

KUALITAS PRODUK, MEREK DAN DESAIN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA MIO

Oleh:
Yudhi Soewito

Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen
Universitas Sam Ratulangi Manado
e-mail: yudhisoewito@yahoo.co.id

ABSTRAK

Maraknya persaingan bisnis saat ini menyebabkan konsumen menjadi lebih selektif terhadap produk untuk dibeli, hal ini karena banyaknya produk yang ditawarkan oleh produsen dengan berbagai merek, desain, serta kualitas produk yang bervariasi yang akan menjadi pertimbangan konsumen sebelum melakukan pembelian. Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya. Merek adalah nama, simbol, desain atau gabungan ke empatnya. Desain produk adalah totalitas fitur yang mempengaruhi penampilan produk tertentu menurut yang diisyaratkan pelanggan. Keputusan pembelian adalah proses merumuskan berbagai alternatif guna menjustifikasi pilihan untuk melakukan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh baik secara simultan dan parsial dari kualitas produk, merek dan desain terhadap keputusan pembelian. Desain penelitian menggunakan survey, dan metode penelitian adalah metode asosiatif. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert, dan teknik analisis menggunakan regresi linear berganda, mengingat model tersusun atas sejumlah hubungan kausal antar variabel laten. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, merek dan desain berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen baik secara simultan dan secara parsial.

Kata kunci: kualitas produk, merek, desain, keputusan pembelian.

ABSTRACT

In rise the current business competition led consumers to be more selective about the products to purchased. This because many products offered by the manufacturer with variety of brands, design and the other values in order to create good perception minds of consumers. Product quality is ability of product to perform its function. Brand is a name, symbol, design or combination four of them. Product design is totality of features that affect the appearance of a specific product according to implied customer. Purchasing decision is process of formulating alternatives to settled make a purchase. This research aims to know the influence of both simultaneously and partial from the product quality, brand, design and to the purchasing decision. Design research using surveys, and research methods used associative methods Using Likert scale research Instrument, and analysis techniques using multiple linear regression analysis, considering the model constitutes a number of causal relationships between latent variables. The results showed that the quality of products, brands and designs significantly influence consumer purchasing decisions both simultaneously and partially.

Keywords: product quality, brand, design, purchase decisions

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Era globalisasi saat ini membuat persaingan bisnis semakin tajam, baik pasar domestik maupun pasar global. Walaupun konsumen tetap ada namun daya beli mereka masih terbatas. Akibatnya konsumen menjadi semakin teliti dalam melakukan pembelian dan penentuan merek suatu produk yang mereka inginkan. Dengan keadaan tersebut mendorong perusahaan agar bisa menarik konsumen, menawarkan produk yang berkualitas dan memperhatikan merek yang disertai juga harga yang ekonomis. Saat ini banyak konsumen yang mencari produk yang bisa membantu memudahkan kegiatannya sehari – hari, dalam hal ini adalah dibidang transportasi yaitu sepeda motor.

Sekarang ini sepeda motor dengan berbagai merek telah dipasarkan diseluruh Indonesia serta mendapatkan respon positif dari para konsumen. Hal ini dapat dilihat dari permintaan akan sepeda motor di Indonesia setiap tahun terus mengalami peningkatan. Sepeda motor sangat diminati oleh masyarakat sebagai sarana transportasi yang membantu penggunaannya dalam kegiatan sehari – hari. Salah satu inovasi dari sepeda motor saat ini yaitu jenis otomatis, sepeda motor jenis otomatis menguasai pangsa pasar dengan penjualan yang hampir setara dengan sepeda motor bebek yang merupakan produk andalan. Salah satu skutermatik yang memegang peranan yaitu Yamaha Mio. Tercatat Yamaha mio memegang penjualan skutermatik terbanyak selama lima tahun terakhir.

Melihat fenomena ini maka penulis tertarik untuk meneliti pengaruh kualitas produk, merek, dan desain terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio oleh konsumen pengguna sepeda motor Yamaha Mio di wilayah Kecamatan Singkil Manado.

Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah :

1. Kualitas produk, merek, dan desain secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio
2. Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio.
3. Merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio.
4. Desain berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio.
5. Variabel manakah diantara kualitas produk, merek, dan desain yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio.

TINJAUAN PUSTAKA

Kotler dan Amstrong (2008:273), kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Garvin yang dikutip Tjiptono (2003:27), mencatat ada delapan dimensi dari kualitas produk yaitu : performance (kinerja), feature (bagian – bagian tambahan dan produk), realibility (kehandalan), conformance (kesesuaian karakteristik operasi produk – produk dengan spesifikasi tertentu atau tidak ada cacat produk), durability (ketahanan), service ability (pelayanan), estetika dan perceived quality (kesan kualitas).

Tjiptono (2008:104), merek merupakan nama, istilah, tanda, simbol / logo, desain, warna, gerak, atau kombinasi atribut – atribut produk lainnya yang diharapkan dapat memberikan identitas dan diferensiasi terhadap produk pesaing. Kotler dan Keller (2009:10), desain produk adalah totalitas fitur yang mempengaruhi penampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan.

