

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang

Rahmadi¹, Nadia Afrilliana²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang

E-Mail: nadiaafrilliana@ymail.com²

Abstrak

Penelitian ini dirumuskan apakah ada pengaruh yang signifikan kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang. Lokasi penelitian berada di Universitas Muhammadiyah Palembang Jalan A. Yani 13 Ulu Palembang. Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang yang menggunakan sepeda motor Honda Beat dan 75 responden terpilih. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Untuk mengumpulkan data, peneliti menggunakan kuesioner. Penelitian ini dianggap sebagai analisis kualitatif-kuantitatif. Untuk menganalisa data, peneliti menggunakan Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh kualitas produk (X_1) dengan nilai positif (0,807) terhadap keputusan pembelian, dan harga (X_2) dengan nilai positif (0,342) terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian

Abstract

This research is formulated whether or not there was significant influence of product quality and prices on purchasing decision of Honda Beat Motorcycle in Faculty of Economics and Business University of Muhammadiyah Palembang. This research is aimed at determining the influence of product quality and prices on purchasing decision of Honda Beat Motorcycle in Faculty of Economics and Business University of Muhammadiyah Palembang. The research location was at Muhammadiyah University of Palembang., A. Yani. Street 13 Ulu Palembang. The type of this research was such an associative research. The population of this research was all students of the Faculty of Economics and Business Muhammadiyah University of Palembang who used Honda Beat motorcycles and 75 respondent were selected. The data used in this research was primary data. To collect the data, the researcher used questionnaires. This research was considered as a qualitative-quantitative analysis. To analyze the data, the researcher used Multiple Linear Regressions. The results showed that there was influence of Product Quality (X_1) with positive value (0,807) toward purchasing decision, and Price (X_2) with positive value (0,342) toward purchasing decision.

Keywords : product quality, price, and purchasing decision

¹Alumni, ²Dosen

PENDAHULUAN

Tingkat persaingan dunia usaha dalam bidang otomotif di Indonesia pada era saat ini sangatlah ketat. Setiap perusahaan berusaha dan berlomba-lomba untuk dapat meningkatkan pangsa pasar dan meraih konsumen baru. Perusahaan harus dapat menemukan strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan. Dunia pemasaran yang terus menerus menuntut perusahaan untuk memiliki keunggulan daya saing produk. Untuk tetap dapat bertahan didalam proses produksi kita dapat dihadapkan pada berbagai macam pilihan produk. membuat produk yang bermutu dan disukai konsumen merupakan tantangan bagi setiap perusahaan. pada dasarnya semakin banyak pesaing semakin banyak pula pilihan bagi pelanggan untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan harapannya.

Semakin cepatnya perubahan dan perkembangan teknologi dan transportasi menyebabkan persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat. Kebutuhan akan alat transportasi dewasa ini telah menjadi kebutuhan primer. Di banding dengan alat transportasi umum, sebagian besar orang lebih memilih untuk menggunakan alat transportasi pribadi terutama sepeda motor, guna menunjang aktivitas sehari-hari. Selain itu merupakan alat transportasi yang praktis dan lincah manakalah digunakan untuk melewati kemacetan baik dalam kota maupun luar kota. Tidak semua jenis sepeda motor yang di minati oleh sebagian besar konsumen yang ada, tetapi hanya beberapa saja salah satunya adalah sepeda motor Honda Beat. Keunggulan motor Honda diakui di seluruh dunia dan telah dibuktikan dalam beberapa kesempatan, Honda beat mengembangkan teknologi yang mampu menjawab kebutuhan pelanggan yaitu mesin bandel dan irit bahan bakar, sehingga menjadikan sebagai pelopor kendaraan roda dua yang ekonomis.

Pengambilan keputusan konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk di awai oleh adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan dengan melihat atribut produk seperti kualitas produk serta harga. Keputusan konsumen dalam pembelian sepeda motor Honda beat dapat di pengaruhi oleh stimuli atau rangsangan pemasaran seperti kualitas produk dan harga yang mempengaruhi keputusan pembelian. Umumnya konsumen menginginkan kualitas yang bermutu baik dan harga yang terjangkau dari waktu ke waktu.

