

## Analisis Penilaian Dan Minat Beli Produk Sepeda Motor Yamaha dikalangan Mahasiswa

**Naoval hakiki rd**

Universitas Bina Bangsa

**Betha M Zaky**

Universitas Bina Bangsa

**Syamsul Hidayat**

Universitas Bina bangsa

Alamat: Jl. Raya Serang-Jakarta KM. 3 No. 1B, Kota Serang, Banten

*Korespondensi penulis:* [novalhakiki246@email.com](mailto:novalhakiki246@email.com)

**Abstract.** *This study aims to analyse the variables of price perception and product quality. This type of research is descriptive verification research with a sample size of 54 people. Based on the research results obtained that simultaneously the purchase intention variable is significantly influenced by the variables of price perception and product quality. This means that the better the price perception, product quality and lifestyle, the more consumer buying interest in Yamaha in Regency will increase. Partially, the price perception variable has a significant effect on the purchase intention variable. Partially, the product quality variable has a significant effect on the purchase intention variable.*

**Keywords:** *Price perception, produk quality, purchase intention*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis variabel persepsi harga dan kualitas produk terhadap minat beli. Jenis penelitian ini kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 54 orang. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa secara simultan variabel niat membeli dipengaruhi oleh variabel persepsi harga dan kualitas produk. Artinya semakin baik persepsi harga dan kualitas produk maka minat beli konsumen terhadap sepeda motor Yamaha akan semakin meningkat. Secara parsial variabel persepsi harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat beli. Secara parsial variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat beli.

**Kata kunci:** Persepsi harga, kualitas produk, minat beli

### LATAR BELAKANG

Pertumbuhan industri otomotif khususnya kendaraan roda dua menunjukkan tingkat pertumbuhan yang relatif tinggi diantara industri lain, seiring dengan semakin banyaknya masyarakat yang membutuhkan modal transportasi tersebut. Salah satu alat transportasi yang paling dibutuhkan dan paling di gemari adalah sepeda motor. Hal ini dikarenakan sepeda motor merupakan alat transportasi yang mudah digunakan, cepat, dan mampu mengatasi kemacetan karena bentuknya yang ramping (Firmansyah, 2016). Menurut AISI (Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia), penjualan sepeda motor merek Yamaha di Indonesia meningkat hingga 84,6% dibandingkan jenis sepeda motor lainnya pada tahun 2018, dan nilai ini lebih tinggi dibandingkan tahun sebelumnya ketika nilai tersebut tercapai.

Meningkatnya permintaan sepeda motor membuat produsen juga harus mampu menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk merangsang atau meningkatkan niat beli

konsumen. Niat membeli dapat diartikan sebagai kecenderungan seorang untuk membeli merek yang paling disukainya (Kotler dan Amstrong, 2014) niat membeli dibentuk oleh banyak pemicu baik dari konsumen maupun lingkungan, serta rangsangan pemasaran yang dirancang. Proses pembentukan niat pembelian sendiri berada pada tahap evaluasi alternatif. Ulasan ini dapat digunakan sebagai referensi untuk membangkitkan niat membeli suatu merek tertentu. Perusahaan harus mampu menggunakan berbagai metode untuk menarik perhatian konsumen guna mendorong konsumen mengambil keputusan pembelian produk. Perusahaan juga harus mampu memberikan informasi terkait produk kepada konsumen. Niat membeli konsumen sendiri dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kualitas dan harga.

Di dunia yang semakin modern saat ini, konsumen menjadi semakin kritis dalam hal pengambilan keputusan pembelian terhadap produk. Hal ini sejalan dengan pendapat bahwa perilaku konsumen merupakan tindakan langsung dalam pengadaan dan pengambilan keputusan terhadap keputusan yang terjadi sebelum dan sesudah tindakan tersebut (Kotler, 2012) keputusan pembelian erat kaitannya dengan perilaku konsumen oleh karena itu, perlu dilakukan analisis keputusan pembelian yang sangat penting bagi perusahaan dalam menjual produk dan jasanya. Tentunya perlu juga dilakukan berbagai analisa dan pertimbangan bagi konsumen untuk meningkatkan volume penjualan, pernyataan tersebut didukung oleh teori dari (Tjiptono, 2008) bahwa perusahaan harus mampu untuk memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya dikarenakan kelangsungan hidup pada perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen itu tergantung dengan para konsumennya.