Tjiptono (2008:19), berdasarkan tujuan pembelian konsumen dapat diklasifikasikan menjadi konsumen akhir dan konsumen organisasional, dimana konsumen akhir adalah individu atau rumah tangga yang tujuan pembeliannya adalah untuk memenuhi kebutuhan sendiri. Sedangkan konsumen organisasional tujuannya untuk keperluan bisnis.

Engel et al (1990) dalam Tjiptono (2008:19) menyatakan perilaku konsumen merupakan tindakan – tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menggunakan, dan menentukan produk dan jasa termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan – tindakan tersebut. Kotler (2002:204), keputusan pembelian adalah keputusan yang diambil konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk melalui tahapan – tahapan yang dilalui konsumen sebelum melakukan pembelian yang meliputi : kebutuhan yang dirasakan, kegiatan sebelum membeli, perilaku waktu memakai, dan perasaan setelah membeli.

Hubungan Antara Variabel

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

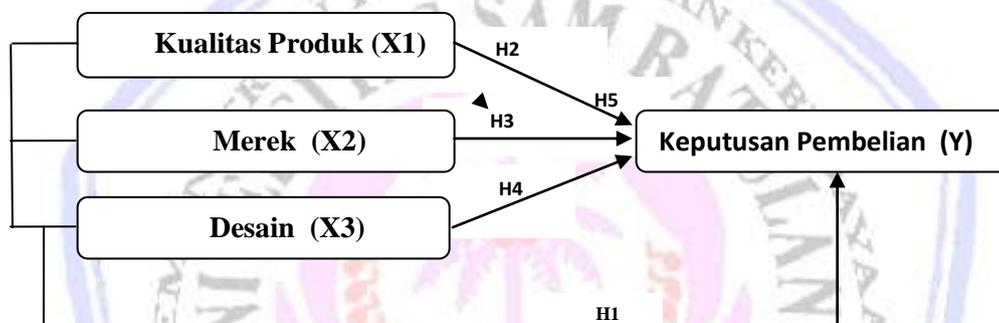
Hasil penelitian Fimaulida (2010) menyimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian Kijang Inova Tipe G Pada PT. Nasmoco Pemuda Semarang. Kualitas produk yang baik akan memberikan persepsi yang baik di benak konsumen.

Pengaruh Merek Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian Yustisiana (2010) menyimpulkan bahwa merek berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian pada pembelian sepeda motor merek Honda di Dealer Wali Motor Demak. Penciptaan strategi yang dapat menciptakan image serta equity yang kuat di benak konsumen mengenai merek merupakan perencanaan yang baik sebelum turun ke lapangan

Pengaruh Desain Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian Fimaulida (2010) menyimpulkan bahwa desain berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian Kijang Inova Tipe G Pada PT. Nasmoco Pemuda Semarang. Desain yang baik dan inovatif akan menjadi nilai tambah bagi suatu produk.



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir Penelitian

Hipotesis

Hipotesis diartikan sebagai dugaan sementara atau pendapat yang masih perlu dibuktikan kebenarannya. Adapun hipotesis yang dibuat adalah :

1. Kualitas produk, merek, dan desain diduga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio pada konsumen pengguna sepeda motor Yamaha Mio di Kecamatan Singkil Manado.
2. Kualitas produk diduga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio pada konsumen pengguna sepeda motor Yamaha Mio di Kecamatan Singkil Manado.
3. Merek diduga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio pada konsumen pengguna sepeda motor Yamaha Mio di Kecamatan Singkil Manado.
4. Desain diduga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio pada konsumen pengguna sepeda motor Yamaha Mio di Kecamatan Singkil Manado.
5. Kualitas produk diduga berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio pada konsumen pengguna sepeda motor Yamaha Mio di Kecamatan Singkil Manado.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Desain penelitian yang digunakan adalah penelitian ekplanasi. Penelitian ini akan melihat pengaruh dan hubungan kausal antara variabel bebas (*independent variable*) yaitu kualitas produk, merek, dan desain, dengan variabel terikat (*dependent variable*) yaitu keputusan pembelian pada konsumen pengguna sepeda motor Yamaha Mio di Kecamatan Singkil Manado. Melihat tujuan penelitian maka uji penelitian ini termasuk uji asosiasi. Analisis korelasi dan regresi adalah alat analisis yang sering dipakai dalam uji asosiasi. Penelitian ini bertempat di wilayah kecamatan

singkil Manado. Sedangkan waktu penelitian yaitu selama 3 bulan, sejak bulan Mei sampai dengan bulan Juli 2012.

Data-data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data kualitatif berupa sejarah berdirinya perusahaan Yamaha Indonesia, data kuantitatif berupa jumlah konsumen pengguna sepeda motor Yamaha Mio di Kecamatan Singkil Manado dan tabulasi data penelitian (Kuesioner). Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder dengan tujuan agar penelitian ini didukung dengan data yang akurat. Sugiyono (2007:122), menyatakan data dapat dibagi menjadi data primer dan data sekunder.