KAJIAN TEORITIS

Prilaku Konsumen

Menurut Shifman dan Kanuk dalam Ristiyanti dan John (2005:9) perilaku konsumen adalah “proses yang dilalui oleh seseorang dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan bertindak pasca konsumsi produk, jasa maupun ide yang di diharapkan nisa memenuhi kebutuhan”.

Menurut Kotler (2009:166) Perilaku Konsumen adalah Studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi, memilih, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

Keputusan Pembelian

Pengertian keputusan pembelian menurut Kotler (2008:181) adalah suatu keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang yang ditawarkan.. Konsumen juga akan menentukan tempat pembelian dimana lokasinya mudah dijangkau.

Kualitas Produk

Menurut Kotler (2008:272), kualitas (*quality*) adalah salah satu sarana positioning utama pemasar. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa; oleh karena itu, kualitas berhubungan erat nilai kepuasan pelanggan. Dalam arti yang lebih sempit, kualitas bias di identifikasikan sebagai “bebas dari kerusakan.” tetapi sebagian besar perusahaan yang berpusat pada pelanggan melangkah jauh melampaui definisi sempit lain. Justru, mereka mengidentifikasikan kualitas berdasarkan penciptaan nilai dan kepuasan pelanggan.

Menurut Kotler (2008:19) Produk adalah yang ditawarkan kepasar untuk dibeli, digunakan dan dikonsumsi oleh seluruh masyarakat agar dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Pengertian Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:345) Harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa.

Faktor harga di pengaruhi garansi, potongan harga dan mutu produk. Garansi berfungsi sangat efektif dalam dua situasi, pertama apabila perusahaan atau produk tersebut tidak terkenal, kedua apabila mutu produk tersebut lebih unggul dibanding produk pesaing potongan harga yaitu sejumlah kecil nilai yang diberikan kepada konsumen dimana menjadikan harga jual produk yang lebih murah dan kompetitif (Kotler 2007:35).

Penelitian sejenis pernah dilakukan Iful Anwar dan Budhi Satrio (2015) berjudul pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian peralatan masak di Showroom Maxim *Housewares* Grand City Mall Surabaya.. Penelitian ini dilakukan dengan adanya kenyataan di Maxim *Housewares* di Grand City Mall Surabaya dalam satu tahun terakhir telah terjadi penurunan pada

penjualan produk Maxim.. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *non probability sampling* tepatnya *accidental sampling* yaitu teknik pemilihan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu semua anggota populasi yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel dalam penelitian. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus *unknown populations* dan didapatkan hasil sebesar 96 responden. Hasil pengujian secara simultan dengan menggunakan uji F menunjukkan bahwa model regresi linear berganda layak sebagai model penelitian. Selanjutnya dengan menggunakan uji t menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan dan negatif terhadap keputusan pembelian, sedangkan kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya variabel independen yang dominan terhadap keputusan pembelian adalah kualitas produk. Sebaiknya produsen Maxim *Housewares* mencantumkan harga yang sama untuk semua Showroom Maxim di seluruh Surabaya, dan untuk produk barang yang dijual diharapkan pula diberikan label yang jelas.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif yaitu penelitian yang digunakan dalam penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.

Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang yang menggunakan sepeda motor Honda Beat. Penelitian ini bersifat (*infinite*) artinya jumlah populasi tidak dapat di ketahui secara pasti. Teknik sampling yang digunakan yaitu menggunakan metode *purposive sampling* karena populasinya bersifat *infinite*.

Penelitian ini data yang digunakan adalah data primer, adapun data primer yang dimaksud adalah berupa jawaban responden terhadap daftar pertanyaan yang diedarkan melalui kuisioner.

