

# **PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA TIPE MX KING (Studi pada Pengguna Sepeda Motor Yamaha Tipe MX King Di Sangatta)**

**Andi Muklis**

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman, Jl. Muara  
Muntai No. 1 Gunung Kelua Samarinda,  
Email: [andimuklis153@gmail.com](mailto:andimuklis153@gmail.com)

## ***Abstract***

*This study aims to determine the influence of independent variables consisting of Price ( $x_1$ ) and Product Quality ( $x_2$ ) on dependent variables of Purchasing Decisions ( $Y$ ) both partially and simultaneously and to know one of the two variables that have the most effect on Purchasing Decisions. The type of research used is a type of quantitative research. The population in this study was users of Yamaha MX King motorcycles in Sangatta. The sample count used was 90 users of Yamaha MX King motorcycles in Sangatta. The sampling technique used is incidental sampling. The data analysis techniques used in this study are validity test and reliability test, classic assumption test, multiple linear analysis, the most influential variables. The results of the calculation of test  $F$  (simultaneous) show that independent variable Price ( $x_1$ ), Product Quality ( $x_2$ ) simultaneously has an influence on dependent variables Purchase Decision ( $y$ ). From the results of the  $T$  test analysis (partial) shows that the Price ( $x_1$ ) partially has a significant effect on the Purchase Decision ( $y$ ) and Product Quality ( $x_2$ ) partially also affects the Purchase Decision ( $y$ ) of Yamaha motorcycle type MX King in Sangatta. The variable that most affects the Purchase Decision is the Product Quality variable.*

**Keywords:** *Price, Product Quality and Purchasing Decisions.*

## **Pendahuluan**

Pada era modern dengan perkembangan teknologi yang semakin maju terjadi pada industri otomotif yang mampu menghasilkan produk baru yang bervariasi untuk konsumen serta jumlah merek dan produk yang bersaing dalam pasar sangat banyak sehingga konsumen memiliki beragam pilihan dan alternatif produk yang dapat memenuhi kebutuhan. Beberapa produsen sepeda motor di

sangatta memproduksi dan memasarkan jenis sepeda motor bebek utamanya perusahaan Yamaha yang salah satu produknya adalah Yamaha tipe MX King. Sepeda motor ini dikeluarkan pada tahun 2015 dengan konsep gaya desain motor sport yang dilengkapi fitur unggul seperti lampu LED, ban tubles, rem cakram dikedua roda dan mesin 150 cc yang berteknologi full injeksi.

Manajemen pemasaran adalah usaha untuk mengidentifikasi apa yang dibutuhkan oleh konsumen dan cara pemenuhan dapat diwujudkan. Untuk dapat mengidentifikasi apa yang dibutuhkan konsumen maka perusahaan perlu melakukan riset pemasaran, diantaranya berupa survei tentang keinginan konsumen sehingga perusahaan bisa mendapatkan informasi mengenai apa yang dibutuhkan oleh konsumen. selanjutnya Kotler & Keller (2016) mendefinisikan manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, mempertahankan, serta meningkatkan jumlah pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul. Diperkuat oleh Erpurini (2019), bahwa manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu untuk memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Kunci utama untuk mencapai tujuan perusahaan terdiri dari penentuan kebutuhan, keinginan pasar sasaran dan penyerahan produk yang memuaskan secara efektif dan efisien dibandingkan para pesaing sehingga terjadi sebuah keputusan pembelian (Taufik, 2015). Sebuah keputusan pembelian yang dilakukan oleh seorang konsumen, dilakukan atas dasar keinginan dan kebutuhan terhadap suatu produk. Suatu keputusan pembelian sebagai pemilihan tindakan dari dua atau lebih alternatif, diantaranya yaitu harga dan kualitas produk (Zulaicha & Irawati, 2016). Hal tersebut dapat menjadi faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli sebuah sepeda motor.