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data untuk penelitian ini adalah penelitian kepustakaan (*Library research*) dan penelitian lapangan (*Field research*) yaitu penelitian dilakukan melalui wawancara dan daftar pertanyaan (kuesioner). Populasi dari penelitian ini adalah konsumen pengguna sepeda motor Yamaha Mio yang ada di Kecamatan Singkil Manado sebanyak 176 responden, selama 5 tahun dari tahun 2007 - 2011 (*penelitian lapangan, kantor samsat Manado, manado Mio Community*). Mengingat jumlah anggota populasi lebih dari 100, serta peneliti memiliki keterbatasan dana, waktu, dan tenaga, maka dalam penelitian ini tidak semuanya diteliti, tetapi hanya mengambil sebagian dari populasi tersebut atau mengambil sampel yang dianggap dapat mewakili populasi penelitian. Jumlah ukuran sampel ditetapkan berdasarkan prosedur tertentu yaitu, dengan menghitung apa yang biasa disebut dengan ukuran sampel minimal. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel yang di ambil dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 sampel. Dimana menurut Arikunto (2007:95), jika populasi lebih dari 100 orang maka sampel yang diambil 20% - 30% atau 40% - 60% dari jumlah populasi. Dimana semakin besar sampel maka data yang diperoleh semakin akurat. Serta pendapat Bayley (1982), yang dikutip Ruslan (2004: 149), bahwa untuk penelitian yang menggunakan data dengan statistik, jumlah sampel yang diambil adalah lebih besar dari persyaratan minimal sebanyak 30 responden, tetapi para pakar peneliti lainnya menganggap bahwa jumlah sampel minimum adalah 100 objek yang paling tepat. Berdasarkan teori – teori mengenai teknik pengambilan sampel di atas maka peneliti menetapkan sampel sebanyak 100 responden.

Penelitian ini menggunakan tehnik *Accidental Quota Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang dapat dilakukan sewaktu – waktu sampai jumlah sampel (quota) yang diinginkan terpenuhi (Sugiyono 2007: 122). Sampel diambil dari para konsumen pengguna sepeda motor Yamaha Mio yang ada di Kecamatan Singkil Manado. Pertimbangan yang akan dipergunakan untuk menentukan responden adalah:

1. Konsumen pengguna sepeda motor Yamaha Mio yang tinggal di wilayah Kecamatan Singkil Manado

Penelitian ini menggunakan variabel-variabel untuk diteliti yang meliputi 2 klasifikasi utama, yaitu variabel bebas (X), yang terdiri dari kualitas produk (X_1), merek (X_2), dan desain (X_3), dan variabel terkait (Y) keputusan pembelian, dengan uraian sebagai berikut:

1. Kualitas Produk (X_1), Garvin yang dikutip Tjiptono (2003: 27), mencatat ada delapan dimensi dari kualitas produk yaitu : performance (kinerja), feature (bagian – bagian tambahan dan produk), realibility (kehandalan), conformance (kesesuaian karakteristik operasi produk – produk dengan spesifikasi tertentu atau tidak ada cacat produk), durability (ketahanan), service ability (pelayanan), estetika dan perceived quality (kesan kualitas).

Variabel ini menggunakan indikator :

- a) Kesan Kualitas.
 - b) Kehandalan
 - c) Ketahanan
2. Merek (X_2), Tjiptono (2008: 104) merek merupakan nama, istilah, tanda, simbol / logo, desain, warna, gerak, atau kombinasi atribut – atribut produk lainnya yang diharapkan dapat memberikan identitas dan diferensiasi terhadap produk pesaing.

Variabel ini menggunakan indikator:

- a) Nama Produk
 - b) Logo Produk
3. Desain (X_3), Kotler dan Keller (2009: 10) Desain adalah totalitas fitur yang mempengaruhi tampilan rasa dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan.

Variabel ini menggunakan indikator:

- a) Warna Produk
- b) Striping Produk
- c) Bentuk Produk

4. Keputusan Pembelian (Y), Kotler (2002: 204) keputusan pembelian adalah keputusan yang diambil konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk melalui tahapan – tahapan yang di lalui konsumen sebelum melakukan pembelian yang meliputi : Kebutuhan yang dirasakan, Kegiatan sebelum membeli, Perilaku waktu memakai, dan Perasaan setelah membeli.

Variabel ini menggunakan indikator:

- a) Kebutuhan yang dirasakan
- b) Kegiatan sebelum membeli
- c) Perilaku waktu memakai
- d) Perilaku pasca pembelian

Skala pengukuran yang digunakan adalah skala ordinal berdasarkan hasil jawaban responden.

