

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kawasaki Ninja 250 Fi (Survei pada Pengguna Kawasaki Ninja di Kota Bandung)

¹Budhi Rachman, ²Dede R. Oktini

^{1,2}*Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116*

email: ¹Budirachman@gmail.com, ²dedeoktini@yahoo.com

Abstract. The purpose of this research is to know implementation of product quality, to know respondent's respons about implementation of product quality Kawasaki ninja 250 Fi, to know respondent's respons on the purchase decisions Kawasaki ninja 250 Fi, and to find how big effect of product quality on the consumer's purchase decisions. The subjects of this research are 100 of respondents. Using survey research method and sampling technique is non-probability sampling that is insidental sampling. Data analysis method that is used basic regressions analysis that aims to know the relationship way between independent variable to know direction of its relationship. The results of this research showed the effect of product quality on the purchase decisions Kawasaki ninja 250 Fi with value $P= 0,000$, correlation coefficient is $0,758$ ($R= 0,758$), and determinant coefficient ($R\text{-Square}/R^2$) is $57, 5\%$. Its means that it has the effect between product quality on the purchase decisions.

Keywords: Product Quality, Purchase Decision.

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan kualitas produk Kawasaki ninja 250 Fi, untuk mengetahui tanggapan responden tentang pelaksanaan kualitas produk Kawasaki ninja 250 Fi, untuk mengetahui tanggapan responden terhadap keputusan pembelian Kawasaki ninja 250 Fi, dan untuk mencari seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen. Subjek dalam penelitian ini adalah 100 orang responden. Dengan metode penelitian survey dan teknik penarikan sampel adalah *non probability sampling yaitu insidental sampling*. Metode analisis data yang di gunakan adalah analisis regresi sederhana yang bertujuan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Kawasaki ninja 250 Fi dengan nilai $p = 0.000$, koefisien korelasi sebesar 0.758 ($R = 0.758$), dan koefisien determinan ($R\text{-Square}/R^2$) sebesar $57, 5\%$. Artinya terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.

A. Pendahuluan

Perkembangan industri motor saat ini mulai berkembang pesat. Hal ini berhubungan dengan berbagai macam produk motor yang berkembang. Seperti yang kita ketahui, alat transportasi yang sering digunakan oleh masyarakat adalah sepeda motor karena penggunaannya yang efisien, terutama dalam keadaan jalan yang macet total yang menyebabkan mengganggu aktivitas masyarakat dalam sehari-hari dan kebutuhan akan alat transportasi ini telah menjadi kebutuhan primer. Di bandingkan dengan transportasi angkutan umum, sebagian banyak masyarakat lebih memilih menggunakan alat transportasi sepeda motor untuk beraktivitas sehari-hari. Sehingga menuntut industri motor untuk terus berkembang dan inovatif dalam memenuhi kebutuhan konsumennya dalam hal kendaraan bermotor.

Pengertian produk (Product) menurut (Kotler & Keller, 2009) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi dan ide.

Perusahaan Kawasaki menyadari bahwa persaingan di Indonesia sangat berat dan ketat dalam wilayah tertentu yang pulaunya besar. Selera masyarakat Indonesia berbeda dengan negara lain. Hal yang membuat berbeda adalah kefanatikan

masyarakat terhadap produk yang sudah ada. Jika masyarakat sudah fanatik terhadap satu produk maka sangat susah untuk beralih ke produk lain. Karakter atau sifat ini yang ingin coba diubah, direbut dan dipatahkan oleh perusahaan Kawasaki Indonesia dengan cara meningkatkan kualitas dan kemampuan produk-produk yang dihasilkan dari perusahaan tersebut. Kondisi ini menuntut pabrik motor Kawasaki harus lebih kreatif, inovatif, dan memperhatikan kualitas produk agar dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen motor Kawasaki.

Dengan demikian produsen dituntut untuk lebih peka, kritis dan reaktif terhadap perubahan yang ada, baik dalam bidang politik, ekonomi, dan sosial budaya. Pada industri transportasi khususnya perusahaan Kawasaki, keputusan pembelian konsumen dapat ditingkatkan dengan merancang kualitas produk yang baik dan benar.

B. Landasan Teori

Menurut Kotler (2008:144) Semakin tinggi tingkat kualitas, maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, Dengan tingginya kepuasan yang dirasakan konsumen maka konsumen akan merekomendasikan produk terhadap orang lain. (Kotler dan Armstrong 2010:299) Kualitas produk adalah the characteristic of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer, yang artinya kualitas produk adalah karakteristik sebuah produk atau jasa yang memberikan kemampuan untuk mencukupi kebutuhan pelanggan.