Tabel 1. Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
1.	Keputusan pembelian (Y)	Suatu tindakan atau perilaku konsumen sepada motor Honda Beat untuk melakukan pembelian yang di awali oleh adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan keinginan.	1. Pilihan produk 2. Pilihan merek 3. Pilahan penyalur 4. Pilihan waktu pembelian 5. Pilihan metode pembayaran	Ordinal
2.	Kualitas Produk (X ₁)	Kualitas produk adalah fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat pada sepeda motor honda Beat	1. Irit bahan bakar 2. Mesin berteknologi modern 3. Desainnya elegant 4. Mutu yang baik	Ordinal
3.	Harga (X ₂)	Harga adalah sebagai jumlah uangyang diperlukan untuk bayar untuk mendapatkan sepeda motor Honda Beat	1. Garansi 2. Hargajual kembali tinggi	Ordinal

Sumber : Gagasan Penulis Berdasarkan Teori, 2017

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah daftar pertanyaan (kuesioner) yang berhubungan dengan indikator yang digunakan. Variable dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan skala likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur tanggapan dari responden mengenai obyek penelitian dengan bobot nilai satu sampai dengan lima, dengan ketentuan sebagai berikut : skor 1 untuk nilai sangat tidak setuju , skor 2 untuk nilai tidak setuju, skor 3 untuk nilai ragu-ragu, skor 4 untuk nilai setuju, skor 5 untuk nilai sangat setuju. Untuk itu dibuat table interval class yang bertujuan untuk menghitung nilai atau skor jawaban yang di isi oleh responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji validitas ini dilakukan untuk memastikan bahwa indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian mengukur secara benar dan akurat.

Tabel 2. Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel (n-2)}	Keterangan
Keputusan Pembelian (Y)	Y.P1	0,274	0,2272	Valid
	Y.P2	0,336	0,2272	Valid
	Y.P3	0,695	0,2272	Valid
	Y.P4	0,646	0,2272	Valid
	Y.P5	0,550	0,2272	Valid
Kualitas Produk (X ₁)	X1.P1	0,303	0,2272	Valid
	X1.P2	0,348	0,2272	Valid
	X1.P3	0,399	0,2272	Valid
	X1.P4	0,495	0,2272	Valid
Harga (X ₂)	X2.P1	0,461	0,2272	Valid
	X2.P2	0,461	0,2272	Valid

Sumber : Berdasarkan Perhitungan SPSS, 2017

Langkah Selanjutnya, Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Cronbach Alpha $\geq 0,60$ maka reliable. Jika nilai Cronbach

$\alpha < 0,60$ maka tidak reliabel. Maka hasil pengujian realibilitas untuk setiap variabel, sebagai berikut :

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Variabel	Standar Reliabilitas	Cronbach's Alpha	Keterangan
Keputusan Pembelian (Y)	0,6	0,735	Reliabel
Kualitas Produk (X_1)	0,6	0,601	Reliabel
Harga (X_2)	0,6	0,631	Reliabel

Sumber : Berdasarkan Perhitungan SPSS, 2017

Keputusan Pembelian (Y), Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2) berdasarkan tabel, nilai *Cronbach Alpha* (α) sebesar 0,735 yang berarti lebih besar dari pada 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa instrument reliabel.

Tahap selanjutnya adalah analisis regresi linier berganda antara kualitas produk, harga dan keputusan pembelian dapat diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4. Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	8.915	2.667	
X_1	.807	.129	.581
X_2	.342	.200	.159

Sumber : Berdasarkan Perhitungan SPSS, 2017

Pada tabel di atas diperoleh koefisien konstanta (α) sebesar 8,915, koefisien untuk variabel kualitas produk (X_1) sebesar 0,807, dan koefisien untuk variabel harga (X_2) sebesar 0,342. Dari hasil uji regresi linier berganda terlihat nilai koefisien-koefisien tersebut dapat dibentuk suatu persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 8,915 + 0,807 X_1 + 0,342 X_2$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut, nilai konstanta sebesar 8,915 (positif), menunjukkan bahwa seandainya variabel kualitas produk dan harga tidak ada maka keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang hanya sebesar 8,915. Nilai koefisien variabel kualitas produk adalah positif, artinya variabel kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang akan mempengaruhi sebesar 0,807. Nilai koefisien variabel harga adalah positif, artinya variabel harga mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang akan mempengaruhi sebesar 0,342.

Maksud dari pengujian uji F ini dimaksudkan untuk menguji kedua variabel bebas secara bersama-sama dalam mempengaruhi variabel terikat.

