

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR YAMAHA DI KABUPATEN INDRAGIRI HULU PROVINSI RIAU

Nilam Sari¹⁾, Ice Kamela²⁾, Irda³⁾

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta

e-mail: nilamsari702@yahoo.com, Icekamela@yahoo.com, irda@bunghatta.ac.id

PENDAHULUAN

Pada saat sekarang ini perusahaan-perusahaan saling bersaing untuk mendapatkan pangsa pasar yang besar untuk meningkatkan pendapatan. Persaingan ini juga dirasakan oleh perusahaan yang bergerak dibidang alat transformasi dengan berbagai macam merek yang ada di Indonesia salah satunya sepeda motor merek Yamaha yang mana merek Yamaha merupakan merek sepeda motor yang pertama kali menerbitkan suatu produk sepeda motor dalam bentuk matic. Untuk memperkuat fenomena dalam penelitian ini menggunakan data pangsa pasar dan data survey awal untuk mengukur keputusan pembelian terhadap 30 orang responden. Dimana dilihat dari data pangsa pasar setiap tahunnya Sepeda motor merek Yamaha memiliki tingkat penjualan lebih rendah di dibandingkan dengan sepeda motor merek Honda dan *market share* sepeda motor merek Yamaha tingkat penjualannya selalu alami turun naik di setiap tahunnya. Selanjutnya dilihat dari rekapitulasi hasil survey awal yang telah dilakukan rata-rata dalam pengambilan keputusan pembelian terhadap sepeda motor merek Yamaha di kategorikan dalam cukup baik maka oleh sebab itu hal inilah yang menjadikan fenomena dalam penelitian yang saya lakukan. Teori dalam penelitian ini adalah kualitas produk, citra merek dan keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan teori kualitas produk, citra merek dan keputusan pembelian. Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya[1]. Citra merek adalah nama, istilah, tanda, symbol, atau desain atau kombinasi dari semuanya itu yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seseorang atau sekelompok penjual untuk membedakannya dari produk atau barang pesaing[2]. Keputusan pembelian adalah kegiatan penentuan pemilihan produk/jasa oleh konsumen yang umumnya

terdiri dari lima tahapan: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian[3].

METODE

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan menggunakan sepeda motor merek Yamaha di Indragiri Hulu. Penentuan jumlah sampel adalah jumlah variabel dikalikan dengan 20. Dengan demikian sampel minimal untuk penelitian ini yang memiliki variabel bebas dan terikat sebanyak 3, maka $3 \times 20 = 60$ orang. Jadi, jumlah responden sebagai sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 80 orang. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan adalah data primer melalui penyebaran kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup uji validitas dan reabilitas, analisis deskriptif, uji asumsi klasik, regresi linear berganda. Semua analisis data menggunakan bantuan program SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengemukakan 2 hipotesis. Hasil pengujian hipotesis dapat kita lihat di table 1 bawah ini:

Tabel 1. Hasil Pengujian Hipotesis

Variabel Terikat	Variabel Bebas	T-statistik	Sig
Keputusan pembelian (Y)	Kualitas produk (X_1)	4.220	0.000
	Citra merek (X_2)	4.161	0.000

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis di temukan dimana kedua variabel tersebut berpengaruh yang dimana variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dapat di terima. Begitu juga dengan variabel citra merek juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dari hasil pengujian hipotesis pertama. Artinya kualitas produk merek Yamaha dapat dijadikan suatu pertimbangan bagi konsumen. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang pernah dilakukan oleh pebneliti sebelumnya yang menyatakan bahwa Kualitas produk merupakan variabel tertinggi yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini mengandung makna bahwa semakin tinggi kualitas produk maka akan semakin tinggi pula tingkat keputusan pembelian oleh konsumen dan sebaliknya. Dari hasil pengujian hipotesis kedua citra merek yang di tetapkan oleh sepeda motor merek Yamaha menjadi pertimbangan bagi pelanggan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang menunjukan bahwa secara variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ditemukan bahwa Kualitas produk dan Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Yamaha. Sehingga disarankan untuk perusahaan agar selalu meningkatkan kualitas produknya agar pelanggan akan meningkatkan keputusan pembelianya terhadap produk Yamaha. Dan juga menjaga citra dari merek produk perusahaan Yamaha agar pelanggan dapat dengan mudah mengingat Kekuatan,Keunggulan, dan keunikan merek produk.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada seluruh pihak terutama kepada orang tua dan keluarga yang telah membantu dan memberi support kepada penulis.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

- [1] Panget, Brayen, Dkk (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Pada CV. LION di Ternate. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- [2] Juliana, Kadek Edi dan Telagawathi, Ni Luh Wayan Sayang (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat. *Jurnal Manajemen*.

Buku

- [1] Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12th ed.). Jakarta: Erlangga.

- [2] Kotler, Philip dan Keller, Kevin. Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.

- [3] Sekaran, Uma, (2006). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, Edisi 4, Buku 1, Jakarta: Salemba EmpatSetiadi, (2013). *Konsep dan Praktek Penulisan Riset Keperawatan*, Edisi 2. Yogyakarta: Graha Ilmu