Harga merupakan salah satu faktor penentu keputusan pembelian bagi konsumen, dikarenakan konsumen memiliki harapan bahwa uang yang mereka keluarkan sesuai dengan apa yang mereka peroleh. Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Sylvia, 2020) mengenai variable harga, menyatakan bahwa variable harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan penelitian oleh (Pardede & Haryadi, 2017) menghasilkan temuan yang berbeda, yaitu pada variable persepsi harga tidak mempengaruhi secara signifikan dan positif pada keputusan pembelian.

Menurut (Kotler, 2012) kualitas produk merupakan keseluruhan ciri dari produk atau pelayanan dalam memuaskan kebutuhan yang tersirat. (Rambat, 2001) juga berpendapat bahwa konsumen akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Sedangkan temuan dari (Rawung, 2015) menunjukkan hasil bahwa pada variabel kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil dari dua

penelitian tersebut menunjukkan bahwa masih inkonsistensi sehingga diduga ada variabel lain yang memengaruhi variabel dependen dan independen.

Kotler dan Keller yang dialih bahsakan oleh Bob Sabran (Kotler & Keller, 2011) mengungkapkan bahwa ada empat ukuran yang mencirikan harga diantaranya keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, kesesuaian harga dengan manfaat dan harga dengan kemampuan atau daya saing harga. Produk akan memiliki kualitas yang baik apabila produk tersebut telah memenuhi dimensi dari kualitas produk. Menurut (Tjiptono, 2008: 25) dalam kualitas produk memiliki beberapa dimensi pengukuran antara lain kinerja suatu produk, keistimewaan tambahan atau fitur, spesifikasi. Dari terori di atas kualitas produk dapat menentukan kepuasan pelanggan yang berhubungan langsung dengan keinginan dan harapan dari pelanggan terhadap kualitas produk yang dirasakan. Apabila konsumen merasakan puas setelah menggunakan suatu produk, maka kemungkinan besar konsumen tersebut akan melakukan pembelian ulang.

Data penjualan sepeda motor januari-oktober 2023 (Data AISI)

MEREK	PENJUALAN OKTOBER 2023	PENJUALAN JANUARI-OKTOBER 2023
HONDA	382.989 Unit	4.125.226 Unit
YAMAHA	129.328 Unit	1.073.034 Unit
KAWASAKI	2.111 Unit	22.990 Unit
SUZUKI	1.148 Unit	10.011 Unit
TVS	717 Unit	6.715 Unit
Total	516.293	5.237.976

Data diatas menunjukkan bahwa sepeda motor Yamaha memasuki dua peringkat sepeda motor yang paling diminati oleh masyarakat di Indonesia. Mengindikasikan pembelian yang tinggi pada produk sepeda motor fenomena kecintaan terhadap produk Yamaha, menjadi fenomena yang menarik untuk diteliti karena sepeda motor yamah banyak diminatimasyarakat umum.

## KAJIAN TEORITIS

Pada kajian penelitian terdahulu ini mengenai minat beli terhadap keputusan pembelian yang telah dilakukan oleh peneliti. Berikut adalah penelitian terdahulu yang terkait adalah sebagai berikut : penelitian ini dilakukan oleh (Dewi, 2019) yang menyatakan bahwa variabel minat beli berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh (Solihin, 2020) juga menyatakan bahwa minat beli berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Karena semakin tinggi minat beli konsumen, maka akan semakin tinggi pula keputusan pembelian yang diambil oleh konsumen.

