

**PENGARUH HARGA KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR BEKAS JENIS
MATIC DI KABUPATEN BANTUL YOGYAKARTA**

Zusuf Nur Rahman, Hari Kurniawan, N. Kristini Damar Wiyati

Program Studi Manajemen Universitas Cendekia Mitra Indonesia

ucup.252@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of price, product quality and service quality on the decision to purchase used automatic motorbikes in Bantul district, Yogyakarta. The nature of the research used in this research is quantitative research. This research uses a survey research design type. The population in this study were consumers who had purchased used automatic motorbikes at used motorbike buying and selling showrooms in Bantul district, Yogyakarta. The number of samples in this research was 100 respondents. Data were processed using SPSS with multiple linear regression analysis techniques. The results of the t test research are that price has no significant effect on purchasing decisions, product quality has a significant effect on purchasing decisions and service quality has a significant effect on purchasing decisions. The results of the F test research are that price, product quality and service quality together have a significant influence on purchasing decisions.

Keywords: Price, Product Quality, Service Quality, Purchasing Decisions

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian sepeda motor bekas jenis matic di kabupaten Bantul Yogyakarta. Sifat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini menggunakan tipe desain survey research. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah membeli kendaraan motor matic bekas di Showroom jual-beli motor bekas di kabupaten Bantul Yogyakarta. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden. Data diolah dengan menggunakan SPSS dengan teknik analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian uji t adalah harga berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian uji F adalah harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian.

A. LATAR BELAKANG

Kebutuhan sarana transportasi berupa kendaraan bermotor merupakan hal yang penting bagi masyarakat, khususnya sepeda motor. Kendaraan sepeda motor memiliki banyak fungsi, sebagai alat transportasi utama bagi masyarakat ke tempat bekerja sehingga dapat mengoptimalkan kinerjanya.

Daerah Bantul Yogyakarta adalah kabupaten yang mempunyai penduduk dengan basic petani, pedagang, dan buruh pabrik. Masyarakat tersebut membutuhkan kendaraan yang senantiasa diandalkan untuk keperluan mobilisasi dari rumah sampai tempat kerja dan sebaliknya. Masyarakat lebih memilih membeli kendaraan bekas daripada membeli kendaraan yang baru dikarenakan oleh berbagai macam alasan. Mulai dari alasan finansial sampai kemudahan dalam membeli motor bekas.

Kemudahan yang ditawarkan oleh penjual kendaraan motor bekas. Mulai dari fleksibelnya waktu pembelian, tidak perlu melakukan pemesanan atau indent yang berbulan-bulan, hingga dapat dikredit sesuai dengan kesepakatan antara pembeli dan penjual.

Kemudahan yang ditawarkan oleh penjual kendaraan motor bekas. Mulai dari fleksibelnya waktu peRagam jenis kendaraan motor bekas yang ditawarkan, mayoritas masyarakat modern menyukai kendaraan skuter dibanding dengan kendaran bermotor jenis lain. Motor skuter atau matic bekas mudah dalam pengecekan ketika dalam proses akad jual-beli, mudah dalam perawatan, dan mempunyai segudang kelebihan dalam penggunaannya. Bagasi yang luas, tempat menaruh barang yang longgar, dan tidak ada transmisi perpindahan gigi, ini merupakan alasan utama mengapa masyarakat lebih memilih kendaraan jenis matic.

Terlepas dari jenis produk yang diproduksi, kualitas layanan adalah aspek penting dari bisnis apa pun. Sederhananya, kualitas layanan adalah ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan memenuhi harapan konsumen. Pada dasarnya, pembeli yang mengunjungi showroom akan puas jika mereka menerima perlakuan yang baik atau layanan baik dari vendor atau penjual. Kualitas sepeda motor jenis matic yang bagus memiliki harga yang bagus pula. Berdasarkan hal tersebut, peneliti melakukan penelitian yang berjudul "Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Bekas Jenis Matic Di Kabupaten Bantul Yogyakarta".

B. METODOLOGI PENELITIAN

Sifat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini akan menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain, yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu harga (X1), kualitas produk (X2), kualitas pelayanan (X3), dan keputusan pembelian (Y).

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah membeli kendaraan motor matic bekas di Showroom jual-beli motor bekas di kabupaten Bantul Yogyakarta. Dalam penelitian ini jumlah populasi tidak terbatas, maka dalam menentukan sampel dapat menggunakan rumus Rao Purba. Berdasarkan hasil perhitungan Rao Purba maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden.

Dalam pelaksanaannya penelitian ini menggunakan pengambilan data melalui kuesioner dan wawancara, untuk uji instrumen sendiri menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana digunakan untuk melihat pengaruh pada variabel independen harga (X1), kualitas produk (X2), kualitas pelayanan (X3), dan variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y).