Harga merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut (Tobing & Sihombing, 2016). Harga juga sangat berperan penting sebagai penentu utama pilihan konsumen. Berikut adalah perbandingan harga sepeda motor jenis bebek di Sangatta:

**Tabel 1. Perbandingan Harga Sepeda Motor Sangatta**

Keluaran (Tahun)	Tipe Motor	Harga
2015	Yamaha MX King	Rp. 22.300.000
2014	Yamaha Jupiter MX	Rp. 18.900.000
2013	Yamaha Jupiter Z CW	Rp. 17.100.000
2016	Honda Supra GTR	Rp. 23.300.000

sumber: data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa harga sepeda motor MX King memiliki harga lebih tinggi yaitu dengan harga Rp. 22.3000.000 dari Yamaha tipe lainnya akan tetapi lebih rendah di dibandingkan kompetitornya yaitu Honda Supra GTR dengan harga Rp. 23.300.000. Untuk itu jika dilihat dari harga Yamaha memiliki peluang yang sangat besar untuk menyaingi kompetitornya yaitu Honda.

Selain di tinjau dari harga, faktor kualitas produk juga merupakan hal penting yang menjadi pertimbangan konsumen. Untuk itu kualitas produk merupakan hal yang harus diperhatikan oleh setiap perusahaan jika ingin produk yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas produk merupakan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan (Maulina, 2021). Konsumen tentunya tidak akan membeli produk yang tidak memenuhi harapan.

Beberapa hasil penelitian terdahulu menyimpulkan bahwa Harga, dan Kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap variabel Keputusan Pembelian konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian Nugroho *et. al.* (2015), menyimpulkan bahwa semua variabel bebas yaitu Kualitas Produk, Harga dan Promosi memiliki hubungan positif dengan variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian konsumen pada pengguna Honda Vario 125 FI, Semarang. Selain itu, penelitian dari Utami *et. al.* (2018) juga menyimpulkan bahwa Kualitas produk dan Harga memiliki pengaruh positif terhadap keputusan Pembelian konsumen pada pengguna sepeda motor Honda CB 150R.

## Metode

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kuantitatif. Dalam penelitian ini dibutuhkan data dan informasi yang sesuai dengan sifat permasalahannya agar data dan informasi yang diperoleh cukup lengkap digunakan sebagai dasar dalam membahas masalah yang ada. Dalam penelitian asosiatif digunakan untuk mengetahui pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor MX King.

Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *Nonprobability* yakni teknik sampling *insidental*, yakni penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/*insidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sujarweni 2015:87). Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus *Lemeshow*, hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui atau tak terhingga. Perhitungannya adalah sebagai berikut:

Keterangan:

$n$  = Jumlah Sampel

$z$  = Skor  $z$  pada kepercayaan 95% = 1,96

$p$  = Maksimal estimasi, karena data belum didapat, maka dipakai 50%

$d$  = alpha (0,10) atau *sampling error* = 10%

Berdasarkan rumus tersebut, maka besar sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{Z_{1-\alpha/2}^2 P(1-p)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 100$$

## Hasil dan Pembahasan

**Tabel 2. Uji Validitas**

Sub Variabel	Indikator Pernyataan	Corrected Item Total Correlation	N	Keterangan
Harga (X1)	Variabel X1 (1)	0,587	90	<i>Valid</i>
	Variabel X1 (2)	0,669	90	<i>Valid</i>
	Variabel X1 (3)	0,652	90	<i>Valid</i>
	Variabel X1 (4)	0,649	90	<i>Valid</i>
	Variabel X1 (5)	0,645	90	<i>Valid</i>
Kualitas Produk (X2)	Variabel X2 (1)	0,338	90	<i>Valid</i>
	Variabel X2 (2)	0,735	90	<i>Valid</i>
	Variabel X2 (3)	0,599	90	<i>Valid</i>
	Variabel X2 (4)	0,639	90	<i>Valid</i>
	Variabel X2 (5)	0,603	90	<i>Valid</i>
	Variabel X2 (6)	0,612	90	<i>Valid</i>
	Variabel X2 (7)	0,735	90	<i>Valid</i>
	Variabel X2 (8)	0,607	90	<i>Valid</i>
	Variabel X2 (9)	0,365	90	<i>Valid</i>
Keputusan Pembelian (Y)	Variabel Y1 (1)	0,365	90	<i>Valid</i>
	Variabel Y1 (2)	0,628	90	<i>Valid</i>
	Variabel Y1 (3)	0,616	90	<i>Valid</i>
	Variabel Y1 (4)	0,770	90	<i>Valid</i>
	Variabel Y1 (5)	0,812	90	<i>Valid</i>
	Variabel Y1 (6)	0,606	90	<i>Valid</i>
	Variabel Y1 (7)	0,495	90	<i>Valid</i>