Berdasarkan uraian pada penelitian pendahuluan diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat masalah terkait minat beli konsumen sepeda motor Yamaha. Minat beli yang merupakan bagian dari tahap pengambilan keputusan konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain persepsi konsumen terhadap harga dan kualitas produk.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian ini menggunakan kuantitatif. Pengambilan data menggunakan kuesioner. Survei dilaksanakan di Universitas Bina Bangsa. Teknik sampling yang digunakan adalah random sampling dengan teknik purposive sampling. Jenis penelitian ini yang menganalisis data variabel yang di simpulkan pada waktu tertentu di seluruh populasi sampel atau subset yang telah di tentukan.

Dengan demikian, pendekatan ini akan memungkinkan para analis untuk mengetahui sejauh mana perilaku konsumen terhadap pengguna sepeda motor yamaha di kalangan mahasiswa Universitas Bina Bangsa di kota serang.

## **POPULASI DAN SAMPEL**

Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan sampel penelitian pada mahasiswa universitas bina bangsa di kota serang yang menggunakan sepeda motor yamaha. Peneliti menggunakan strategi sampel acak untuk mengidentifikasi teknik pengambilan sampel, yaitu dengan menyebarkan link kuesioner ke mahasiswa universitas bina bangsa yang menggunakan sepeda motor yamaha.

## **TEKNIK ANALISI DATA**

Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas data, uji heteroskedastisitas, uji multikolonieritas, uji validitas dan reliabilitas dan uji regresi berganda.

## **INSTRUMEN PENELITIAN**

Pada proses penelitian penulis menyebarkan kuisisioner yang berisi pertanyaan dalam bentuk angket dengan menggunakan metode likert summated rating (LSR), dimana setiap poin pertanyaan mencapai 3 (tiga) opsi sebagai berikut :

- Iya = bobot 3
- Ragu – Ragu = bobot 2
- Tidak = bobot 1

## KARAKTERISTIK RESPONDEN

Data responden yang diperoleh adalah penelitian ini berasal dari kuesioner yang di bagikan secara online melalui google form pada konsumen produk sepeda motor Yamaha. Responden yang diperoleh pada penelitian ini sebanyak 54 responden.

### BERDASARKAN GENDER

**TABEL 1**

KETERANGAN	KLASIFIKASI	JUMLAH RESPONDEN	RESPONDEN
Jenis	Laki-laki	26	48,1%
Kelamin	Perempuan	28	51,9%

*Sumber: hasil kuesioner 2023*

Berdasarkan Tabel 1 diatas tentang karakteristik gender pada penelitian ini, dapat dilihat bahwa responden laki laki 26 orang atau 48,1% dan reponden Perempuan berjumlah 28 orang atau 51,9%. Hal ini memnjukan bahwa responden jenis kelamin Perempuan cenderung lebih banyak yang pengguna sepeda motor Yamaha

### BERDASARKAN USIA

**TABEL 2**

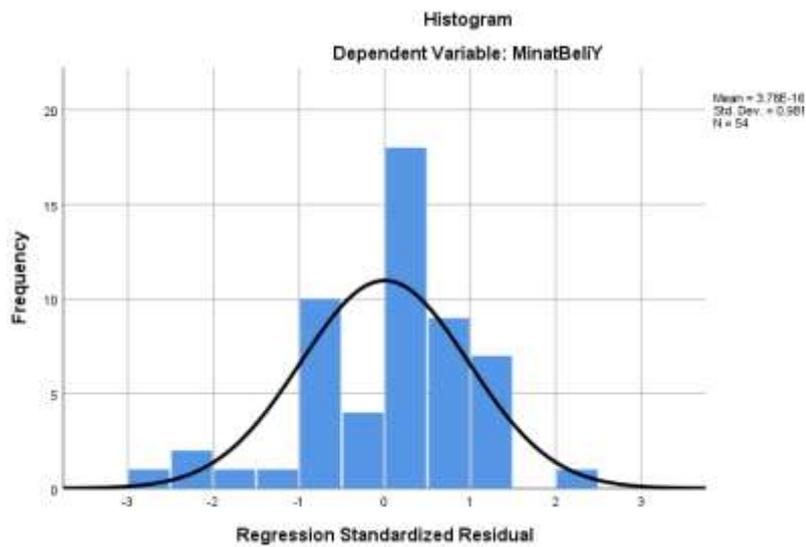
Usia	19-20	10	18,5%
	20-21	13	24,1%
	21-22	3	3,6%
	22-34	3	3,6%
	34-35	1	1,9%

