

## Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat pada CV. Lion Jailolo

Dina Lorensa Bagida  
Tinneke M. Tumbel  
Danny Mukuan

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis  
Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi  
Email: [dinabagida22@gmail.com](mailto:dinabagida22@gmail.com)

---

**Abstract.** *This study aims to determine the effect of product quality on purchasing decisions for Honda Beat motorbikes at CV. Lion in Jailolo. Product quality is the ability of an item to provide results or performance that is appropriate and even exceeds what the customer wants. The purchase decision is the stage in the buyer's decision-making process where the consumer actually buys. This research uses quantitative methods. The sample used in this study is 100 respondents with an age range of 17-50 years. Based on the results of data analysis using correlation and regression methods, it can be concluded that product quality has a significant effect on purchasing decisions ( $\alpha < 0.05$  ( $0.00 < 0.05$ ) and the value of  $t = 12.479 > t$  table ( $P = 0.05$ ;  $df = 98$ ) = 1,664)}. The results also show that 61.4% of the purchasing decisions that occur at CV Lion Jailolo are influenced by product quality variables. This is the product quality is one of the determinants of purchasing decisions.*

**Keywords:** *Product Quality, Purchasing Decision.*

---

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat pada CV. Lion di Jailolo. Kualitas produk merupakan kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. sampel yang digunakan dalam penelitian ini 100 responden dengan rentang usia 17-50 tahun. Berdasarkan hasil analisis data yang menggunakan metode korelasi dan regresi dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian ( $\alpha < 0,05$  ( $0,00 < 0,05$ ) dan nilai thitung = 12,479 > ttabel ( $P = 0,05$ ;  $df = 98$ ) = 1,664)}. Hasil yang didapat juga menunjukkan bahwa 61,4% keputusan pembelian yang terjadi di CV Lion Jailolo dipengaruhi oleh variable kualitas produk. Hal ini merupakan kualitas produk adalah salah satu faktor penentu keputusan pembelian.

**Kata Kunci :** Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.

---

### Pendahuluan

Pada awalnya sepeda motor termasuk barang sekunder, namun sekarang ini nilainya sebagai barang primer, dimana tingkat aktivitas masyarakat yang semakin tinggi sehingga sepeda motor merupakan kebutuhan yang harus dibeli dan dimiliki untuk mempermudah dalam melakukan aktivitas. Menurut Kotler (2009) yang menjelaskan bahwa dalam meningkatkan daya saing, suatu perusahaan dapat memenangkan persaingan dengan cara menampilkan produk terbaik yang dapat memenuhi selera konsumen. Pada dasarnya semakin tinggi tingkat persaingan maka semakin banyak pilihan bagi konsumen untuk memilih produk yang sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen. Pilihan masyarakat tentunya merupakan sebuah peluang bagi perusahaan-perusahaan untuk menciptakan

produk yang diinginkan oleh masyarakat, oleh karena itu perusahaan harus benar-benar mengerti produk yang seperti apa yang diinginkan oleh konsumen.

Menurut Kotler (2011) keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk yang sudah dikenal oleh masyarakat. Hal ini perlu dilakukan perusahaan agar dapat selalu meningkatkan volume penjualan yaitu melalui analisa faktor atau atribut apa saja yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli sepeda motor Honda Beat. Dealer CV. Lion Jailolo ini menghadapi masalah salah satunya persaingan yang

terjadi di lingkungan usaha dimana banyak usaha sejenis yang ada di Jailolo. Sehingga menyebabkan masyarakat atau konsumen Jailolo Kabupaten Halmahera Barat memiliki banyak pilihan untuk melakukan pembelian produk sepeda motor. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan maka rumusan masalah apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat pada CV. Lion di Jailolo?

## **Tinjauan Pustaka**

### **Pengertian Kualitas Produk**

Menurut Tjiptono (2012), kualitas produk adalah tingkat mutu yang diharapkan dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Menurut Kotler dan Armstrong (2003) kualitas adalah karakteristik dari produk dalam kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan dan bersifat pasti.

