsi produk yang sesungguhnya dirasakan konsumen sebenarnya adalah persepsi konsumen terhadap kualitas produk tersebut. Kualitas produk menunjukkan nilai tambah dalam proses produksi. Hasil tanggapan terhadap kualitas produk dapat dijelaskan pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1 Tanggapan Responden tentang Kualitas Produk (X_3)

No.	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS	Jml skor	Rata-rata
<i>Fungsi</i>								
1.	Sepeda Motor Yamaha Mio sudah berfungsi dengan baik (sesuai kebutuhan, bunyi mesinnya halus)	85	136	57	10		288	3,84
<i>Fitur</i>								
2.	Sepeda Motor Yamaha Mio dilengkapi dengan rem cakram, tangki yang besar dan ada bagasi dalam	155	104	36	12		307	4,09
<i>Keandalan</i>								
3.	Sepeda Motor Yamaha Mio tidak rewel dalam segala situasi (Perjalanan jauh, hujan, jalan rusak,dll)	110	140	39	10		299	3,99

<i>Usia Produk</i>							
4.	Sepeda Motor Yamaha Mio komponennya awet sehingga bisa digunakan dalam jangka waktu lama	95	164	42	12	313	4,17
<i>Pelayanan</i>							
5.	Sepeda Motor Yamaha Mio Cepat untuk diperbaiki karena spare partnya mudah dicari	95	132	39	20	278	3,70
6.	Pemberian garansi Sepeda Motor Yamaha Mio sesuai dengan janji	100	132	54	8	291	3,88
<i>Estetika</i>							
7.	Sepeda Motor Yamaha Mio lebih menarik daripada motor sejenisnya	110	116	51	14	291	3,88
<i>Persepsi Kualitas</i>							
8.	Sepeda Motor Yamaha Mio merupakan favorit saya	150	128	27	8	313	4,17
9.	Sepeda Motor Yamaha Mio jika dijual kembali harganya tinggi	90	148	45	10	293	3,91
Jumlah						2673	36,0
Rata – rata						297	4,00

Sumber : Data primer yang diolah, 2013.

Berdasarkan Tabel 1 diatas, hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan yang tinggi terhadap kualitas produk Sepeda Motor Yamaha Mio dengan rata-rata skor 4,00, artinya responden menilai bahwa kualitas produk sepeda motor Sepeda Motor Yamaha Mio dalam hal ini tentang fungsi, fitur, usia produk, pelayanan, estetika, dan persepsi kualitas sudah baik. Produk dalam performanya menunjukkan bentuk-bentuk keunggulan dan kemampuan yang dimiliki oleh produk untuk ditawarkan agar dapat memberikan kepuasan kepada para penggunanya. Kekuatan sepeda motor Yamaha teruji dalam hal fungsi, fitur dan keandalan. Berdasarkan tanggapan responden mengenai fungsi dalam hal ini tentang mesin (sesuai kebutuhan, bunyi mesinnya halus) dan fitur Sepeda Motor Yamaha Mio yang dilengkapi dengan rem cakram, tangki yang besar dan ada bagasi dalam, menunjukkan bahwa Sepeda Motor Yamaha Mio tergolong handal dan tangguh. Mesin yang kuat berasal dari ketepatan dari ukuran komponen-komponennya serta bahan baku pembuatan mesin dari logam yang berkualitas. Di samping mesin yang baik Sepeda Motor Yamaha Mio juga dilengkapi rem cakram dan tangki yang besar sehingga untuk perjalanan jauh mesin Yamaha dapat diandalkan karena memiliki mesin yang begitu tangguh dan fitur yang mendukung yang dapat dipakai dalam kondisi/situasi apapun (perjalanan jauh, hujan, jalan rusak, dll).

Perusahaan harus bisa melihat kebutuhan tersebut dan menawarkan produk yang sesuai. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan responden kesetujuan yang tinggi terhadap Pelayanan Sepeda Motor Yamaha Mio dengan rata-rata skor sebesar 3,79, artinya bahwa Sepeda Motor

Yamaha Mio cepat untuk diperbaiki karena karena spare partnya mudah dicari dan Pemberian garansi Sepeda Motor Yamaha Mio sesuai dengan janji sudah baik. Hal ini disebabkan Yamaha mempunyai ketersediaan suku cadang terbesar dalam industri otomotif.