Menurut Sugiyono (2007: 132), skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Metode Analisis

Uji Asumsi Klasik

Untuk memperoleh hasil regresi linier yang baik maka digunakan uji asumsi klasik, yaitu:

a. Uji Heteroskedastisitas

Suatu regresi dikatakan terdeteksi heteroskedastisitas apabila diagram pencar residual membentuk pola tertentu. apabila pada output diagram pencar residual tidak membentuk suatu pola tertentu. Maka regresi terbebas dari kasus heteroskedastisitas dan memenuhi persyaratan asumsi klasik tentang heteroskedastisitas

b. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai tolerance dan VIF. Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas. Hasil perhitungan nilai Tolerance menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai Tolerance kurang dari 0.10 yang berarti tidak ada korelasi antar variabel independen yang nilainya lebih dari 95. Hasil perhitungan nilai Variance Inflation Faktor (VIF) juga menunjukkan hal yang sama tidak ada satu variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.

c. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah sebuah model regresi, variabel independen, variabel dependen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Dengan kata lain uji normalitas dimaksudkan untuk mengecek apakah data penelitian kita berasal dari populasi yang sebarannya normal. Uji ini perlu dilakukan karena perhitungan statistik parametrik memiliki asumsi normalitas sebaran.

Nilai residual berdistribusi normal merupakan suatu kurva berbentuk lonceng (*bell-shaped curve*) yang kedua sisinya melebar sampai tidak terhingga. Distribusi data tidak normal, karena terdapat nilai ekstrem dalam data yang diambil. Pedoman lainnya pengambilan keputusan dalam uji normalitas yaitu melalui pengujian SPSS dengan melihat grafik normal *P-P Plot of Regression Standardized*, dengan melihat penyebaran data dibandingkan dengan garis diagonal sehingga dapat disimpulkan model regresi apakah memenuhi asumsi normalitas (simetris) atau tidak.

Regresi Linier Berganda

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda yaitu suatu metode statistik umum yang digunakan untuk meneliti hubungan antara sebuah variabel dependen dengan beberapa variabel independen, Tika (2006:94). Adapun rumus regresi linear berganda yang digunakan sebagai berikut :

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana:

Y = Keputusan Pembelian

X₁ = Kualitas Produk

X_2 = Merek

X_3 = Desain

b_0 = *Intercept* yang menggambarkan pengaruh rata-rata semua variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y)

b_{1-3} = Koefisien regresi parsial masing-masing variabel X_{1-3}

e = Faktor pengganggu atau galat.

Formula model ini merupakan regresi yang bentuk linier dimana, bentuk ini secara teoritis variabel tidak bebas yang akan diteliti mempunyai kecenderungan hubungan yang linier terhadap masing-masing variabel bebasnya.

Pengujian Secara Simultan (F)

Untuk mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat secara berganda yang bisa dilihat pada tabel Anova, Sarwono (2007:16). Atau bisa juga digunakan uji F dengan rumus :

$$F = \frac{b_1 \sum_1 Y - b_2 \sum_2 Y / k - 1}{Y^2 b_1 \sum X_1 Y - b_2 \sum X_2 Y / n - k}$$

Dimana :

k = Banyak variabel

n = Ukuran sampel

Perumusan hipotesis secara simultan:

$$H_0 : \beta_1, \beta_2, \beta_3 = 0$$

Kualitas Produk, Merek dan Desain secara bersama tidak berpengaruh terhadap keputusan sepeda motor Yamaha Mio pada konsumen pengguna sepeda motor Yamaha Mio di Kecamatan Singkil Manado

$$H_a : \beta_1, \beta_2, \beta_3 \neq 0$$

Kualitas Produk, Merek dan Desain secara bersama berpengaruh terhadap keputusan sepeda motor Yamaha Mio pada konsumen pengguna sepeda motor Yamaha Mio di Kecamatan Singkil Manado

Kriteria Penerimaan/ penolakan hipotesis (H_0):

Apabila $F_{hitung} \leq F_{tabel} (n-k-1)$ maka H_0 diterima, sebaliknya jika $F_{hitung} > F_{tabel} (n-k-1)$ maka H_0 ditolak, berarti secara bersama-sama $X_1, X_2, dan X_3$ berpengaruh terhadap Y.

Pengujian Secara Parsial (t)

Uji hipotesis secara parsial digunakan uji t, dengan rumus menurut Sarwono (2007: 15) sebagai berikut:

$H_0 : b_1 = 0$ kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio

$H_a : b_1 \neq 0$ kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio

$H_0 : b_2 = 0$ Merek tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio

$H_a : b_2 \neq 0$ Merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio

$H_0 : b_3 = 0$ Desain tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio

$H_a : b_3 \neq 0$ Desain berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio

Bila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima, sebaliknya bila $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak. Apabila H_0 ditolak, berarti secara parsial $X_1, X_2, dan X_3$ berpengaruh terhadap Y.