Menurut Sofjan Assauri (2010:200) mendefinisikan produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi, yang meliputi barang secara fisik, jasa, kepribadian tempat, organisasi, dan gagasan atau buah pikiran. Zeithaml dalam Kotler (2009) menyatakan bahwa persepsi konsumen terhadap kualitas produk merupakan hasil penambahan informasi, kompetisi dalam kategori produk dan perubahan pengharapan.

Menurut Tjiptono (2008), kualitas merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi prasyarat kebutuhan pelanggan atau menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya. Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan maka diperlakukan suatu standarisasi kualitas. Cara ini dimaksudkan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan.

### **Keputusan Pembelian**

Keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan konsumen akan pembelian yang mengombinasikan pengetahuan untuk memilih dua atau lebih alternative produk yang tersedia dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain kualitas, harga, lokasi, promosi, kemudahan, pelayanan dan lain-lain.

Menurut Alma (2011), keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang di pengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, promosi, physical evidence, people dan process, sehingga membentuk suatu sikap pada

konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respon yang muncul produk apa yang akan dibeli.

Menurut Assauri (2004), keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya.

Menurut Kotler & Armstrong (2008), keputusan pembelian merupakan membeli merek yang paling disukai dari berbagai alternative yang ada, tapi faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang lain dan faktor yang kedua adalah faktor situasional.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2007) keputusan adalah seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih. Dengan kata lain, pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan. Jika seseorang mempunyai pilihan antara melakukan pembelian atau tidak, orang itu berada dalam posisi mengambil keputusan

Menurut Kotler (2011), keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk yang sudah dikenal oleh masyarakat. Dengan demikian keputusan pembelian dapat menjadi ukuran tercapai atau tidaknya tujuan suatu perusahaan.

### **Hipotesis**

Hipotesis dalam penelitian ini adalah Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat pada CV. Lion di Jailolo.

### **Metode Penelitian**

Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivme, yang digunakan untuk meneliti pada populasi tertentu, pengumpulan data tersebut menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah digunakan (Sugiyono, 2018:15).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli sepeda motor Honda Beat pada CV. Lion di Jailolo. Kategori sampel dalam penelitian ini pada konsumen yang berjenis kelamin laki-laki, perempuan, yang bekerja sebagai pegawai Negeri, wirasaha dan swasta. Teknik sampel

ditentukan menurut Roscoe dalam buku Sugiyono (2011:90), sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 responden.

### Uji Validitas

uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat mengukur apa yang ingin diukur. Instrumen yang valid dapat diartikan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian untuk mendapatkan data adalah valid. Dari analisis data yang dilakukan dapat diketahui bahwa semua item masing-masing variabel valid dan dapat digunakan sebagai penelitian.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas instrument dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya. Dari analisis data yang dilakukan dapat diketahui bahwa item setiap variabel adalah reliabel dan dapat digunakan sebagai instrument penelitian.

### Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi bermanfaat untuk mengukur tingkat hubungan antara variabel bebas

(X) dan variabel terikat (Y). Dalam hal ini untuk mengukur kuat atau lemahnya hubungan antara kualitas produk dan keputusan pembelian.

### Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur besarnya presentase pengaruh semua variabel independen dan model regresi terhadap variabel dependennya yaitu untuk mengukur seberapa besar pengaruh kualitas produk (X) dengan keputusan pembelian (Y)

### Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel (kualitas produk) dan variabel Y (keputusan pembelian).