Semakin ketatnya persaingan diantara perusahaan industri otomotif, membuat pelaku industri otomotif harus lebih cermat lagi dalam mengamati perkembangan pasar dan menerapkan strategi-strategi pemasaran yang jitu agar market share yang telah diraih tidak direbut oleh pesaing-pesaing lama ataupun pesaing yang baru. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar memberikan tanggapan kesetujuan yang tinggi terhadap Estetika, dan Persepsi Kualitas Sepeda Motor Yamaha Mio dengan jumlah skor sebesar 3,99, artinya sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa sepeda motor Yamaha memiliki desain yang menarik. Secara fisik semua varian sepeda motor Sepeda Motor Yamaha Mio didesain dengan body yang berkonsep modern dan sporty, sehingga cocok digunakan untuk berbagai kelompok umur dan tidak ketinggalan zaman.

Selain desainnya unik, motor scuter matik Sepeda Motor Yamaha Mio menawarkan berbagai pilihan warna seperti pada Mio Sporty dan Mio J ada warna merah, hitam, hijau, putih dan biru. Sedangkan Mio Standar ada warna merah, putih dan hitam. Sepeda Motor Yamaha Mio juga mempunyai striping yang bagus seperti nama The Dynamic, The Dynamic edition dan The Limited Edition menambah keindahan pada motor scuter matik Sepeda Motor Yamaha Mio. Kualitas produk sepeda motor Sepeda Motor Yamaha Mio yang baik akan menjadi sebuah nilai yang penting dalam pemasaran produk sehingga Sepeda Motor Yamaha Mio jika dijual kembali harganya tetap tinggi.

Deskripsi Variabel Harga Produk (X_2)

Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan pada produk sepeda motor Sepeda Motor Yamaha Mio atau jumlah nilai yang konsumen pertaruhkan dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan sepeda motor Sepeda Motor Yamaha Mio. Hasil tanggapan terhadap harga dapat dijelaskan pada Tabel 2.

Tabel 2 Tanggapan Responden tentang Harga Produk (X_2)

No.	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS	Jml skor	Rata-rata
1	Harga Sepeda Motor Yamaha Mio terjangkau bagi konsumen	80	136	48	18		282	3,76
2	Harga Sepeda Motor Yamaha Mio lebih murah dibanding sepeda motor lainnya	55	150	84	12		301	4,01
3	Harga Sepeda Motor Yamaha Mio sesuai dengan kualitas yang dirasakan	70	140	54	16		280	3,73
Jumlah							863	11,5
Rata – rata							287	3,83

Sumber : Data primer yang diolah, 2013.

Tanggapan responden sebagaimana pada Tabel 2. menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan adanya tingkat kesetujuan yang tinggi terhadap variabel harga kompetitif sepeda motor Sepeda Motor Yamaha Mio, dengan rata-rata skor sebesar 3,83. Artinya tanggapan responden menunjukkan bahwa harga kompetitif sepeda motor Sepeda Motor Yamaha Mio sebagai kategori sepeda motor matik yang memiliki harga kompetitif yang sesuai dalam kelasnya. Hal ini dapat terjadi karena harga sepeda motor Yamaha sebagai produk sepeda motor yang memiliki harga yang tidak terlalu tinggi atau dapat terjangkau bagi konsumen. Harga Sepeda Motor Yamaha Mio lebih murah dibanding sepeda motor lainnya sesuai dengan kemampuan masyarakat dan juga Harga Sepeda Motor Yamaha Mio sesuai dengan kualitas yang dirasakan.

Sepeda Motor Yamaha Mio merupakan salah satu produk Yamaha yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen akan sepeda motor matik. Pengalaman dalam penggunaan produk sepeda motor Sepeda Motor Yamaha Mio, membuat seseorang akan dapat menyatakan atas kesesuaian atau ketidaksesuaian harga dengan preferensi masyarakat. Kesesuaian harga dengan kualitas yang diberikan akan memberikan satu kepercayaan seseorang terhadap produk tersebut. Hal ini didukung oleh hasil penelitian yang menunjukkan bahwa tanggapan responden tinggi terhadap kualitas motor sepeda Motor Yamaha Mio. Hal ini dapat terjadi karena harga dapat membantu konsumen dalam memutuskan cara memperoleh manfaat atau kegunaan tertinggi yang diharapkan dari produk Sepeda Motor Yamaha Mio tersebut. Dengan demikian pembeli dapat membandingkan harga kompetitif produk sepeda motor Sepeda Motor Yamaha Mio dengan produk merek lain yang tersedia dan juga mendapatkan bahwa Sepeda Motor Yamaha Mio dapat memberikan kesesuaian dengan harga yang dikehendaki konsumen dan manfaatnya.

Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Kesesuaian harga dengan kualitas yang diberikan akan memberikan satu kepercayaan seseorang terhadap produk tersebut. Keputusan pembelian merupakan kegiatan yang dilakukan seseorang untuk membeli suatu produk tertentu. Hasil tanggapan terhadap keputusan pembelian dapat dijelaskan pada Tabel 3 berikut ini.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan responden kesetujuan yang tinggi terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio dengan rata-rata sebesar 3,96, artinya keputusan pembelian motor Sepeda Motor Yamaha Mio termasuk tinggi karena tidak adanya keinginan untuk tidak membeli sepeda motor Sepeda Motor Yamaha Mio. Hal ini dapat terjadi karena motor Sepeda Motor Yamaha Mio dicitrakan sebagai kendaraan roda dua yang mereknya mudah dikenal, merupakan produk Yamaha yang berkualitas dalam kecepatan dan mempunyai daya tahan mesin tinggi, Sepeda Motor Yamaha Mio juga mempunyai fitur/gaya yang sesuai dengan kebutuhan konsumen seperti bentuk dan striping yang bagus serta mempunyai desain yang unik dengan berbagai pilihan warna.

Tabel 3 Tanggapan Responden tentang Keputusan Pembelian (Y)

No.	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS	Jumlah skor	Rata-rata
1.	Saya membeli Sepeda Motor Yamaha Mio karena mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan saya dalam berkendara	80	140	45	18		283	3,77
2.	Saya Membeli Sepeda Motor Yamaha Mio setelah mencari informasi tentang Sepeda Motor Yamaha Mio	115	132	51	4		302	4,03
3.	Saya membeli Sepeda Motor Yamaha Mio setelah mempertimbangkan keunggulan dan kelemahan Sepeda Motor Yamaha Mio	110	168	33			311	4,15
4.	Saya membeli Sepeda Motor Yamaha Mio karena telah terbiasa mengendarainya	95	128	57	10		290	3,88
	Jumlah						1186	15,83
	Rata – rata						296	3,96

Sumber : Data primer yang diolah, 2013.

Tabel 3 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan responden persetujuan yang tinggi terhadap pernyataan membeli Sepeda Motor Yamaha Mio karena mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan saya dalam berkendara dengan rata-rata sebesar 3,77, artinya bahwa tanggapan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan bahwa mereka memang ingin membeli Yamaha sebagai kebutuhan dibanding dengan keinginan membeli produk lainnya. Kebutuhan tersebut adalah keinginan untuk tampil mewah, percaya diri dan nyaman.

Informasi sangat dibutuhkan karena banyaknya perusahaan yang memproduksi sepeda motor membuat konsumen berhati-hati dalam membuat keputusan untuk membeli. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan responden kesetujuan yang tinggi terhadap pencarian informasi Sepeda Motor Yamaha Mio dan mempertimbangkan keunggulan dan kelemahan sepeda motor yamaha mio. Hal ini dapat terjadi karena setelah responden mendapatkan informasi, mempelajari dan membandingkan motor scuter matik Yamaha dengan motor produk perusahaan lain dan mempertimbangkan keunggulan dan kelemahan Sepeda Motor Yamaha Mio maka responden mengambil keputusan untuk membeli motor scuter matik Sepeda Motor Yamaha Mio.

Keputusan itu diambil setelah responden membandingkan motor Yamaha dengan motor produk perusahaan lain. Perbandingan tersebut dilakukan dengan melihat nama besar perusahaan, layanan yang diberikan, beberapa produk pilihan, jaringan penjualan

perusahaan, orang yang memakainya dan merek, kualitas, fitur/gaya serta desain produk. Yamaha yang merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang produksi otomotif tidak terlepas akan persaingan yang semakin tajam. Konsumen akan memberikan penilaian tentang suatu produk perusahaan baik itu merek, kualitas, apa yang diperoleh setelah menggunakan produk tersebut.

A. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk membuktikan hipotesis yang diajukan mengenai adanya pengaruh variable Kualitas produk (X_1) dan harga produk (X_2) secara parsial maupun secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y). Perhitungan statistik dalam analisis regresi linier berganda dapat diringkas pada Tabel 4 berikut ini.

Tabel 4 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	80.232	24.353		3.295	.002		
kualitas	.341	.038	.718	5.976	.000	.997	1.003
Harga	-.281	.136	-.216	-2.061	.004	.578	1.731

Dependent Variable: pembelian

Sumber : Data primer diolah, 2013

Berdasarkan hasil analisis regresi yang di dapat maka dibuat persamaan linier berikut :

$$Y = 80.232 + 0,718 (X_1) + -0,216 (X_2)$$

Persamaan regresi di atas menunjukkan bahwa :