sumber: data diolah, 2021

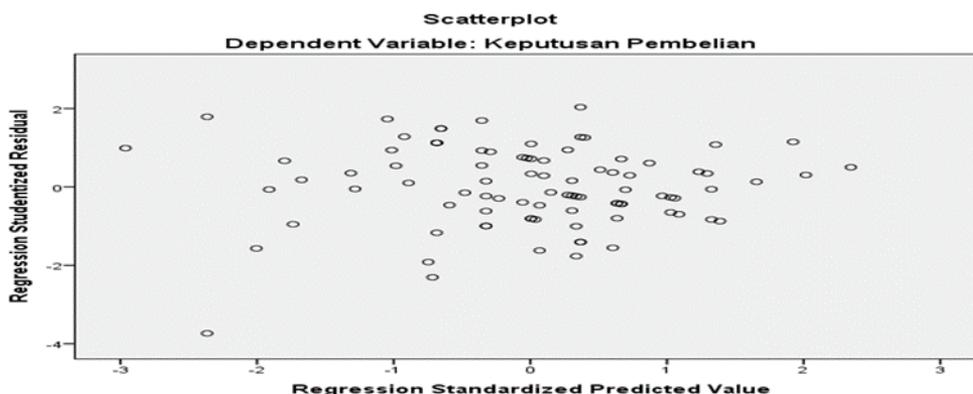
Dari tabel 2 di atas menunjukkan bahwa masing-masing indikator variabel lebih besar dari r tabel 0,205 sehingga dapat dikatakan bahwa indikator tersebut semuanya *valid*. Berdasarkan tabel 3, menunjukkan bahwa dari hasil semua variabel baik variabel independen maupun dependen mempunyai nilai *Alpha*

*Cronbach* yang cukup besar yaitu > 0,60 sehingga dapat dikatakan bahwa semua variabel dinyatakan reliabel.

**Tabel 3. Uji Reliabilitas**

Sub Variabel	Corrected item Total Correlation	N	Keterangan
Harga (X1)	0,632	90	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	0,736	90	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y1)	0,728	90	Reliabel

sumber: data diolah, 2021



**Gambar 1. Scatterplot Keputusan Pembelian**

sumber: data diolah, 2021

Melihat grafik *scatterplot* antara nilai prediksi terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID) pada gambar 6 diketahui bahwa tidak ada pola yang membentuk suatu pola tertentu serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y. Hasil tersebut menunjukkan variabel yang digunakan dalam penelitian ini tidak mengalami heteroskedastisitas, sehingga model regresi layak untuk di pakai karena memenuhi uji heteroskedastisitas.

**Tabel 4. Uji Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	7,748	4,589		1,688	,095
1 Harga	,148	,052	,129	2,314	,055
Kualitas Produk	,508	,094	,505	5,435	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

sumber: data diolah, 2021

Berdasarkan hasil perhitungan diatas diperoleh persamaan regresi linear berganda dari variabel Harga ( $X_1$ ), Kualitas Produk ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian adalah sebagai berikut:

$$Y = 7,748 + (0,048) X_1 + (0,508)X_2 + e$$

Nilai  $t_{hitung}$  menunjukkan bahwa variabel Harga ( $X_1$ ) sebesar 0,314 dengan nilai Sig = 0,055. Karena  $t_{hitung} = 2,314 > t_{tabel} = 1,988$  serta nilai Sig = 0,055  $< \alpha$  0,05, maka dapat di simpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya variabel Harga ( $X_1$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Nilai  $t_{hitung}$  menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ) sebesar 5,435 dengan nilai Sig = 0,000. Karena  $t_{hitung} = 5,435 > t_{tabel} = 1,988$  serta nilai Sig = 0,000  $< \alpha$  0,05, maka dapat di simpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Dari penelitian diperoleh hasil bahwa secara parsial variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian sepeda motor Yamaha tipe MX King di Sangatta. Dengan demikian hipotesis dalam penelian ini yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara parsial antara variabel harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha tipe MX King di Sangatta. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang di lakukan Nugroho *et. al.* (2015) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario 125 FI”. Dimana hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga memiliki empat indikator yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga dan kesesuaian harga dengan manfaat produk. Dari penelitian ini dapat diambil kesimpulan bahwa dari ke empat indikator variabel harga rata-rata konsumen memberikan jawaban setuju. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sepeda motor Yamaha tipe MX King mempunyai harga yang sesuai dengan kualitas yang diberikan sehingga mampu merangsang konsumen untuk melakukan keputusan pembeliannya.

**Tabel 5. Uji F Simultan**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	211,436	2	105,718	15,191	,000 <sup>b</sup>
1 Residual	605,453	87	6,959		
Total	816,889	89			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga

sumber: data diolah, 2021

Berdasarkan hasil perhitungan uji F, dapat dilihat bahwa nilai  $F_{hitung} = 15,191 > F_{tabel} = 3,10$  dan nilai  $sig\ 0,000 < 0,05$  maka dapat dikatakan bahwa variabel bebas yaitu yang terdiri dari Harga dan Kualitas Produk secara bersama-sama (simultan) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian sepeda motor Yamaha tipe MX King di Sangatta. Ditunjukkan dengan nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  dan nilai Sig lebih kecil dari lima persen.

Dari hasil analisis regresi linier berganda diketahui bahwa nilai koefisien regresi dari masing-masing variabel bebas bertanda positif. Nilai koefisien determinasi (Adjusted R square) harga dan kualitas produk secara bersama-sama mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 24,2% sedangkan sisanya sebesar 75,8% dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil nilai koefisien determinasi yang rendah yaitu sebesar 24,2% menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk sepeda motor Yamaha tipe MX King, namun dalam studi kasus pada penelitian ini kontribusinya rendah diduga ada variabel lain diluar penelitian ini yang lebih berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Tipe MX King di Sangatta, maka dapat disimpulkan bahwa Harga dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada pembelian sepeda motor Yamaha tipe MX King di Sangatta. Kualitas Produk adalah variabel yang paling berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

### **Daftar Pustaka**

- Erpurini, W. (2019). Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Pemasaran dan Saluran Distribusi terhadap Kinerja Pemasaran PT QNY Cimahi. *JURNAL BISNIS dan TEKNOLOGI*, 11(1), 94-104.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A framework for marketing management* (p. 352). Boston, MA: Pearson.
- Maulina, W. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Berlian Beauty Clinic Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 9(3), 248-254.
- Nugroho, F. S., Waluyo, H. D., & Listyorini, S. (2015). 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). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(4), 229-234.
- Sujarweni. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: Pustakabarupress.
- Taufik, M. M. (2015). Ketersediaan Areal Parkir, Kelengkapan Barang, Lokasi, Harga dan Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian

- Sebagai Variable Intervening Minat Konsumen Berkunjung pada Minimarket Alfamart di Kotamadya Jakarta Selatan. *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, 4(2).
- Tobing, F. M., & Sihombing, D. (2016). Pengaruh Lokasi, Keragaman Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Carrefour Citra Garden Medan). *Jurnal plans: Penelitian Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 11(2).
- Utami, D. M., Wati, L., & Mukhtar, Y. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Honda Cb150r (Studi Pada Komunitas Hsfci Padang). *Jurnal Fakultas Ekonomi*, 13(2).
- Zulaicha, S., & Irawati, R. (2016). Pengaruh Produk dan harga terhadap keputusan pembelian Konsumen di Morning Bakery Batam. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 4(2), 123-136.