Dimensi kualitas produk menurut Mullins, Orville, Larreche, dan Boyd (2005:422) terdiri dari:

1. *Performance* (kinerja) yaitu berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.
2. *Durability* (daya tahan), yang berarti berapa lama umur produk bertahan sebelum produk tersebut harus diganti.
3. *Conformance to specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana produk memenuhi spesifikasi atau tidak ditemukannya cacat pada produk.
4. *Features* (fitur), adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau ketertarikan konsumen terhadap produk.
5. *Reliability* (reliabilitas), adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu.
6. *Aesthetics* (estetika), berhubungan dengan bagaimana penampilan produk.
7. *Perceived quality* (kesan kualitas), sering dibidang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan.

Menurut Adirama Aldi, 2012. Keputusan pembelian merupakan sikap seseorang untuk membeli atau menggunakan suatu produk baik berupa barang atau jasa yang telah diyakini akan memuaskan dirinya dan kesediaan menanggung risiko yang mungkin ditimbulkannya. Keputusan pembelian yang diambil oleh pembeli sebenarnya merupakan kumpulan dari sejumlah keputusan yang terorganisir. Sedangkan keputusan pembelian menurut Schiffman, Kanuk (2004, p.547) adalah pemilihan dari dua atau lebih alternatif pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, haruslah tersedia beberapa alternatif pilihan.

Menurut Kotler & Keler (2012: 161) ada enam keputusan yang dilakukan oleh pembeli, yaitu :

a. Pilihan produk

Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan yang lain.

b. Pilihan merek

Konsumen harus mengambil keputusan tentang mereka mana yang akan dibeli. Setiap merek memiliki perbedaan-perbedaan tersendiri.

c. Pilihan penyalur

Konsumen harus mengambil keputusan tentang penyalur mana yang akan dikunjungi.

d. Waktu pembelian

Konsumen dalam pemilihan bisa berbeda-beda.

e. Jumlah pembelian

Konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibelinya pada suatu saat.

f. Metode pembayaran

Konsumen dapat mengambil keputusan tentang metode pembayaran yang akan dilakukan dalam pengambilan keputusan konsumen menggunakan produk atau jasa.

C. Hasil Penelitian dan Gambaran

Dengan mengacu pada filosofi “Marching On To Unlimited Improvement” semangat juang dan kerja sama yang kukuh antara manajemen, pekerja, dan serikat buruh PT Kawasaki Motor Indonesia berencana untuk menjadi perusahaan terbaik dalam kualitas, produktivitas, dan disiplin. Walaupun merupakan salah satu pemain lama dalam memproduksi motor sport, namun vendor yang berasal dari Jepang yaitu Kawasaki selalu menjadi pusat perhatian banyak orang terutama bagi para pecinta motor sport. Hal ini disebabkan karena Kawasaki selalu menghadirkan motor-motor sport berkualitas dengan desain yang mantap dan mempunyai kapasitas mesin yang mumpuni.

Gambaran umum pelaksanaan kualitas produk Kawasaki ninja 250 Fi

Kinerja mesin Kawasaki ninja 250 Fi

Pada Ninja 250 terbaru ini sudah menggunakan mesin dengan teknologi injeksi yaitu mesin 4-Langkah / Tak. Dengan disematkannya tipe mesin DOHC 4 katup dengan 4 tak single dan memiliki kapasitas 249cc yang memiliki perbandingan kompresi mesin sebesar 11.3 : 1 dan memiliki ukuran piston dan stroke yang masing – masing 72.0 x 61.2 mm di mana akan membuat motor Kawasaki Ninja 250 ini mampu mengeluarkan perputaran pada mesin mencapai 9.700 rpm.

Daya tahan Kawasaki ninja 250 Fi

Tapi jika kita telisik lebih dalam, selain memiliki berbagai kelebihan. Kawasaki Ninja 250 FI ini juga memiliki kekurangan pada daya tahan mesin, berikut adalah kekurangan daya tahan mesin Kawasaki Ninja 250 FI:

1. Fairing Gampang Leleh Jika Terjebak Macet

Kekurangan Kawasaki Ninja 250 FI yang perlu diketahui yaitu fairing bagian depan mudah leleh jika posisi motor terjebak dalam kemacetan apalagi jika posisi macetnya lama.