C. HASIL

Penelitian ini akan menjelaskan kedudukan variabel - variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain, yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu harga (X1), kualitas produk (X2), kualitas pelayanan (X3), dan variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Y). Data dikumpulkan dengan penyebaran kuesioner sebanyak 100 responden. Penyebaran kuesioner dilakukan secara tertutup dengan menggunakan skala likert 1- 5. Penelitian ini menggunakan 3 variabel independen serta 1 variabel dependen. Kuesioner yang dibuat sebanyak 8 pernyataan dengan 2 item pernyataan untuk setiap variabel.

Pada pengujian model penelitian ini sudah memenuhi syarat uji instrumen (uji validitas & reliabilitas) serta lolos uji asumsi klasik (Uji normalitas, heteroskedastisitas & multikolinearitas). Sehingga peneliti menjabarkan secara singkat hasil penelitian dengan langsung memaparkan uji hipotesis dan analisis regresi.

Tabel 1. Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.321	.583		2.267	.026
	X1	.089	.102	.085	.869	.387
	X2	.376	.109	.369	3.440	.001
	X3	.384	.098	.383	3.936	.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel diatas dapat diperoleh hasil perhitungan harga (X1) dengan nilai probabilitas $0,387 > 0,05$ artinya H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor bekas. Kualitas produk (X2) dengan nilai probabilitas $0,001 < 0,05$ artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas pelayanan (X3) dengan nilai probabilitas $0,000 < 0,05$ artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Tabel 2. Analisis Regresi

Variabel	Koefisien
C	1,321
Harga	0,089
Kualitas Produk	0,376
Kualitas Pelayanan	0,384

Model regresi tersebut diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai koefisien harga (X1) sebesar 0,089 yang berarti harga meningkat 1 satuan, maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,089 dengan asumsi variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan tetap.

2. Nilai koefisien kualitas produk sebesar 0,376 yang berarti kualitas produk meningkat 1 satuan, maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,376 dengan asumsi variabel harga dan kualitas pelayanan tetap.
3. Nilai koefisien kualitas pelayanan sebesar 0,384 yang berarti kualitas pelayanan meningkat 1 satuan, maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,384 dengan asumsi variabel harga dan kualitas produk tetap.

Tabel 3. Uji F

ANOVA ^a							
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	R Square
1	Regression	135.261	3	45.087	43.262	.000 ^b	0,575
	Residual	100.049	96	1.042			
	Total	235.310	99				
a. Dependent Variable: Y							
b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2							

Dapat diketahui hasil perhitungan dengan nilai probabilitas (Sig) sebesar $0,000 < 0,05$ artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian variabel harga (X1), kualitas produk (X2), kualitas pelayanan (X3) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). R Square sebesar 0,575 atau 57,5%. Nilai R Square mempunyai arti bahwa variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen sebesar 57,5%. Sedangkan sisanya 42,5% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model.

D. PEMBAHASAN

Harga Produk Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Bekas. Pada penelitian ini dapat diketahui dari hasil uji t dapat diketahui apabila harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor bekas. Hasil penelitian ini berbeda dengan hasil penelitian Kodu (2013) dan Efendy & Lesmana (2018) yang menyatakan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel harga. Dalam kasus ini dapat diketahui bahwa segmentasi motor bekas memang adalah para konsumen yang mencari barang yang masih bagus namun dengan harga yang murah. Dalam penelitian ini diketahui bahwa hipotesis ditolak, dikarenakan harga yang mengalami peningkatan atau penurunan tidak akan mempengaruhi keputusan pembelian para konsumen motor bekas.

Kualitas Produk Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Bekas. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Kodu (2013) dan Sukma & Wening (2018). Hipotesis ini diterima karena kualitas produk merupakan faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian. Menurut berbagai penelitian, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Semakin tinggi tingkat kualitas produk maka semakin kuat pula kemauan konsumen untuk membeli produk tersebut. Kualitas produk dapat menjelaskan keputusan pembelian dengan persentase tertentu, namun persentase sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian. Selain kualitas produk, variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian antara lain analisis bauran pemasaran komunikasi, pemasaran hubungan pelanggan, kesenangan pelanggan, hambatan perpindahan, dan nilai pelanggan. Konsumen sering kali menggunakan ulasan untuk mengatasi ketidakpastian kualitas produk, dan kepercayaan terhadap suatu produk merupakan faktor penting dalam belanja online.

