

PENGARUH KUALITAS HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA MOTOR N-MAX DIKOTA PADANG

Taufik dwi harpama¹, Reni Yuliviona, SE.,M.M.,Ph.D²,
 Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta
 E-mail : taufikdwiharpama@gmail.com, reniyuliviona@bunghatta.ac.id

A. PENDAHULUAN

Pada era modern seperti sekarang ini, transportasi merupakan sarana yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Hal ini disebabkan karena adanya kemajuan zaman dan meningkatnya taraf hidup kebutuhan masyarakat. Berbagai transportasi telah tersedia, salah satunya yaitu sepeda motor. Sepeda motor dianggap sebagai kendaraan yang paling mudah untuk mencapai tujuan dan mendukung aktivitas dari individu sehari-hari. Kemacetan yang sekarang mulai timbul di jalan raya menyebabkan sepeda motor menjadi suatu alternatif yang tepat dalam berkendara sehari-hari karena dapat mempercepat melewati kemacetan saat menempuh perjalanan dan dapat menghemat waktu serta dari segi biaya untuk BBM lebih terjangkau.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian survei yang di rancang untuk menguji pengaruh

lokasi,fasilitas dan promosi terhadap kepuasan pengunjung. Penelitian ini menggunakan pendekatan cross sectional untuk melihat pengaruh antar variabel. Menurut [4] adalah jumlah semua variabel dikali 20, dimana dalam penelitian ini terdapat 3 variabel (lokasi,fasilitas,promosi dan kepuasan pengunjung), sehingga jumlah variabel x 20 = 80. Jadi, jumlah sampel yang di gunakan dalam penelitian ini adalah berjumlah minimal 60 responden.SEM-PLS digunakan sebagai alat pengolahan data dan pengujian hipotesis, maka dari itu diperlukannya lah prosedur Measurement Model Assesment (MMA) yang berfungsi sebagai uji validitas, reliabilitas dan uji diskriminan, selanjutnya dilakukan uji R Square dan Q Square, dan untuk pengujian hipotesis digunakan prosedur Structural Model Assesment (SMA) .

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Path Coefficients Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Values)

	Original sample (O)	Sample Mean (M)	Standar Devition (STDVE)	T Statistic (O/STDVE)	P Values	Hasil
Kualitas Harga(X1) > Minat Beli	0,419	0,426	0,126	3,328	0,001	Diterima
Promosi(X2) > Minat beli	0,162	0,156	0,158	1,029	0,304	Ditolak
Kualitas produk (X3) > Minat beli	0,210	0,202	0,095	2,201	0,028	Diterima

Pengaruh variabel Kualitas Harga terhadap variabel minat beli memiliki nilai T statistik sebesar 3,328 lebih besar dari nilai T-Tabel (3,328 > 1,96) maka **Hipotesis 1 Diterima**, yang artinya variabel Kualitas Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel minat beli. Item Penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh oleh penelitian [2] dengan judul Pengaruh Promosi, Harga Dan

Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Elektronik Merk Elektronik di Kota Bengkulu.Namun nilai P values positif yaitu sebesar 0 yang menunjukkan bahwa arah pengaruh antara Harga terhadap minat beli.Variabel Promosi menunjukkan t nilai signifikan untuk Promosi di peroleh sebesar 0.304 berarti besar dari 0.05. berdasarkan analisis di atas Promosi atas tidak berpengaruh terhadap Minat beli Konsumen Motor

Yamaha N-MAX di Tjahaja Baru Padang. Berdasarkan hasil uji T-statistik di temukan nilai T-statistik fasilitas sebesar 1.029 berarti besar dari 1,96 maka **Hipotesis 2 Ditolak** Item Penelitian ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh oleh penelitian [3], dengan judul pengaruh kualitas produk, promosi, dan desain terhadap pembelian sepeda motor yamaha n-max pada cv. Waja motor cabang ubud gianyar

Variabel Kualitas Produk , ditemukan nilai signifikan untuk Kualitas Produk di peroleh sebesar 0,028 berarti besar dari 0.05. berdasarkan analisis di atas Kualitas Produk berpengaruh terhadap Minat beli di Tjahaja Baru Padang. Berdasarkan hasil uji T-statistik di temukan nilai T-statistik lokasi sebesar 2,201 berarti besar dari 1,96 maka **Hipotesis 3 Diterima** Item penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh [1] yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT.Nirwana Gemilang Property menyatakan bahwa Kualiatas Produk berpengaruh terhadap Minat beli Konsumen.

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Keimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan maka berikut ini dapat dikemukakan beberapa kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Kualitas Harga berpengaruh terhadap Minat Beli di Dealer Yamaha Tjahaja Baru Padang
2. Promosi tidak berpengaruh terhadap Minat Beli di Dealer Yamaha Tjahaja Baru Padang
3. Kualitas Produk berpengaruh terhadap Minat Beli di Dealer Yamaha Tjahaja Baru Padang

Saran

Bagi Peneliti dimasa yang akan datang diharapkan menambah variabel baru dan jumlah sampel seperti Citra merek ,Brand Image atau bauran distribusi agar hasil penelitian dapat lebih variatif dan menemukan penelitian yang baru

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Arianto, & Difa. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pt Nirwana Gemilang Property.
- [2] Nt, D. (2020). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Elektronik Merk

Elektronik di Kota Bengkulu.

- [3] Santosa, I. M. (2018). judul pengaruh kualitas produk, promosi, dan desain terhadap pembelian sepeda motor yamaha n-max pada cv. Waja motor cabang ubud gianyar.
- [4] Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.