Koefisien Korelasi

Analisis ini digunakan untuk mengukur tingkat hubungan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) Koefisien korelasi digunakan untuk melihat derajat hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat secara parsial. Jika koefisien korelasi (r) mendekati 1 atau seratus persen maka derajat hubungannya sangat kuat sedangkan jika koefisien (r) mendekati 0 (nol) maka derajat dapat hubungannya sangat lemah.

Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R^2) bertujuan mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Dalam penelitian ini perhitungan koefisien determinasi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel - variabel bebas dalam hal ini (kualitas produk, merek, dan desain) dalam menjelaskan variabel terikat dalam hal ini (keputusan pembelian), Sarwono (2007: 17).

Koefisien Regresi

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui faktor yang memiliki pengaruh paling besar atau paling dominan terhadap variabel terikat dalam hal ini (keputusan pembelian) dalam penelitian ini dengan melihat besarnya nilai koefisien regresi pada hasil analisis regresi linier berganda, Rangkuti (1997: 166).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Deskripsi terhadap responden hasil penelitian yang dilakukan pada konsumen pengguna sepeda motor Yamaha Mio di kecamatan Singkil Manado dapat dilihat pada uraian ini. Komposisi responden berdasarkan jenis kelamin responden terdiri dari laki-laki sebanyak 53 orang dengan nilai presentase sebesar 53 % dan wanita sebanyak 47 orang dengan nilai presentase sebesar 47%. Dari sebaran jenis kelamin ini, dapat dilihat bahwa mayoritas pengguna sepeda motor Yamaha Mio di Kecamatan Singkil Manado adalah laki - laki (53%), hal ini disebabkan laki - laki lebih suka sepeda motor jenis matic yang lebih memudahkan pengendaranya.

Dilihat dari segi tingkat pendidikan pengguna sepeda motor Yamaha Mio di Kecamatan Singkil Manado, sebagian besar responden berpendidikan SMA dan S1. Responden yang berpendidikan SMA berjumlah 70 orang dengan persentase sebesar 70%, S1 berjumlah 13 orang dengan persentase sebesar 13%, Diploma berjumlah 10 orang dengan persentase sebesar 10%, dan lain-lain (S2,SMP atau dibawahnya) berjumlah 7 orang dengan persentase sebesar 7%. Responden penelitian adalah orang-orang yang telah atau pernah menikmati pendidikan, sehingga responden dianggap telah memahami pengisian kuisioner dan tujuan dilaksanakannya penelitian ini.

Uji Asumsi Klasik

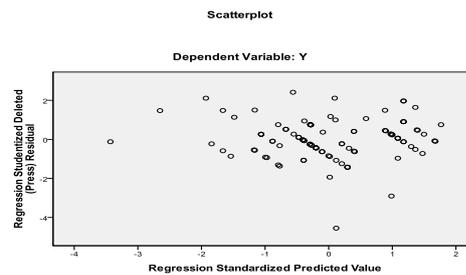
Dengan menggunakan bantuan program *SPSS version 17.0 for windows* maka, hasil uji asumsi klasik adalah sebagai berikut :

Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai tolerance dan VIF. Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Tolerance mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai cutoff yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas. Hasil perhitungan nilai Tolerance menunjukkan tidak ada variabel independen yang memiliki nilai Tolerance kurang dari 0.10 yang berarti tidak ada korelasi antar variabel independen yang nilainya lebih dari 95. Hasil perhitungan nilai Variance Inflation Faktor (VIF) juga menunjukkan hal yang sama tidak ada satu variabel independen yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Suatu regresi dikatakan terdeteksi heteroskedastisitas apabila diagram pencar residual membentuk pola tertentu. Tampak pada output diagram pencar residual tidak membentuk suatu pola tertentu. Kesimpulan, regresi terbebas dari kasus heteroskedastisitas dan memenuhi persyaratan asumsi klasik tentang heteroskedastisitas. Gambar 4.2. akan menjelaskan hasil uji Heteroskedastisitas sebagai berikut :

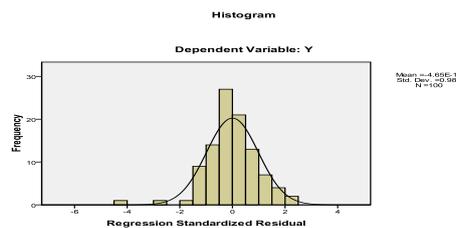


Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Gambar 4.1. menunjukkan bahwa tidak ada pola yang terbentuk, dengan kata lain grafik menggambarkan plot yang menyebar, hal ini membuktikan bahwa variabel bebas tidak terdapat heteroskedastisitas.