*Sumber: hasil kuesioner 2023*

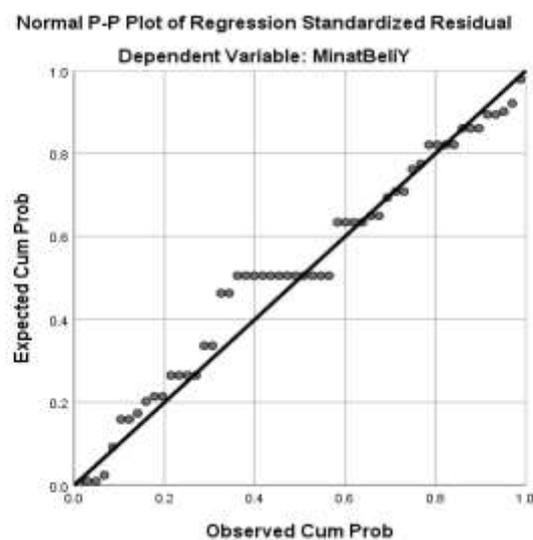
Berdasarkan tabel 2 diatas karakteristik usia pada penelitian ini bahwa reponden dengan usia 19-20 tahun berjumlah 10 orang atau 18,5% dengan usia 20-21 tahun berjumlah 13 atau 24,1% dengan usia 21-22 tahun berjumlah 3 orang atau 3,6% dengan usia 22-34 tahun berjumlah 3 orang atau 3,6% dengan usia 34-35 tahun berjumlah 1 orang atau 1,9%.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Hasil uji normalitas data (histogram dan p-lot)

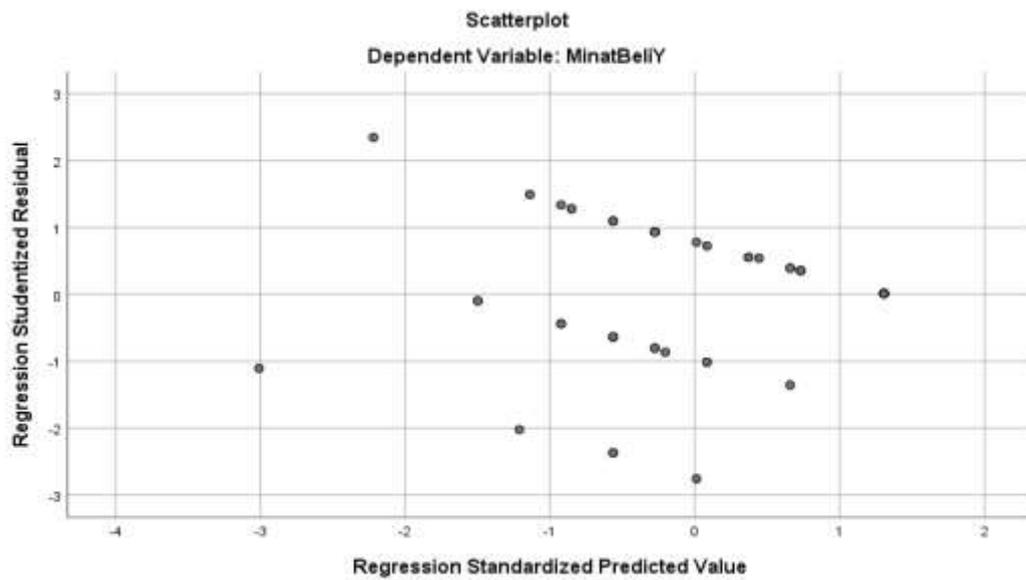


Berdasarkan output spss versi 26 dilihat dair data histogram dengan jumlah sampel sebanyak 54 dan simpangan baku sebesar 0,981 menunjukkan data yang menyebar secara merata dari kanan ke kiri serta kurva tersebut membentuk lonceng. Dengan demikian, melihat dari data histogram tersebut, data tersebut berdistribusi normal.



