

PENGARUH E-WOM, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI MITSUBISHI L 300 DI KOTA PADANG

M Azizul Rahman¹, Lindawati²

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

E-mail : Mazizulrahman2@gmail.com, lindawati@bunghatta.ac.id

A. PENDAHULUAN

Salah satu kendaraan niaga yang legendaris adalah Mitsubishi Colt L300 yang pertama kali diperkenalkan di Jepang pada tahun 1979. Dua tahun kemudian, Colt L300 resmi hadir di Indonesia. Saat itu, L300 hanya tersedia dalam varian bensin 1,4 liter. Mitsubishi menyimpan varian ini selama tiga tahun. Mitsubishi Colt L300 saat ini mempertahankan desain yang sederhana dan kokoh. L300 hadir dalam tiga varian: sasis kabin, dek standar pikap, dan tempat tidur datar pikap (Gaikondo, 2020). Besarnya minat masyarakat Indonesia terhadap kendaraan niaga terlihat pada data

berikut yang diterbitkan oleh Prasetyo (2021) pada data truk pikap terlaris di Indonesia pada tahun 2021 berikut ini :

Dari data survei awal ditemukan bahwa Mitsubishi Colt L300 hanya mampu menduduki peringkat 3 mobil pick up terlaris pada tahun 2021, hanya mampu menjual sebanyak 13.028 unit per Juni 2021, Sedangkan Suzuki New Carry Pick Up dan Daihatsu Gran Max Pick Up mampu menjual sebanyak 24.375 unit dan 20.317 unit. Data ini mengindikasikan menurunnya minat beli konsumen pada Mitsubishi Colt L300 di bandingkan Suzuki New Carry Pick Up dan Daihatsu Gran Max Pick Up.

Tabel 1. Data Survei Awal Mitsubishi L 300 di Kota Padang

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Saya tertarik untuk memiliki Mitsubishi L 300 pick up	0	0	0	17	13
2	Saya akan mempertimbangkan untuk membeli Mitsubishi L 300 pick up	0	0	2	21	7
3	Design yang di miliki Mitsubishi L 300 pick up membuat saya ingin memiliki produk tersebut	1	0	0	23	6
4	Dengan banyaknya muncul design terbaru membuat saya tertarik untuk mencari informasi Mitsubishi L 300 pick up	0	4	4	17	5
5	Saya yakin dengan spesifikasi yang dimiliki Mitsubishi L 300 pick up	0	0	5	18	7
Jumlah		1	4	11	96	38

Sumber : Survey Awal

Berdasarkan Table 1 diambil kesimpulan bahwa responden yang memilih sangat tidak setuju (STS) untuk minat beli Mitsubishi Colt L300 sebanyak 1 orang, responden yang memilih tidak setuju (TS) untuk minat beli Mitsubishi Colt L300 sebanyak 4 orang, responden yang memilih netral (N) untuk minat beli Mitsubishi Colt L300 sebanyak 11 orang, responden yang memilih setuju (S) untuk minat beli Mitsubishi Colt L300 sebanyak 96 orang, responden yang memilih sangat setuju (SS) untuk minat beli Mitsubishi Colt L300 sebanyak 38 orang. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa minat beli terhadap motor Mitsubishi L 300 masih sangat tinggi.

B. METODE PENELITIAN

Objek dalam penelitian ini adalah Mitsubishi L 300 di Kota Padang sedangkan besar sampel yang digunakan dalam survei ini adalah 80 responden. Untuk metode pengambilan sampel penelitian ini, yang menggunakan metode sampling bertarget (*purposive sampling*), metode pengambilan sampel yang tepat adalah metode pengambilan sampel yang beberapa kriteria telah diajukan (Sekaran & Bougie, 2018). Kriteria yang diusulkan untuk sampel dalam penelitian ini yaitu individu atau masyarakat yang memiliki kendaraan, pelanggan/Konsumen yang pernah membeli atau menggunakan mobil

merek Mitsubishi, berdomisili di kota Padang dan berusia diatas 17 tahun.

Metode Analisis Data

A *measurement model*, atau disebut juga *outer-model Outer Model* menjelaskan hubungan antara konstruksi laten dengan indikator- indikator manifes yang dimilikinya dengan uji – uji berikut validitas konvergen, validitas diskriminan dan composite reliability dan cronbach’ alpha, (Ghozali & Latan, 2017). A *structural model*, atau disebut juga *inner-model Inner*

model menjelaskan hubungan antara variabel laten yang satu dengan yang lainnya dalam konstruksi dengan uji – uji berikut R-squared, uji hipotesis (*bootstrapping*) Hair et al,(2014).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan pada, ringkasan hasil ditunjukkan pada Tabel 2 di bawah ini.

Tabel 2. Path Coefficients

HubunganVariabel	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Kesimpulan
Citra Merek ->Minat Beli	0,579	0,467	0,169	3,420	0,001	Signifikan
E-Wom-> Minat Beli	0,156	0,150	0,145	1,070	0,285	Tidak Signifikan
Kualitas Produk ->Minat Beli	0,373	0,440	0,175	2,128	0,034	Signifikan

Sumber: Hasil Pengolahan Data Primer, 2022

Berdasarkan pengujian hipotesis dalam penelitian ini, kami menemukan bahwa E-WOM tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli Mitsubishi L300 di kota Padang. Sedangkan bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap niat beli Mitsubishi L300 di Kota Padang. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap niat beli. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas produk yang dirasakan oleh pelanggan maka semakin besar kemungkinan mereka untuk membeli Mitsubishi L300 di kota Padang, sehingga hipotesis ketiga diterima.

D. KESIMPULAN DAN SARAN

E-wom tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli, Citra merek dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli. Disarankan Mitsubishi L300 Hal ini dilakukan dengan menawarkan desain terbaru dan produk era sepenuhnya otomatis. Speedometer digital, speaker yg sudah di bagian pintu dan Interior yang diperbarui.

Mitsubishi Colt L300 hampir 40 Tahun di Indonesia. Gaikindo.

[2] Ghozali, I., & Latan, H. (2017). Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

[3] Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective* (7th ed.). Pearson Education.

[4] Prasetyo. (2021). 3 Mobil Pick Up Terlaris di Indonesia : Daihatsu Gran Max Belum Bisa Salip Suzuki Carry. Autofun.Co.Id.

[5] Sekaran, Uma & Bougie, R. (2018). *Research Methods for Business*. John Wiley & Ons Ltd.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Gaikindo. (2020). Kejayaan