Tabel 5. Uji F (Simultan/Bersama-sama)

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	180.982	2	90.491	22.241	.000 ^a
	Residual	292.938	72	4.069		
	Total	473.920	74			

Sumber : Berdasarkan Perhitungan SPSS, 2017

Berdasarkan tabel ANOVA diatas, dapat dilihat bahwa dari nilai $F_{hitung}(22,241) > F_{tabel}(3,12)$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya ada pengaruh yang signifikan kualitas

produk dan harga secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

Pada pengujian parsial yang bertujuan untuk mengetahui apakah variabel Kualitas produk, Harga terhadap keputusan pembelian konsumen. Adapun hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 5. Uji t (Parsial/Individual) Kualitas Produk (X_1)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.915	2.667		3.343	.001
	X1	.807	.129	.581	6.237	.000

Sumber : Berdasarkan Perhitungan SPSS, 2017

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa dari nilai $t_{hitung}(6,237) > t_{tabel}(1,993)$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya adapengaruh yang signifikan kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

Tabel 6. Uji t (Parsial/Individual) Harga (X_2)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.915	2.667		3.343	.001
	X2	.342	.200	.159	1.712	.091

Sumber : Berdasarkan Perhitungan SPSS, 2017

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa dari nilai $t_{hitung}(1,712) < t_{tabel}(1,993)$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya tidak ada pengaruh yang signifikan harga secara parsial terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

Tahap selanjutnya Uji koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan variabel bebas yaitu kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

Tabel 7. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.618 ^a	.382	.365	2.017

Sumber : Berdasarkan Perhitungan SPSS, 2017

Berdasarkan hasil perhitungan tabel di atas Angka R Square (nilai koefisien determinasi (R^2)) sebesar 0,382 memberikan makna bahwa variabel kualitas produk dan harga hanya mampu menjelaskan perubahan terhadap variabel keputusan pembelian sebesar 38,2%. Sedangkan sisanya sebesar 61,8% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Hasil pengujian hipotesis secara parsial membuktikan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh positif atau searah. Artinya bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang. Berdasarkan uji hipotesis secara parsial bahwa harga tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

Berdasarkan penelitian ini membuktikan bahwa variabel harga hanya akan memiliki pengaruh apabila disandingkan dengan variabel kualitas produk. Sebab harga merupakan suatu nilai dari produk barang/jasa yang diinginkan/dibutuhkan, maka harga haruslah ada nilai dari sesuatu yang diukurnya, didalam penelitian ini kualitas produk menjadi ukuran dari harga sehingga harga memiliki ukuran dari nilainya. Maka apabila kualitas produk dan harga secara bersama-sama akan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dalam penelitian ini, variabel kualitas produk dan harga hanya dapat menjelaskan keputusan pembelian sebanyak 38,2% ini berarti masih banyak variabel lain (61,8%) yang dapat dijadikan sebagai variabel pengaruh terhadap keputusan pembelian. Misalnya : promosi, distribusi, pengaruh orang lain, dan lain-lain. Dengan demikian disarankan untuk dilakukan kembali penelitian sejenis dengan menambah jumlah variabel.

KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil analisis dan pembahasan maka dapat dibuat kesimpulan, sebagai berikut :

Hasil pengujian hipotesis secara simultan/bersama-sama, menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial/individual, menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang, dan pada variabel harga juga memperlihatkan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda

motor Honda Beat di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang. Hal ini memperlihatkan bahwa kualitas produk merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Fandy Tjiptono.2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Iful Anwar, dan Budhi Satrio. 2015. *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian peralatan masak di Showroom Maxim Housewares Grand City Mall Surabaya*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 4, Nomor 12, Desember 2015 (online) 2015.<https://ejournal.stiesia.ac.id/jirm/article/download/1061/1016>
- Kotler, Philip. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Alih Bahasa Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2005. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran. Edisi 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran, Edisi Ke 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Mudrajad Kuncoro. 2009. *Metodologi Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Ristiyantri Prasetyo, John. 2005. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Sugiyono. 2008. *Metodologi penelitian Bisnis. Cetakan 11*. Bandung: CV. Alfabeta.