Berdasarkan hasil pengujian normalitas data dilihat dari normal p-plot, dari hasil regresi semua variabel dimana titik-titik pada p-plot mendekati garis diagonal dari dibawah ke atas. Dengan demikian, data tersebut berdidtribusi normal.

## 2. Hasil uji heteroskedasitas



Berdasarkan output spss versi 26 untuk uji heteroskedasitas dengan melihat scatterplot dimana titik-titik data tidak membentuk sebuah pola dan berada dibawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedasitas yang artinya regresi ini sudah baik.

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.178	.586		.304	.762		
	HargaX1	.217	.075	.393	2.894	.006	.792	1.263
	KualitasProdukX2	.096	.071	.183	1.347	.184	.792	1.263
a. Dependent Variable: MinatBeliY								

Berdasarkan output spss versi 26 untuk uji multikolonieritas didapatkan nilai toleransi untuk X1 dan X2 sebesar 0,792 dan nilai VIF nya sebesar 1,263. Dimana nilai tersebut untuk VIF kurang dari 10 dan nilai toleransinya lebih dari 0,01. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam pengujian tersebut tidak terdapat masalah multikolonieritas.

## 3. Hasil uji validitas dan reliabilitas

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
HargaX1	10.19	2.644	.549	.320	.460
KualitasProdukX2	10.15	2.657	.485	.236	.574
MinatBeliY	15.22	4.440	.490	.254	.626

Dari output spss versi 26 untuk uji validitas data didapatkan data sebagai berikut :

R hitung	R tabel	Keterangan
0,320	0,226	Valid
0,236	0,226	Valid
0,254	0,226	Valid

Dengan jumlah sampel 54 dengan df didapatkan nilai r tabel sebesar 0,226 dari nilai hitung coefisien corelasi (R) untuk uji validitas tersebut nilainya lebih besar dari r tabel. Dengan demikian dapat disimpulkan seluruh item pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.663	.695	3

Dari output spss versi 26 didapatkan Cronbach'h Alpha nilai koefisien alphanya sebesar 0,663 dimana nilai tersebut berdasarkan tabel guildfold berada pada jarak 0,60-0,80 dengan kategori reliabilitas tinggi. Dengan demikian dapat disimpulkan kuisisioner/angket dinyatakan reliabel

#### 4. Hasil uji regresi berganda

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.504 <sup>a</sup>	.254	.225	.584
a. Predictors: (Constant), KualitasProdukX2, HargaX1				
b. Dependent Variable: MinatBeliY				

Ket :

R = Coefisien Corelasi

R square = Coefisien Determinasi

Coefisien corelasi = 0,504

Coefisien determinasi = 0,254

#### R coefisien korelasi

Dari output spss 26 didapatkan nilai r sebesar 0,504 dimana nilai tersebut berada pada rentang atau jarak 0,40-0,599 dimana dari tabel tersebut tingkat hubungannya sedang. Dengan demikian dapat disimpulkan tingkat hubungan Harga (X1), Kualitas produk (X2), terhadap Minat Beli (Y) Sedang

#### R Square

Dari output spss 26 didapatkan R square sebesar 0,254 dimana dari nilai tersebut  $0,254 \times 100\% = 2,5\%$  sisanya 7,5% artinya dengan demikian dapat disimpulkan besaran pengaruh

Harga (X1), (X2) terhadap Minat beli (Y) sebesar 2,5% dan sisanya sebesar 7,5% dipengaruhi oleh variable lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini.