Kualitas Pelayanan Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Bekas. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Kodu (2013) dan Efendy & Lesmana (2018). Hipotesis ini diterima karena pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian merupakan topik yang banyak diteliti. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan. Misalnya studi tentang pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan menemukan bahwa kualitas pelayanan yang baik menimbulkan persepsi positif bagi konsumen sehingga mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Penelitian lainnya bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan keputusan pembelian terhadap loyalitas pelanggan, serta ditemukan adanya pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dan loyalitas pelanggan. Singkatnya, penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan memainkan peran penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan. Faktor-faktor seperti fasilitas perusahaan, kecepatan pelayanan, keakuratan pelayanan, dan keramahan karyawan merupakan beberapa variabel kualitas pelayanan yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Harga Produk, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Secara Simultan Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Bekas. Pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian telah banyak diteliti. Penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor ini secara simultan mempengaruhi kepuasan pelanggan dan perilaku pembelian. Harga, kualitas produk, dan kualitas layanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan keputusan pembelian dalam berbagai cara. Misalnya nilai pelanggan yang dipengaruhi oleh harga dan kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Selain itu, kepuasan pelanggan memainkan peran mediasi antara harga produk, kualitas produk, dan perilaku pembelian konsumen. Selanjutnya terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan ketepatan harga secara simultan terhadap kepercayaan konsumen yang dapat berimplikasi pada peningkatan penjualan. Menurut sebuah penelitian, kualitas layanan lebih penting daripada harga ketika memutuskan untuk membeli dari suatu perusahaan atau terus bekerja dengan mereka. Secara keseluruhan, keterkaitan antara harga, kualitas produk, dan kualitas layanan sangatlah kompleks dan dapat berdampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan keputusan pembelian.

E. KESIMPULAN

1. Harga berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor bekas jenis matic.
2. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor bekas jenis matic.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor bekas jenis matic.
4. Harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor bekas jenis matic.

DAFTAR PUSTAKA

- Adirama. (2012). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Motor Satria FU di Klaten. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, Vol.1, Edisi I. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Anwar, S. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Armstrong, & Kotler. (1996). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Intermedia.

- Bogdan, & Taylor. (1975). Dalam J. Moleong, Lexy. 1989. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remadja Karya.
- Boyd. (2000). Manajemen Pemasaran “suatu pendekatan strategis dengan orientasi global”. Jakarta: Erlangga.
- Christian, G. (1990). Service Management and Marketing: A Moment of Truth. Singapore: Maxwell Macmillan International.
- Creswell. (1998). Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing among Five Tradition. London: Sage Publications.
- Emil, L. W. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Kofisyop Tembalang. Semarang.
- Garvin, A. (2008). Kualitas Produk.
- Ghozali. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan. (2008). Marketing. Yogyakarta: Penerbit MedPress (Anggota IKAPI).
- Kodu, S. (2013). Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza. Jurnal EMBA 1251 Vol.1.
- Kotler, & Armstrong. (2006). Manajemen Pemasaran. Jilid I. Jakarta: PT.Indeks.
- Kotler, & Armstrong. (2012). Prinsip-prinsip Pemasaran. edisi 12. jilid 1. terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, & Keller. (2007). Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, & Keller. (2008). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, & Philip. (2008). Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 12. Jilid 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Kurniawan, H. (2015). Hubungan Kualitas pelayanan Dengan Intensi Pembelian Ulang Di Apotek X Yogyakarta. Jurnal Permata Indonesia.
- Lupiyoadi. (2011). Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik. Penerbit Salemba Empat.
- Margareta. (2018). Peran mediasi keputusan pembelian pada pengaruh harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan testimonin terhadap kepuasan pelanggan. Yogyakarta.
- Nasution, A. E., & Taufik Lesmana. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Alfamart di Kota Medan). Prosiding Seminar Nasional Vokasi Indonesia, Volume 1.
- Philip, K., & Lane Kevin Keller. (2016). Manajemen Pemasaran. Jilid 1 edisi 13. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Purba, R. (2006). Measuring Consumer Perception Through Factor Analysis, The Asian Manager.
- Putri, I. I. (2010). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Rahardjo, M. (2010). Triangulasi dalam Penelitian Kualitatif. UIN MaulanaMalik Ibrahim.
- Singarimbun, Masri, & Sofyan Effendi. (1995). Metode Penelitian Survei. Yogyakarta: Penerbit LP3ES.
- Sugiyono. (2009). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : CV. Alfabeta.
- Sukma, A., & Trisa , W. M. (2018). Analisis Pengaruh Harapan Pelanggan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Tcash. MANNERS, Vol .I.
- Syahbuddin, A. (2018). Analisis perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor. Skripsi.
- Tjiptono, F. (2002). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. (2008). Strategi Pemasaran, Edisi III. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Wijaya. (2011). Manajemen Kualitas Jasa Edisi 1. Jakarta: PT. Indeks.