### Uji Hipotesis

Uji T (t-test) tujuannya untuk melihat sejauh mana pengaruh secara parsial dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

## Hasil Penelitian

### 1. Uji validitas

Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	R hitung	R tabel	Signifikansi	Keterangan
Kualitas Produk (X)	X1	0,656	0.196	0,000	Valid
	X2	0,643		0,000	Valid
	X3	0,707		0,000	Valid
	X4	0,720		0,000	Valid
	X5	0,466		0,000	Valid
	X6	0,749		0,000	Valid
	X7	0,632		0,000	Valid
	X8	0,746		0,000	Valid
Keputusan Pembeli (Y)	Y1	0,584	0.196	0,000	Valid
	Y2	0,696		0,000	Valid
	Y3	0,632		0,000	Valid
	Y4	0,763		0,000	Valid
	Y5	0,759		0,000	Valid
	Y6	0,711		0,000	Valid
	Y7	0,798		0,000	Valid

sumber : data yang diolah 2021

Berdasarkan hasil penelitian data dengan uji validitas dapat dilihat bahwa nilai R tabel adalah sebesar 0,196, dimana nilai tersebut dapat dilihat pada distribusi  $r_{tabel}$  dengan signifikan = 5% atau 0,05 pada sederajat  $df = N-2$ . Berdasarkan uraian di

atas diketahui bahwa nilai  $R_{hitung} > R_{tabel}$  yang berarti semua item kuesioner dapat dinyatakan valid sehingga dapat digunakan sebagai instrument penelitian.

## 2. Uji Reliabilitas

### Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas Produk (X)	0,817	Realibel
Keputusan Pembelian (Y)	0,831	Realibel

Sumber data yang diolah

Berdasarkan hasil di atas hasil uji reliabilitas memperoleh nilai *Cronbach Alpha* pada variabel kualitas produk (X) sebesar  $0,817 > 0,60$  sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel kualitas produk (X) diterima atau reliable dan nilai *Cronbach Alpha* variabel Keputusan pembelian (Y) sebesar  $0,831 >$

$0,60$  sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel keputusan pembelian diterima atau realibel. Maka kedua variabel tersebut dapat digunakan sebagai data penelitian.

## 3. Koefisien Korelasi

### Hasil uji Korelasi

Correlations			
		KUALITAS PRODUK	KEPUTUSAN PEMBELI
KUALITAS PRODUK	Pearson Correlation	1	,783**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	100	100
KEPUTUSAN PEMBELI	Pearson Correlation	,783**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil uji statistic yang dapat kita lihat bahwa kualitas produk (X) dengan keputusan pembelian (Y) nilai signifikannya 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara

variable kualitas produk dan variable keputusan pembelian. Hasil analisis juga menunjukkan bahwa koefisien korelasi adalah sebesar 0,783 yang dimana keeratan yang tinggi.

## 4. Koefisien Determinasi

### Hasil uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,783 <sup>a</sup>	,614	,610	2,220

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK

Sumber : data penelitian yang diolah

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada memperoleh hasil adalah 0,614 atau sebanyak 61,4%. Hal ini menunjukkan bahwa sebanyak 61,4%

variable keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas produk.

## 5. Analisis Regresi Linear Sederhana

### Rekapitulasi Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1 (Constant)	6,799	1,825	3,726	,00
KUALITAS PRODUK	,672	,054	,783	12,479 ,00

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELI

Berdasarkan hasil analisis regresi sederhana pada table di atas memperoleh hasil sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Persamaan Regresi :  $Y = 6,799 + 0,672X$

Berdasarkan hasil persamaan regresi yaitu  $Y = 6799 + 672X$  persamaan ini menyatakan bahwa setiap penambahan 1% tingkat kualitas produk, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0,672

## 6. Uji Hipotesis (uji t)

Pengambilan keputusan menerima atau menolak hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini (alpha) 0,05 yaitu:

- Jika  $p < 0,05$  dan  $T_{hitung} > T_{tabel}$  maka  $H_0$  artinya terdapat pengaruh signifikan dari variable independen terhadap dependen
- Jika  $P > 0,05$  dan  $T_{hitung} < T_{tabel}$  maka  $H_0$  artinya tidak terdapat pengaruh yang tidak signifikan pada variable.