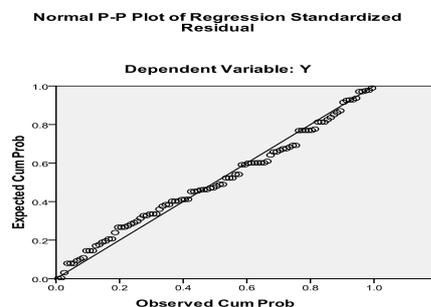
Uji Normalitas

Pada prinsipnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar, maka uji statistik menjadi tidak valid atau bias terutama untuk sampel kecil. Suatu model regresi yang baik, adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas yang dilakukan melalui pendekatan grafik (histogram dan P-Plot), hasilnya sebagai berikut:



Gambar 4.2 Histogram Regression

Melihat kurva normal pada histogram sebelumnya, dapat dikatakan bahwa model berdistribusi normal karena membentuk lonceng. Cara lainnya yaitu dengan melihat diagram Normal P Plot Regression Standardized, untuk melihat apakah model berdistribusi normal atau tidak. Hal ini dapat dilihat pada Gambar 4.3 sebagai berikut:



Gambar 4.3 Kurva P Plot Regression Standardized Residual

Gambar 4.3 menunjukkan bahwa grafik menggambarkan penyebaran data di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal grafik tersebut. Dengan kata lain bahwa keberadaan titik-titik

disekitar garis dan pada Scatter Plot, tampak titik-titik menyebar disekitar garis linier, hal ini menunjukkan bahwa model berdistribusi normal.

Analisis Regresi Berganda

Setelah melaksanakan uji asumsi klasik, karena telah terpenuhinya asumsi klasik pada hasil analisis data, maka selanjutnya sudah dapat dilakukan analisis regresi linier berganda untuk menguji hipotesa yang telah dirumuskan. Perhitungan regresi berganda antara variabel independen seperti: Kualitas Produk X_1 , Merek X_2 , dan Desain X_3 , serta Keputusan Pembelian pada variabel Y sebagai variabel terikat dengan menggunakan bantuan paket program komputer SPSS, hasilnya sebagai berikut:

Dari hasil analisis, diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 2.400 + 1.152X_1 + 0.197X_2 + 0.174X_3$$

Dari persamaan regresi linier berganda di atas, dapat menginformasikan bahwa :

- Nilai konstanta sebesar 2,400 artinya jika variabel independen yang terdiri dari kualitas produk, merek, dan desain dianggap 0 (nol) atau tidak diterapkan, maka keputusan pembelian pada konsumen pengguna sepeda motor Yamaha Mio di Kecamatan Singkil Manado sebesar 2,400 satuan.
- Koefisien regresi kualitas produk sebesar 1,152 artinya, jika kualitas produk ditingkatkan sebesar 1 skala dalam jawaban responden maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian pada konsumen pengguna sepeda motor Yamaha Mio, sebesar 1,152 satuan dengan asumsi faktor-faktor lain dianggap tetap.
- Koefisien regresi merek sebesar 0,197 artinya jika merek meningkat sebesar 1 skala dalam jawaban responden akan meningkatkan Keputusan Pembelian pada konsumen pengguna sepeda motor Yamaha Mio, sebesar 0,197 satuan dengan asumsi variabel-variabel lainnya dianggap tetap.
- Koefisien regresi desain sebesar 0,174 artinya jika desain meningkat sebesar 1 skala dalam jawaban responden akan meningkatkan Keputusan Pembelian pada konsumen pengguna sepeda motor Yamaha Mio, sebesar 0,178 satuan dengan asumsi variabel-variabel lain dianggap tetap.

Koefisien Korelasi (r) dan Determinansi (r^2)

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan bantuan *program SPSS* seperti yang ada pada Lampiran, pada bagian *Model Summary^b* dapat dilihat bahwa koefisien korelasi linear (r) yang diperoleh adalah sebesar 0.894. Angka ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) kuat karena hampir mendekati angka satu (1), serta angka korelasi yang dihasilkan menunjukkan angka positif (+) yang berarti bahwa hubungan kedua variabel searah. Hal ini berarti bahwa pengaruh kualitas produk, merek, dan desain terhadap keputusan pembelian pada konsumen pengguna sepeda motor Yamaha Mio di Kecamatan Singkil Manado mempunyai pengaruh yang positif yaitu 89, 4%.

Koefisien determinasi (r^2) diperlukan untuk mengukur seberapa besar pengaruh faktor - faktor kualitas produk, merek, dan desain dengan keputusan pembelian Yamaha Mio oleh konsumen di Kecamatan Singkil. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan bantuan *program SPSS* seperti yang ada pada Lampiran, bagian *Model Summary^b*, maka dapat diketahui nilai *R square* yang diperoleh adalah sebesar 0.800 atau 80%. Angka ini memberikan arti bahwa keputusan pembelian Yamaha Mio oleh konsumen di Kecamatan Singkil dipengaruhi oleh faktor - faktor kualitas produk, merek, dan desain sebesar 80%. sedangkan sisanya sebesar 20% dipengaruhi oleh faktor - faktor atau variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Koefisien Regresi

Untuk mengetahui faktor yang paling dominan terhadap keputusan pembelian dalam penelitian ini dengan melihat besarnya nilai koefisien regresi, hal ini mengingat jumlah soal angket masing – masing variabel sama. Untuk melihat pengaruh yang dominan dapat diketahui dengan melihat koefisien regresi pada hasil analisis regresi linier berganda. Hasil analisis regresi diketahui bahwa nilai koefisien regresi kualitas produk (β_1) = 1,152 , nilai koefisien regresi merek (β_2) = 0,197 dan nilai koefisien regresi desain (β_3) = 0,174. Melihat besarnya nilai koefisien regresi dari ketiga variabel independen tersebut diketahui bahwa variabel kualitas produk mempunyai pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian yaitu sebesar 1,152.