2. Minyak Suspensi Depan Gampang Merembes

Dan untuk Kekurangan Kawasaki Ninja 250 FI yang tidak kalah penting untuk diketahui yaitu sering atau mudahnya minyak suspensi depan yang merembes

Model atau penampilan Kawasaki ninja 250 Fi

Hadir dengan desain yang lebih slim, menjadikan motor sport ini tampak begitu lincah dan sporty. Apalagi pada body motor ini tampak beberapa striping yang dibuat dengan gaya yang lebih modern sehingga menjadikan motor sport besutan Kawasaki ini terlihat lebih gagah dan tampak semakin garang. Di sisi lain, Kawasaki Ninja 250

Fi ini juga hadir dengan desain full fairing yang membuat motor ini tampak makin gagah layaknya Moto GP.

Umur ekonomis Kawasaki ninja 250 Fi

Semakin banyaknya industri yang bergerak di bidang otomotif yakni sepeda motor membuat persaingan semakin ketat, diantaranya persaingan pada jenis sepeda motor sport. Seperti kita ketahui industri atau perusahaan sepeda motor mempunyai produk andalan masing-masing seperti perusahaan Honda, Kawasaki, dan Yamaha mereka bersaing ketat untuk menguasai pangsa pasar dalam jenis sepeda motor sport. Head Sales Dept. Marketing and Sales Division PT Kawasaki Motor Indonesia (KMI) ini tengah menutupi sesuatu rencana sehubungan dengan Ninja di segmen sport 250 sampai-sampai menyebut jangka waktu dua tahun.

Fisik atau body Kawasaki ninja 250 Fi

Tak hanya mengusung desain sporty dan mesin yang andal saja, spesifikasi Kawasaki Ninja 250 FI ini juga memiliki sejumlah fitur canggih. Pertama, motor sport garapan Kawasaki berkapasitas 250cc ini sudah dilengkapi dengan teknologi Slipper Clutch. Sebuah teknologi yang diadopsi dari ajang balap yang sangat berguna untuk mengurangi efek back torque atau engine brake ketika gigi pada Kawasaki Ninja 250 FI ini diturunkan secara cepat/mendadak dan membantu mencegah ban belakang mengunci atau selip

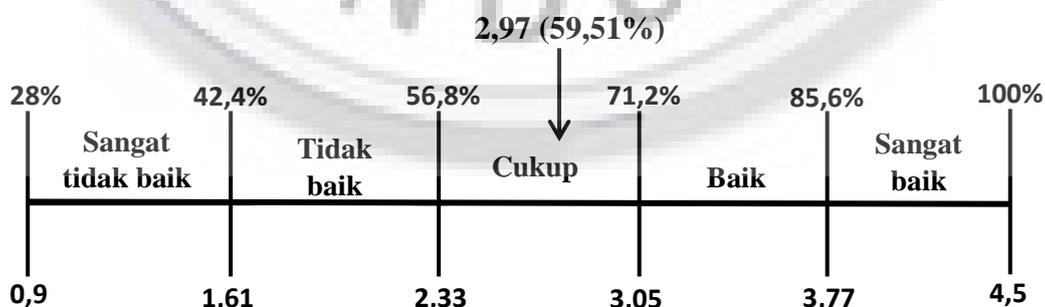
Nilai estetika Kawasaki ninja 250 Fi

Nilai estetika yang diterapkan perusahaan Kawasaki terhadap Kawasaki ninja 250 Fi yaitu rangka tubular nya lebih ditonjolkan, terutama di bagian belakang, Ukuran headlamp telah diperkecil, alias lebih sipit, mengikuti trend yang saat ini populer di kalangan para pecinta roda dua. Kesan big bike tetap dipertahankan, sekilas kental turunan dari ZX10R.

Persepsi kualitas Kawasaki ninja 250 Fi

Dengan nama merek Kawasaki bukan berarti memiliki persepsi kualitas yang baik terhadapnya, karena masih banyak dunia industri otomotif yang memiliki persepsi baik dalam hal kualitas. Dilihat dari keseluruhan produk yang dihasilkan perusahaan Kawasaki, konsumen menganggap bahwa Kawasaki harus melihat kondisi yang ada di sekitar masyarakat dalam hal kendaraan sepeda motor, karena konsumen menginginkan sepeda motor yang dibutuhkannya tidak hanya dari kecepatan tetapi dilihat dari kenyamanan, hemat bahan bakar, dan juga penampilan, oleh karena itu konsumen tidak mempersepsikan produk Kawasaki sebagai kualitas yang tinggi.