Berdasarkan hasil yang kita lihat pada table 5. Menunjukkan nilai  $p < 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ) dan nilai  $t_{hitung} = 12,479 > t_{tabel} (p = 0,05; df = 98) = 1,984$ . ini berarti hipotesis yang dirumuskan dapat diterima karena nilai  $t_{hitung}$  jauh lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$ .

## Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data yang digunakan yaitu koefisien korelasi dan determinasi (R Square) dapat dikatakan bahwa antara variable kualitas produk dan variable keputusan pembelian memiliki keeratan atau hubungan yang kuat. Hasil pengolahan data menunjukkan nilai R-square sebesar 61,4% ini menunjukkan bahwa sebanyak 61,4% keputusan pembelian yang terjadi di CV. Lion Jailolo dipengaruhi oleh Variabel keputusan Pembelian. Sedangkan sisanya sebesar 38,6% dipengaruhi oleh faktor lain yaitu kualitas pelayanan dan harga yang ditawarkan. Berdasarkan hasil analisis didapatkan bahwa setiap penambahn 1% tingkat kualitas produk, maka keputusan pembelian akan meningkat sebanyak 0, 672%. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat pada CV. Lion di Jailolo. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa faktor kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Ini memperkuat hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh Panget Brayen (2018) yang meneliti

tentang pengaruh Kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat pada CV. Lion di Ternate. Ini menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat dimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebanyak 0,397 atau 39,7%. Angka tersebut masih sedikit berbeda jika dibandingkan dengan penelitian yang dilakukan di CV. Lion Jailolo dimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebanyak 61,4%.

Hal ini mencerminkan bahwa dari penilaian indikator kinerja oleh masyarakat jailolo Halmahera Barat, produk Sepeda Motor Honda Beat mampu memberikan kontribusi produk yang sesuai dengan harapan masyarakat. Indikator Daya tahan dalam suatu produk merupakan salah satu keunggulan dari pandangan dan penilaian masyarakat yang sebagai pembeli. Sebab itulah CV. Lion Jailolo melalui Sepeda Motor Honda Beat menawarkan produk yang memiliki daya tahan sesuai penilaian masyarakat Jailolo Halmahera Barat dan menjadi prospek untuk meningkatkan minat pelanggan. kualitas produk membahas tentang sepeda motor honda beat yang digunakan mempunyai nilai ekonomis. Hal inilah yang di harapkan oleh CV. Lion Jailolo menjadi inti indikator minat dan kesesuaian dalam meningkatkan produktifitas pembelian.

## Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang dilakukan dapat ditarik kesimpulan yaitu variable kualitas produk berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian pada konsumen sepeda motor Honda Beat CV. Lion di Jailolo. Karena kualitas produk merupakan variable tertinggi yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukan bahwa semakin tinggi kualitas yang ditawarkan oleh sepeda motor Honda Beat, maka akan semakin meningkat kepuasan pembelian oleh konsumen terhadap sepeda motor Honda Beat.

## Referensi

- Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.  
Assauri, Sofjan. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press.

- Tjiptono, Fandy, 2012. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Kotler, P. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13. Jakarta; Erlangga
- Kotler, Philip. 2011. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, perencanaan Implementasi dan pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P. dan Gary, A. 2004, *Dasar-Dasar Pemasaran, Edisi kesembilan, Jilid 2*, dialihbahasakan oleh Alexander Sindoro, Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Garry. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 2011. *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Pangest Brayan, Tumbel Tinneke M, Tamengkel Lucky F, 2018 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Pada CV. Lion di Ternate. *Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 6 No. 4*.
- Schiffman, L. G. dan Leslie, L. K. 2007. *Perilaku Konsumen. Edisi Ke-7*. Diterjemahkan oleh Zoelkifli Kasip. Jakarta: PT. Indeks.