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.178	.586		.304	.762
	HargaX1	.217	.075	.393	2.894	.006
	KualitasProdukX2	.096	.071	.183	1.347	.184

a. Dependent Variable: MinatBeliY

Jika X1 dan X2 nilainya 0 maka Minat Beli sebesar 0,178

Artinya

- Coefisien regresi variabel harga (X1) sebesar 0,217 artinya jika variabel independent nilainya tetap dan harga (X1) mengalami kenaikan satu satuan maka Minat beli (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,217 semakin naik Harga (X1) maka Minat Beli (Y) akan meningkat
- Coefisien regresi variabel Kualitas Produk (X2) sebesar 0,096 artinya jika variabel independent nilainya tetap dan Kualitas Produk (X2) mengalami kenaikan satu satuan maka Minat beli (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,096 semakin naik Kualitas Produk (X2) maka Minat Beli (Y) akan meningkat

T Hitungdisiplin kerja = 0,304

T Hitung variable Harga X1 = 2,894

T Hitung variabel Kualitas Produk X2 = 1,347

T Tabel = 1,675

- Dari output spss 26 nilai variable Harga X1 dimana nilai t hitungnya sebesar 2,894 dan nilai t tabelnya sebesar 1,675 dengan nilai sig sebesar 0,006 artinya kurang dari 0,5 dapat disimpulkan menerima hipotesis pertama terdapat pengaruh variabel harga X1 terhadap minat beli Y
- Dari output spss 26 nilai variabel kualitas produk X2 dimana nilai t hitungnya sebesar 1,347 dan nilai t tabelnya sebesar 1,675 dengan nilai sig sebesar 0,184 artinya lebih dari 0,5 dapat disimpulkan menerima hipotesis kedua tidak terdapat pengaruh variabel kualitas produk X2 terhadap varaibel minat beli Y.

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5.927	2	2.964	8.683	.001 <sup>b</sup>
	Residual	17.406	51	.341		
	Total	23.333	53			
a. Dependent Variable: MinatBeliY						
b. Predictors: (Constant), KualitasProdukX2, HargaX1						

F Hitung = 8,683

F Tabel = 3,175

Dari output spss 26 didapatkan nilai f hitung sebesar 8,683 dan nilai f tabel sebesar 3,175 dengan nilai sig sebesar 0,001 maka dapat disimpulkan variabel Harga (X1) dan Kualitas produk (X2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel Minat beli (Y).

## PEMBAHASAN

Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini menunjukkan nilai atau tingkat signifikansi pada variabel keduanya sangat berpengaruh terhadap minat beli masyarakat. Artinya keduanya menjadi faktor penentu dari keputusan pembelian produk sepeda motor Yamaha dan jika signifikansi dari keduanya mengalami kenaikan maka berdampak pula pada minat beli konsumen.

## KESIMPULAN

Pertumbuhan industri otomotif khususnya kendaraan roda dua menunjukkan tingkat pertumbuhan yang relatif tinggi diantara industri lain, seiring dengan semakin banyaknya masyarakat yang membutuhkan modal transportasi tersebut. Salah satu alat transportasi yang paling dibutuhkan dan paling di gemari adalah sepeda motor. Meningkatnya permintaan sepeda motor membuat produsen juga harus mampu menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk merangsang atau meningkatkan niat beli konsumen. Perusahaan juga harus mampu memberikan informasi terkait produk kepada konsumen. Niat membeli konsumen sendiri dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kualitas dan harga. Di dunia yang semakin modern saat ini, konsumen menjadi semakin kritis dalam hal pengambilan keputusan pembelian terhadap produk. Hal ini sejalan dengan pendapat bahwa perilaku konsumen merupakan tindakan langsung dalam pengadaan dan pengambilan keputusan terhadap keputusan

pembelian. Demikian pula pada penelitian kali ini variabel harga dan kualitas produk menjadi faktor penentu bagi konsumen untuk memntukan keputusan dalam pembelian.

#### **DAFTAR REFERENSI**

- Sakinah Nur,Fani Firmansyah. *Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening*,2021.vol 22 (10) 2021,Hal,192-202
- Anggara Yudha Kurnia,Miguna Astuti,Lina Aryani. *Minat Beli Konsumen Atas Psoduk Sepeda Motor yamaha Mio M3*,2020.vol 8 (3) 2020,hal,272-280
- Yuniarto Galuh,Khasanah,*Studi Tentang Minat Beli Sepeda Motor Yamaha NMAX Di Kota Semarang*,2020.vol 9 (2) 2020,hal,162-177