Tanggapan Konsumen Tentang Kualitas Produk Kawasaki Ninja 250 Fi

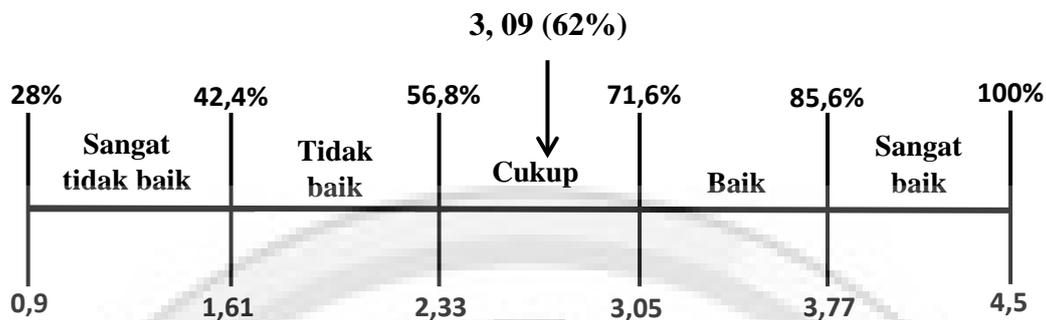


Gambar 1. Garis Kontinum Variabel Kualitas Produk

Hasil penelitian terkait tanggapan konsumen tentang kualitas produk Kawasaki ninja 250 Fi menunjukkan bahwa rata-rata keseluruhan variabel harga sebesar 2,97 (59,51%) termasuk pada kriteria cukup berada pada interval 56,8%-71,1% dan skor

variabel kualitas produk adalah 2083.

Tanggapan Konsumen Tentang Keputusan Pembelian Kawasaki ninja 250 Fi



Gambar 2. Garis Kontinum Variabel Keputusan Pembelian

Hasil penelitian terkait tanggapan konsumen tentang keputusan pembelian Kawasaki ninja 250 Fi menunjukkan bahwa rata-rata keseluruhan variabel keputusan pembelian sebesar 3,09 (62%) termasuk pada kriteria cukup berada pada interval 56,8%-71,1% dan skor variabel harga adalah 1854 .

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kawasaki Ninja 250 Fi.

Tabel 1. Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,758(a)	,575	,571	2,22074

a Predictors: (Constant), Harga

Besarnya sumbangan atau peranan variabel Kualitas Produk terhadap variabel Keputusan Pembelian menunjukkan R square sebesar 0,575 diperoleh dari hasil ($r^2 \times 100\% = 0,575 \times 100\% = 57,5\%$) artinya variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel kualitas produk 57,5% sedangkan sisanya 42,5% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti.

Tabel 2. Koefisien Regresi

Coefficients(a)						
Model		Standardized Coefficients		t	Sig.	
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	1,657	1,483		1,117	,267
	Harga	,810	,070	,758	11,512	,000

a Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Dari tabel diatas, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

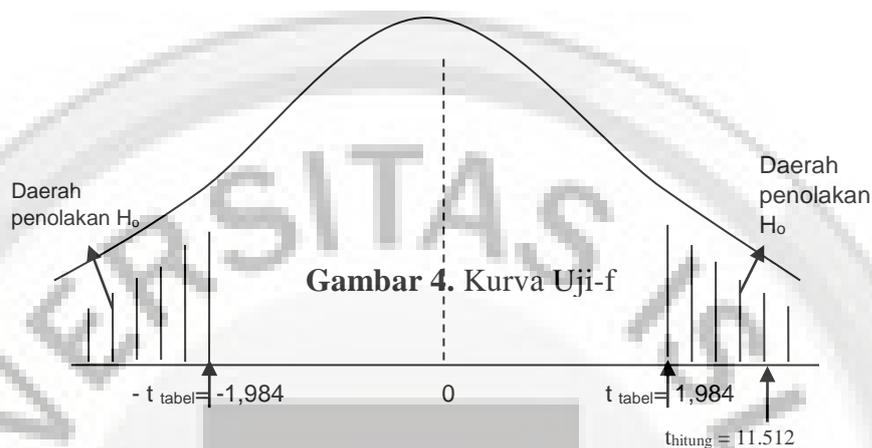
$$Y = 1,657 + 0,810X$$

Dari hasil persamaan regresi linier sederhana tersebut masing-masing variabel dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