Pengujian Hipotesis

Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Untuk mengetahui pengaruh secara bersama variabel kualitas produk, merek dan desain terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Yamaha Mio pada konsumen pengguna sepeda motor Yamaha Mio di Kecamatan Singkil Manado, maka dilakukan uji hipotesis. Uji hipotesis pengaruh secara bersama menggunakan angka F.

Pengujian dilakukan dengan cara membandingkan angka taraf signifikan hasil perhitungan dengan taraf signifikan 0,05 (5%) dengan kriteria sebagai berikut :

- Jika $F_{hitung} (sig) \geq \alpha 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a di tolak
- Jika $F_{hitung} (sig) < \alpha 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a di terima

Dengan menggunakan bantuan *program SPSS Version 17* maka dapat diketahui hasil $F_{hitung} = 128.095$ (Lampiran) dan $F_{tabel} = 2.70$. Jadi nampak bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak berarti H_a diterima. Atau dapat juga dilihat bahwa signifikan F sebesar 0,000 ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian hasil uji F menyatakan bahwa H_0 ditolak berarti H_a diterima, artinya faktor - faktor kualitas produk, merek, dan desain secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio oleh konsumen pengguna sepeda motor Yamaha Mio di Kecamatan Singkil Manado.

Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Untuk melihat ada / tidaknya pengaruh kualitas produk, merek, dan desain secara parsial terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Yamaha Mio pada konsumen pengguna sepeda motor Yamaha Mio di Kecamatan Singkil Manado, dapat dilakukan dengan menggunakan kriteria uji hipotesis sebagai berikut:

- $t_{hitung} \leq t_{tabel} (\alpha = 0,05)$, maka H_0 diterima sehingga H_a ditolak.
- $t_{hitung} > t_{tabel} (\alpha = 0,05)$, maka H_0 ditolak sehingga H_a diterima.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh :

1. Nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas produk sebesar 16.242 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,980 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$, hingga H_0 ditolak artinya kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Yamaha Mio pada konsumen pengguna sepeda motor Yamaha Mio di Kecamatan Singkil Manado.
2. Nilai t_{hitung} untuk variabel merek sebesar 2,323 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,980 dengan tingkat signifikan $0,022 < 0,05$, hingga H_0 ditolak artinya merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio pada konsumen pengguna sepeda motor Yamaha Mio di Kecamatan Singkil Manado, dengan demikian hipotesis dapat di terima.
3. Nilai t_{hitung} untuk variabel desain sebesar 2,153 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,980 dengan tingkat signifikan $0,034 < 0,05$, hingga H_0 ditolak artinya desain berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio pada konsumen pengguna sepeda motor Yamaha Mio di Kecamatan Singkil Manado, dengan demikian hipotesis dapat di terima.

Pembahasan

Dapat dilihat pengaruh kualitas produk, merek dan, desain terhadap keputusan pembelian baik secara simultan maupun secara parsial dengan melihat pada hasil dari analisa data yang telah dipaparkan diatas. Dari hasil analisa data diatas diperoleh $F_{hitung} = 128.095$ (Lampiran) dan $F_{tabel} = 2.70$. Jadi nampak bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak berarti H_a diterima. Atau dapat juga dilihat bahwa signifikan F sebesar 0,000 ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil uji F menyatakan bahwa H_0 ditolak berarti H_a diterima, artinya faktor - faktor kualitas produk, merek, dan desain secara bersama - sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha mio oleh konsumen di Kecamatan Singkil. Hal ini didukung oleh Fimaulida (2010) “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Kijang Inova Tipe G pada PT. Nasmoco Pemuda Semarang “. analisis dengan menggunakan analisis linier berganda. Kesimpulan dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang positif antara harga, kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian Kijang Inova tipe G pada PT. Nasmoco Pemuda Semarang. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas harga, kualitas produk, dan desain secara simultan mempengaruhi variabel terikat yaitu keputusan pembelian. Berdasarkan analisa data diatas yang menggunakan Multiple Regresion dapat ditemukan bahwa secara parsial, variabel independent dalam hal ini adalah kualitas produk (X1), merek (X2), dan desain (X3), mempunyai pengaruh yang sangat signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan oleh setiap masing – masing variabel memiliki tingkat signifikansi diatas 96%.

