



PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA DI PEKANBARU (STUDI KASUS PT. CAPELLA DINAMIK NUSANTARA)

Lisa Lisa¹, Richard Lawrence^{2*}, Elsera Siemin Ciamas³, Anggia Arif⁴ Fauzi A.M. Hutabarat⁵

¹Program Studi Manajemen Perusahaan, Politeknik Cendana, Medan, Indonesia

^{2,3}Program Studi Manajemen Pemasaran, Politeknik Cendana, Medan, Indonesia

^{4,5}Program Studi Manajemen Pemasaran Internasional, Politeknik Cendana, Medan, Indonesia

Email korespondensi:²richardayong23@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda di Pekanbaru. Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan dan calon pelanggan sepeda motor Honda di PT. Capella Dinamik Nusantara. Jenis penelitian ini termasuk kedalam jenis penelitian Asosiatif dengan pendekatan analisis Kuantitatif. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *probability sampling* dengan pendekatan *simple random sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu berupa kuesioner yang di bagikan dalam bentuk *google form* dan disebar kepada 60 responden yang merupakan konsumen dan calon konsumen sepeda motor Honda di Pekanbaru. Teknik analisis data yang digunakan adalah Uji korelasi, koefisien determinasi, regresi linear sederhana, dan uji Z. Untuk mengolah data, penulis menggunakan program statistic SPSS versi 28. Dari pengolahan data kedua variabel memiliki kevalidan data dimana nilai corrected item kedua variabel $> 0,3$ dan uji reliabilitas memenuhi syarat *Cronbach Alpha* $> 0,6$. Nilai korelasi kedua variabel adalah 0,814 yang artinya keeratan hubungan antar variabel tinggi. Hasil uji koefisien determinasi atau r^2 nya adalah 0,662 dan bernilai positif yang berarti besarnya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian adalah 66,2% dan 33,8% sisanya dipengaruhi oleh factor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji regresi linear sederhana $Y = 7,336 + 0,680X$ dan bernilai positif sehingga dapat dikatakan arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif Hasil perhitungan di atas menunjukkan bahwa nilai Zhitung sebesar 6,19454 lebih besar daripada Ztabel 1,96 ($6,19454 > 1,96$). Ini menunjukkan bahwa H_0 diterima yang berarti kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian

Kata Kunci: Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine whether there is an influence between product quality on purchasing decisions for Honda motorcycles in Pekanbaru. The population in this study are customers and prospective customers of Honda motorcycles at PT. Capella Dinamik Nusantara. This type of research is included in the type of associative research with a quantitative analysis approach. The sampling technique in this study used probability sampling with a simple random sampling approach. The data collection technique used is in the form of a questionnaire which is distributed in the form of a google form and distributed to 60 respondents who are consumers and potential consumers of Honda motorcycles in Pekanbaru. The data analysis technique used is the correlation test, the coefficient of determination, simple linear regression, and the Z test. To process the data, the author uses the SPSS statistical program version 28. From data processing, the two variables have data validity where the corrected item values for both variables are > 0.3 and the



reliability test met the requirements of Cronbach Alpha > 0.6. The correlation value of the two variables is 0.814, which means the closeness of the relationship between the variables is high. The result of the coefficient of determination test or r^2 is 0.662 and is positive, which means that the magnitude of the influence of product quality on purchasing decisions is 66.2% and the remaining 33.8% is influenced by other factors not examined in this study. The results of the simple linear regression test $Y = 7.336 + 0.680X$ and have a positive value so that it can be said that the direction of the influence of the X variable on Y is positive. The results of the above calculation show that the Zcount value of 6.19454 is greater than Ztable 1.96 ($6.19454 > 1.96$). This shows that H_a is accepted which means that product quality affects purchasing decisions

Keywords: Product Quality, Purchasing Decision

PENDAHULUAN

Alat transportasi merupakan sesuatu yang sangat diperlukan oleh semua orang. dengan adanya alat transportasi, maka jarak tempuh ataupun tingkat mobilitas seseorang akan semakin efisien. Seiring berkembangnya zaman, jenis-jenis alat transportasi pun semakin bervariasi. Oleh karena itu penting bagi setiap perusahaan untuk mencermati kegiatan pemasarannya guna menjamin kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang.

Banyak kajian dalam pemasaran, salah satunya adalah perilaku konsumen. Perilaku konsumen sebagai bagian dari kegiatan manusia yang selalu berubah sesuai dengan pengaruh lingkungan dan sosial dimana dia berada. Namun perilaku konsumen merupakan suatu proses yang berkaitan erat dengan proses pembelian. Pada saat itu konsumen melakukan aktifitas-aktifitas seperti melakukan pencarian, penelitian, dan pengevaluasian tentang produk. Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian.

Munculnya beberapa produk persaingan yang semakin ketat pada industri otomotif sepeda motor matic semakin banyak dan beraneka ragam. Masyarakat mempunyai banyak pilihan dalam memilih serta memutuskan pada sepeda motor mana yang akan dipilih, dengan demikian perusahaan yang berkesinambungan dan konsisten, dalam meningkatkan kualitas produk agar tidak ditinggalkan oleh calon pelanggan-pelanggannya. Menurut Daga (2017:05) Pemasaran bukan hanya sekedar penjualan, Karena penjualan hanya memindahkan produk atau jasa kepada pihak lain. Sedangkan pemasaran merupakan proses bagaimana produk atau jasa itu cocok dan nyaman dikonsumsi, agar calon konsumen bisa memutuskan untuk memiliki produk tersebut. Berdasarkan hal tersebut maka permasalahan dalam penulisan skripsi ini: apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor? Yang bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda di Pekanbaru.