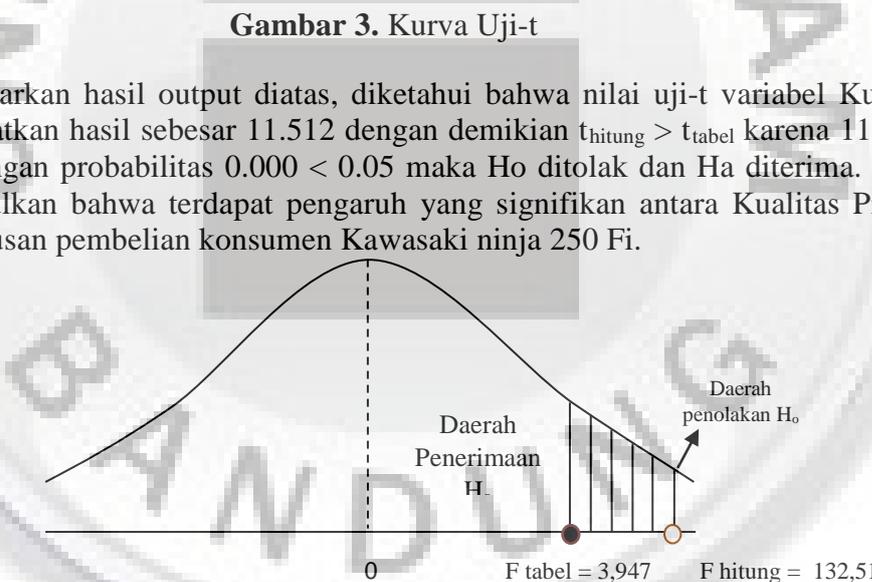
1. Jika tidak ada (X) kualitas produk maka nilai (Y) keputusan pembelian adalah

1,657 (konstanta). Dapat diartikan bahwa bila di asumsikan untuk variabel kualitas produk sebesar 0, maka keputusan pembelian tetap sebesar 1,657.

2. Koefisien regresi Kualitas Produk (X) sebesar 0,810 yang bernilai positif. Hal ini menyatakan setiap meningkat 1 (satu) satuan pada variabel Kualitas Produk, maka akan berpengaruh terhadap meningkatnya variabel keputusan pembelian. Hal ini memberikan pengertian bahwa semakin meningkatnya Kualitas Produk akan semakin meningkat pula keputusan pembelian.



Gambar 4. Kurva Uji-f



Gambar 3. Kurva Uji-t

Berdasarkan hasil output diatas, diketahui bahwa nilai uji-t variabel Kualitas Produk didapatkan hasil sebesar 11.512 dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ karena $11.053 > 1.984$ dan dengan probabilitas $0.000 < 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk dengan keputusan pembelian konsumen Kawasaki ninja 250 Fi.

Hasilnya karena F_{hitung} (132,517) lebih besar dibanding F_{tabel} (3,947) maka pada tingkat kekeliruan 5% ($\alpha=0,05$) diputuskan untuk menolak H_0 dan menerima H_a , artinya dengan tingkat kepercayaan 98% dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan pada variabel keputusan pembelian.

D. Kesimpulan

1. Metode penetapan harga yang dilakukan oleh Toko Mebel Sinar Mutiara adalah penetapan harga umum (*Going Rate Pricing*)
2. Tanggapan responden terhadap pelaksanaan Harga yang dilakukan Toko Mebel

- Sinar Mutiara yang berada pada kategori cukup.
3. Tanggapan responden mengenai keputusan pembelian Konsumen di Toko Mebel Sinar Mutiara berada pada kategori cukup.
 4. Berdasarkan uji F (simultan) pada variabel Harga terdapat pengaruh yang signifikan positif terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen di Toko Mebel Sinar Mutiara Bandung.
 5. Berdasarkan uji T (parsial) dapat diketahui bahwa variabel Harga secara parsial mempunyai pengaruh positif signifikan.

Daftar Pustaka

- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller, 2009, *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management*. Global Edition: Publishing as Prentice Hall.
- Mullins, Laurie J. 2005. *Management and Organizational Behavior*. Prentice Hall: Edinburg Gate Harlow
- Kotler, Phillip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Lupiyoadi, Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Amrullah, Artika Romal dan Sasi Agustin. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*: Vol 5, No 7