Pengujian hipotesis secara parsial untuk masing masing variabel pada variable kualitas produk produk (X1), yang dalam penelitian ini mempunyai nilai t-hitung yang lebih besar dari pada t-tabel yaitu hasil t_{hitung} untuk variabel b_1 (kualitas produk) = 16,242 (Lampiran) dan $t_{tabel} = 1.980$ Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi melebihi standar 96% maka H_0 ditolak berarti H_a diterima. Atau dapat juga dilihat signifikan t untuk keyakinan sebesar 0,000 ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio oleh konsumen di Kecamatan Singkil. Hal ini sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Fimaulida (2010) “ Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Kijang Innova Tipe G pada PT. Nasmoco Pemuda Semarang “.peneliti ini menyimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian kijang inova tipe G pada PT. Nasmoco Pemuda Semarang. Kualitas produk yang baik serta memiliki desain yang inovatif akan meningkatkan minat pelanggan untuk membeli produk tersebut.

Begitu juga dengan variabel merek (X2) yang dalam penelitian ini mempunyai nilai t_{hitung} untuk variabel b_2 (merek) = 2.323 (Lampiran) dan $t_{tabel} = 1.980$ Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak berarti H_a diterima. Atau dapat juga dilihat signifikan t untuk keyakinan sebesar 0,022 ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel merek berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio oleh konsumen di Kecamatan Singkil. dengan demikian hipotesis di terima. Hal ini sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Yustisiana (2010) “ Pengaruh Merek dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Di Dealer Wali Motor Demak “. Peneliti ini menyimpulkan bahwa merek berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda di Dealer Wali Motor Demak. Merek yang baik serta terpercaya akan meningkatkan minat pelanggan untuk membeli produk tersebut.

Kemudian untuk variabel desain (x3) yang dalam penelitian ini mempunyai nilai t_{hitung} untuk variabel b_3 (desain) = 2.153 (Lampiran) dan $t_{tabel} = 1.980$. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak berarti H_a diterima. Atau dapat juga dilihat signifikan t untuk motivasi sebesar 0,034 ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel desain berpengaruh terhadap terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio oleh konsumen di Kecamatan Singkil dengan demikian hipotesis di terima. Hal ini sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Fimaulida (2010) “ Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Kijang Innova Tipe G pada PT. Nasmoco Pemuda Semarang. Peneliti ini menyimpulkan bahwa desain berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian Kijang Inova Tipe G pada PT. Nasmoco Pemuda Semarang . desain yang trendy dan bergaya modern serta inovatif akan meningkatkan minat pelanggan untuk membeli produk tersebut.

Dari hasil analisis kualitas produk mempunyai pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian, karena diketahui bahwa nilai koefisien regresi kualitas produk (β_1) = 1,152 , nilai koefisien regresi merek (β_2) = 0,197 dan nilai koefisien regresi desain (β_3) = 0,174. Melihat besarnya nilai koefisien regresi dari ketiga variabel independen tersebut diketahui bahwa variabel kualitas produk mempunyai pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian yaitu sebesar 1,152 dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima.

FAKULTAS EKONOMI

PENUTUP

Kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah kualitas produk, merek, dan desain berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio pada konsumen pengguna sepeda motor Yamaha Mio di Kecamatan Singkil Manado.

Saran

Mengingat persaingan dalam bisnis sepeda motor jenis otomatis semakin ketat, serta desain yang memiliki nilai yang relatif rendah dalam penelitian ini maka disarankan bagi perusahaan untuk meningkatkan desain dengan melakukan inovasi terus menerus serta memenuhi keinginan konsumen yang selalu berubah. Dengan cara melakukan inovasi baru mengenai desain, karena konsumen selalu menginginkan desain yang lebih inovatif dari waktu ke waktu.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi 2007. *Manajemen Penelitian*. Rineka Cipta.
- Fimaulida, Rizky 2010, Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Kijang Inova Tipe G Pada PT. Nasmoco Pemuda Semarang, *Jurnal manajemen*, Publisher : Institusional Repository UNDIP.
- Kotler, Philip 2002. *Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium*. Salemba Empat, Jakarta.
- Kotler, Philip. dan Keller, Kevin Lane 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ke 13 Jilid 2, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary 2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Rangkuti, Fredy 1997, *Riset Pemasaran*, Gramedia Pustaka Utama Jakarta.
- Ruslan, Rosady 2004. *Metode Penelitian*. Erlangga Jakarta.
- Sarwono, Jonathan 2007, *Analisis Jalur Untuk Riset Bisnis Dengan SPSS*, CV. Andi, Yogyakarta.
- Sugiyono 2007. *Metode Penelitian Bisnis*, CV. Alfabeta Bandung.
- Tika, Mohamad Pabundu 2006, *Metodologi Riset Bisnis*. Bumi Aksara, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy 2003. *Total Quality Manajemen* Edisi Revisi. Andi, Yogyakarta.
- _____ 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi Ketiga. Andi, Yogyakarta.
- Yustisiana, Rosita Indra 2010, Pengaruh Merek dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Di Dealer Wali Motor Demak, *Jurnal manajemen*, Publisher : Institusional Repository UNDIP.