- 1) Konstanta (a) = 80,232 berarti bahwa bilamana variabel X_1 (kualitas produk), X_2 (harga) tidak mengalami perubahan, maka keputusan untuk membeli tetap akan mengalami kenaikan yang disebabkan oleh variabel lain adalah sebesar konstanta yakni 80,232 menit.
- 2) Koefisien regresi (b_1) = 0,718, Koefisien regresi variabel kualitas produk mempunyai nilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa Keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0.718 satuan untuk setiap tambahan satu satuan X_1 (kualitas produk). Jadi apabila konsumen mempersepsikan terjadi peningkatan 1 satuan kualitas produk, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0.718 satuan dengan asumsi variabel yang lainnya dianggap konstan.
- 3) Koefisien regresi (b_2) = -0,216, berarti Koefisien regresi variabel harga mempunyai nilai negatif. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian akan menurun sebesar -0,216 apabila oleh konsumen dipersepsikan terjadi

peningkatan harga sebesar satu satuan. Jadi apabila konsumen mempersepsikan terjadinya kenaikan harga mengalami peningkatan 1 satuan, maka keputusan pembelian akan menurun sebesar -0,216 satuan dengan asumsi variabel yang lainnya dianggap konstan.

Dari hasil koefisien regresi berganda yang telah dijelaskan pada uraian diatas selanjutnya akan dilakukan pengujian hipotesis yang dilakukan secara parsial maupun simultan.

Uji Hipotesis

a. Pengujian Parsial (Uji t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat (Ghozali, 2005:84). Pengujian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas (kualitas produk dan harga) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian) secara terpisah atau parsial.

Hasil dari uji t menunjukkan bahwa semua variabel independen, kualitas produk dan hargamempunyai signifikansi kurang dari 0,05 yang berarti semua hipotesis (H_a) secara parsial diterima. Ketentuan penerimaan hipotesis secara parsial yaitu :

- **Jika nilai sig. > $\alpha = 0,05$ maka H_0 diterima atau H_a ditolak**
- **Jika nilai sig. $\leq \alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak atau H_a diterima**

Berikut ini analisis dari uji parsial antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio di PT. Hasjrat Abadi cabang Ambon. Berikut akan dijelaskan pengujian masing-masing variabel secara parsial dan hasil dari uji t dan signifikansi.

- Variabel Kualitas Produk

Kriteria hipotesis yang diajukan :

- $H_0: \beta_1 \leq 0$ berarti Tidak ada pengaruh positif dan signifikan dari variabel Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian
- $H_a: \beta_1 > 0$ berarti Ada pengaruh positif dan signifikan dari variabel Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan pada Tabel 4 diatas menunjukkan bahwa hasil pengujian regresi untuk variabel kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian menunjukkan nilai t hitung = 5,976 dengan nilai signifikansi 0,000 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, maka nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis pertama dapat diterima. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa variabel X_1 (kualitas produk) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa kualitas produk yang semakin baik, akan mempercepat keputusan pembelian konsumen. Hal ini membuktikan bahwa hipotesis yang menyatakan

bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dapat diterima.

- Variabel Harga

Kriteria hipotesis yang diajukan :

- $H_0: \beta_1 \leq 0$ berarti Tidak ada pengaruh positif dan signifikan dari variabel harga terhadap Keputusan Pembelian
- $H_a: \beta_1 > 0$ berarti Ada pengaruh positif dan signifikan dari variabel harga terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan pada Tabel 4 di atas menunjukkan bahwa hasil pengujian regresi untuk variabel harga terhadap Keputusan Pembelian menunjukkan nilai t hitung = -2,061 dengan nilai signifikansi 0,004 dengan nilai signifikansi sebesar $0,004 < 0,05$, nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, maka nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis kedua dapat diterima. Arah koefisien regresi negatif berarti bahwa variabel X_2 (harga) memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Dengan kata lain dapat disimpulkan bahwa harga yang semakin baik, akan mempercepat keputusan pembelian konsumen. Hal ini membuktikan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dapat diterima.

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan analisis secara parsial, ternyata hasil penelitian membuktikan bahwa variabel independen (kualitas produk) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian sepeda motor, sedangkan variabel harga produk ternyata berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio. Artinya menurut konsumen, kedua variabel independen tersebut dianggap penting ketika akan membeli sepeda motor Yamaha di PT. Hasjrat Abadi Cabang Ambon
2. Berdasarkan pengujian secara simultan, ternyata hasil penelitian membuktikan bahwa semua variabel independen (kualitas produk dan harga) secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Fandy Tjiptono. 2002. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Cetakan Keenam. Penerbit Andy. Yogyakarta.
- Imam Ghozali, 2005. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

- Kotler, P., dan Neil Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 8 Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Singarimbun dan Effendi, 2006. *Metodologo Penelitian Survey*. LP3ES, Jakarta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta
- Swasta, Basu. 2005. *Azas-azas Marketing*. Edisi 3. Yogyakarta: Liberty.
- Swasta, Basu dan Handoko, Hani, T. 2000. *Manajemen Pemasaran Analisa dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Liberty.