Penulis berharap penelitian ini mampu memberikan informasi dan kontribusi untuk pengembangan ilmu pengetahuan terutama yang berkaitan dengan Manajemen Pemasaran yang berkaitan dalam peningkatan kualitas laba dan nilai dari suatu perusahaan sertadiharapkan dapat bermanfaat sebagai pengetahuan dan bahan pertimbangan dalam hal pengambilan kebijakan perusahaan untuk diimplementasikan kedalam kegiatan usaha yang saat ini sedang dijalankan khususnya bidang pemasaran untuk pengembangan dan kesuksesan usaha di masa yang akan datang.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian memuat rancangan, subyek penelitian, prosedur, instrumen, dan teknik analisis data, serta hal-hal yang terkait dengan cara-cara penelitian. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kuantitatif-asosiatif. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 300 pelanggan aktif (pelanggan yang setiap bulan melakukan transaksi). Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 20% dari total populasi, yaitu 60 pelanggan aktif. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan pendekatan sampling insidental.

Dalam penelitian ini, penulis merujuk pada data primer dan sekunder. Pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuesioner terstruktur melalui sistem *google form* sampai data mencapai kuota yang telah ditentukan. Penulis menggunakan skala Likert untuk menentukan panjang pendeknya interval, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan akan menghasilkan data kuantitatif

Setelah mengumpulkan data melalui kuesioner, penulis menggunakan alat ukur penelitian yang dibantu dengan SPSS versi 28 untuk menganalisis data, dan melakukan uji data menurut parameter ukur uji data penelitian sebagai berikut: Uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji lineritas. Setelah itu dilanjutkan dengan menganalisa data menggunakan metode korelasi, determinasi, regresi linier sederhana, dan yang terakhir uji hipotesis (uji Z)



HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil uji alat ukur validitas, diketahui bahwa dari 12 item pernyataan pada variabel Kualitas Produk (x) dinyatakan valid karena nilai *corrected item* $> 0,3$ dan dari 10 item pernyataan pada variabel Keputusan Pembelian (y) dinyatakan valid karena nilai *corrected item* $> 0,3$. Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas, disimpulkan bahwa item pernyataan kuesioner pada variabel Kualitas Produk dinyatakan reliabel karena $0,926 > 0,6$ dan variabel Keputusan Pembelian dinyatakan reliabel karena $0,901 > 0,6$. Hasil uji normalitas diketahui nilai signifikansi $0,200 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal. Hasil uji linieritas diketahui nilai $< 0,001$ dimana nilai tersebut kurang dari $0,05$. sehingga disimpulkan bahwa variabel x dan y mempunyai hubungan yang linear. Dalam uji koefisien korelasi yang dilakukan menunjukkan bahwa nilai korelasi adalah $0,814$ yang berarti kualitas pelayanan dan keputusan pembelian mempunyai korelasi kuat positif. Kemudian dari uji korelasi determinasi yang dilakukan menunjukkan bahwa persentase antara kualitas produk dan keputusan pembelian adalah $66,20\%$. Hal ini membuktikan bahwa antara kualitas produk mempengaruhi kinerja keputusan pembelian sebesar $33,80\%$ dimana selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain yang mana tidak ditulis oleh penulis. Dalam uji regresi linear sederhana yang dilakukan menunjukkan bahwa nilai konstanta adalah $7,336$ yang berarti setiap pertambahan atau meningkatnya satu persen nilai kualitas produk akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar $0,680$. Hasilnya positif dan dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif dan yang terakhir adalah Uji Z menunjukkan bahwa nilai Zhitung adalah sebesar $6,19454$ dan diperoleh nilai z tabel adalah sebesar $1,96$ Dimana $Zhitung > Ztabel$ ($6,19454 > 1,96$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian di PT. Capella Dinamik Nusantara

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh penulis maka penulis menyimpulkan bahwa persentase antara kualitas produk dan keputusan pembelian adalah $66,20\%$. Hal ini membuktikan bahwa antara kualitas produk mempengaruhi kinerja keputusan pembelian yang cukup sebesar $66,20\%$ dan selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain yang mana tidak diteliti oleh penulis



Richard Lawrence, merupakan mahasiswa tingkat akhir Prodi Manajemen, Politeknik Cendana, Medan

DAFTAR PUSTAKA

- Al Idrus, S. (2019). *Kualitas pelayanan dan keputusan pembelian*. Media Nusa Creative.
- Daga, R. (2017). *Citra, kualitas produk dan kepuasan pelanggan* (1st ed.). Global Research and Consulting Institute.
- Gunawan. (2018). *Mahir menguasai SPSS*. CV. Budi Utama.
- Haudi. (2021). *Pengaruh komunikasi interpersonal dan kecerdasan emosional terhadap kinerja pengurus vihara*. Insan Cendekia Mandiri.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Unitomo Press
- Melissa, William, V., Lan, W.P., Williny, Fahmi, S. (2021). Pengaruh promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian PT. Bintang rejeki maju, medan. *Seminar Nasional Sains dan Teknologi Informasi (SENSASI)*, 427-430.
- Musfar, T.F. (2021). *Manajemen produk dan merek*. CV. Media Sains Indonesia.
- Pratama, R. (2019). *Pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda di dealer tunas jaya magelang* [Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang] [.http://eprintslib.ummgl.ac.id/id/eprint/180](http://eprintslib.ummgl.ac.id/id/eprint/180)
- Payadnya, Andre, P.A, dan Jayantika, G.A.N.T. (2018). *Panduan penelitian eksperimen berserta analisis statistic dengan SPSS*. Deepublish.
- Wardani, D.K. (2020). *Pengujian hipotesis (deskriptif, komparatif dan asosiatif)*. LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.