

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA PADA MAHASISWA KAMPUS 1 UNIVERSITAS KRISTEN KRIDA WACANA

Denny Kristian
Rita Widayanti

Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Krida Wacana

denny.kristian4@gmail.com
rita.widayanti@ukrida.ac.id

ABSTRACT

The background: Many people use motorcycle as transportation, especially Honda motorcycle. Two main factors which influencing purchase decision, product quality and price, were evaluated in this study. The problem in this research was there any influence of product quality on purchase decisions of Honda motorcycles and was there any influence of price on purchase decisions of Honda motorcycles. As quantitative research, a survey method using a questionnaire was used. The sampling technique was accidental sampling. The population in this research someone that were using Honda motorcycle, type Beat, Blade, Megapro, Revo, Scoopy, Spacy, Supra X, Vario, and Verza in the Campus 1 Krida Wacana Christian University. Total population was 186. The sample was 127 respondents. The results showed that the quality of products and price influenced on purchase decisions of Honda motorcycles.

Keywords: product quality, price, purchase decision

ABSTRAK

Saat ini sepeda motor banyak dijadikan sebagai alat transportasi utama oleh masyarakat. Dua faktor utama yang biasanya mempengaruhi keputusan pembelian, kualitas produk dan harga, yang dianalisis pada penelitian ini. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda dan apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda. Sebagai penelitian kuantitatif, metode survei dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa pengguna sepeda motor Honda tipe Beat, Blade, Megapro, Revo, Scoopy, Spacy, Supra X, Vario, dan Verza di Kampus I Universitas Kristen Krida Wacana. Jumlah populasi adalah 186. Sedangkan jumlah sampel adalah 127 responden. Hasil penelitian ini adalah terdapat pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda.

Kata kunci: kualitas produk, harga, keputusan pembelian

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki jumlah penduduk yang sangat besar. BPS (Badan Pusat Statistik) memperkirakan jumlah penduduk Indonesia tahun 2014 dapat mencapai 252.200.000 jiwa

(BPS, <http://www.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/960>, diakses pada tanggal 10 September 2015). Hal tersebut menjadikan Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk terbanyak ke empat di dunia (<http://finance.detik.com/read/2014/03/06/134053/251746>

1/4/negara-dengan-penduduk-terbanyak-di-dunia-ri-masuk-4-besar diakses pada tanggal 10 September 2015)

Melihat keadaan ini, membuat Indonesia menjadi pasar potensial bagi industri transportasi. Saat ini banyak masyarakat menjadikan sepeda motor menjadi pilihan utama sebagai alat transportasi. Pada tahun 2014, jumlah sepeda motor yang terjual di Indonesia mencapai 7.908.941 unit (AISI, <http://www.aisi.or.id/statistic/>, diakses pada tanggal 10 September 2015).

Pemilihan sepeda motor sebagai alat transportasi bagi masyarakat

karena berbagai hal, antara lain waktu perjalanan yang lebih cepat jika menggunakan sepeda motor, sepeda motor lebih hemat biaya dan transportasi umum yang kurang memadai. Faktor lain yang juga mendukung meningkatnya penggunaan sepeda motor di kalangan masyarakat yakni mudahnya masyarakat membeli sepeda motor dengan pembayaran secara kredit.

Pada saat ini pasar sepeda motor dikuasai oleh beberapa merek seperti Honda, Yamaha, Suzuki, Kawasaki, dan TVS. Penjualan sepeda motor di Indonesia untuk tahun 2014 terlihat pada tabel 1 berikut ini.

Tabel 1. Penjualan Sepeda Motor di Indonesia Tahun 2014

Merek	Unit	Persentase
Honda	5.055.510	63,92 %
Yamaha	2.390.902	30,23 %
Suzuki	275.184	3,48 %
Kawasaki	165.231	2,09 %
TVS	22.114	0,28 %
Total	7.908.941	100 %

Sumber : (<http://pertamax7.com/2015/01/10/ahm-kuasai-6392-penjualan-sepeda-motor-indonesia-di-tahun-2014/>).

Berdasarkan data di atas, maka merek Honda menempati urutan pertama penjualan sepeda motor di Indonesia tahun 2014 yaitu sebesar 5.055.510 unit.

PT Astra Honda Motor (AHM) merupakan salah satu perusahaan industri sepeda motor di Indonesia. Sejak didirikan pada 11 Juni 1971 hingga sekarang, PT Astra Honda Motor (AHM) telah banyak menciptakan berbagai jenis sepeda motor dengan menggunakan nama Honda. Tidak heran jika perusahaan ini dinobatkan sebagai pelopor industri sepeda motor di Indonesia. (<http://www.astra-honda.com/index.php/sejarah-astra-honda-motor/>)

Kualitas produk, merupakan salah satu faktor utama dalam menentukan keputusan untuk membeli suatu produk. Sepeda motor Honda sendiri menjadi pilihan konsumen, karena hemat bahan bakar, suara mesin yang halus, dan

suku cadang yang berkualitas bagus. Sepeda motor Honda juga dilengkapi dengan fitur - fitur yang menarik, seperti adanya ABS (*Anti lock Bracking System*), *Side Stand Switch*, SKS (*Secure Key Shutter*), penggunaan rem cakram, *Answer Back System*, *Parking Brake Lock*, ESP (*Enhanced Smart Power*), CBS (*Combi Brake System*), ISS (*Idling Stop System*), AHO (*Automatic Headlight On*), *Back Angel Sensor*, *Headlamp Projector*, *Pro-Link Suspension*, dan ACG Starter (*Alternating Current Generator*). Fitur - fitur tersebut dapat ditemukan pada sepeda motor Honda keluaran terbaru. (<http://www.hondacengkareng.com/category/fitur-teknologi-motor-honda/page/2/>)

Faktor harga juga menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli suatu produk. Penetapan harga yang tepat menjadi kunci utama perusahaan untuk meningkatkan jumlah produk yang dapat terjual.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis ingin meneliti apakah kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda. Oleh karena itu dibuat penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pada Mahasiswa Kampus 1 Universitas Kristen Krida Wacana”.

Perumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda?
2. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda?

TINJAUAN PUSTAKA

Kotler dan Armstrong (2008 : 266), menyatakan bahwa “Produk adalah semua hal yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan.”

Kotler dan Armstrong (2008:268) mengatakan bahwa produk memiliki tiga tingkatan, antara lain :

1. Manfaat Inti

Ketika merancang produk, mula-mula pemasar harus mendefinisikan inti, manfaat penyelesaian masalah atau jasa yang dicari oleh konsumen. Oleh karena itu, manfaat inti dari sepeda motor adalah sebagai alat transportasi.

2. Produk Aktual

Pada tingkat kedua, para perencana produk harus mengubah manfaat inti menjadi produk aktual. Mereka harus mengembangkan fitur produk dan jasa, desain, tingkat kualitas, nama merek, dan kemasan. Oleh karena itu, fitur produk dan jasa, desain dan nama merek dalam sepeda motor Honda dikombinasikan dengan cermat untuk menghasilkan sepeda motor yang berkualitas tinggi bagi konsumen.

3. Produk Tambahan

Perencana produk harus membangun produk tambahan di sekitar manfaat inti dan produk aktual dengan menawarkan pelayanan dan manfaat tambahan. Contohnya adalah pengiriman dan penilaian, instalasi, jaminan, dan pelayanan purna jual.

Kotler dan Armstrong (2008:272), menyatakan bahwa “Kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan.”

Collins Dictionary (<http://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/fuel-saving>, diakses pada tanggal 16 September 2015), yang dimaksud dengan hemat bahan bakar adalah (*of a vehicle*) *using less fuel for a further distance*. Dari definisi tersebut, dapat diartikan bahwa hemat bahan bakar adalah (kendaraan) menggunakan lebih sedikit bahan bakar untuk jarak tertentu.

Kotler dan Armstrong (2008:345), menyatakan bahwa “Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.”

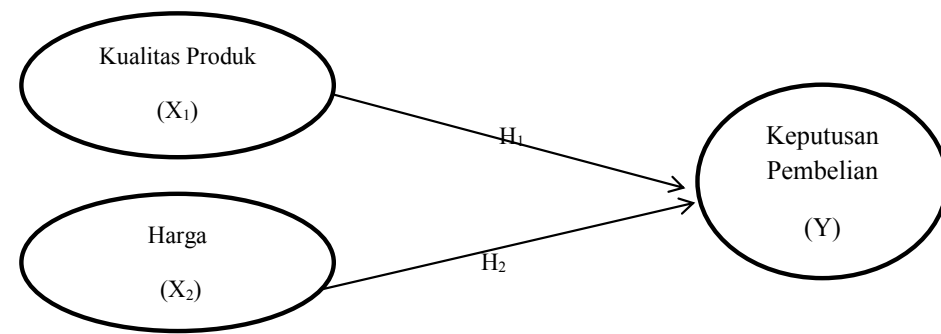
Collins Dictionary (<http://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/fuel-saving>, diakses pada tanggal 16 September 2015), yang dimaksud dengan dengan harga jual kembali adalah *the price which something can achieve when sold in the future*. Dari definisi tersebut, dapat diartikan bahwa harga jual kembali adalah harga yang dapat tercapai ketika dijual di masa yang akan datang.

Kotler dan Armstrong (2008: 181), menyatakan bahwa “Keputusan pembelian adalah keputusan pembeli tentang merek mana yang dibeli.” Dalam keputusan pembelian, ada dua faktor yang muncul antara niat untuk membeli dan keputusan pembelian.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:179), terdapat lima tahap yang dilalui konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian, antara lain :

- Pengenalan kebutuhan
Tahap pertama proses kebutuhan pembeli, di mana konsumen menyadari suatu masalah atau kebutuhan.
- Pencarian informasi
Tahap proses keputusan pembelian di mana konsumen ingin mencari informasi lebih banyak, konsumen mungkin hanya memperbesar perhatian atau melakukan pencarian informasi secara aktif.
- Evaluasi alternatif
Tahap proses keputusan pembelian di mana konsumen menggunakan informasi untuk mengevaluasi merek alternatif dalam sekelompok pilihan.
- Keputusan pembelian
Keputusan pembeli tentang merek mana yang dibeli.
- Perilaku pasca pembelian
Tahap proses keputusan pembelian di mana konsumen mengambil tindakan selanjutnya setelah pembelian, berdasarkan kepuasan atau ketidakpuasan mereka.

Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pikiran

Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

- H1 : Kualitas produk (X1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda (Y)
- H2 : Harga (X2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda (Y)

METODE PENELITIAN

Jenis dan sumber data

Sumber data penelitian ini adalah sumber data primer. Sumber data primer adalah sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data primer melalui metode survey dengan menggunakan kuesioner.

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sampling aksidental. Teknik sampling aksidental adalah teknik penentuan

sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa pun yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. (Sangadji dan Sopiah, 2010:189).

Populasi dan Sampel

Sangadji dan Sopiah (2010:185), menyatakan bahwa "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek atau obyek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan." Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa pengguna sepeda motor Honda tipe Beat, Blade, Megapro, Revo, Scoopy, Spacy, Supra X, Vario, dan Verza di Kampus I Universitas Kristen Krida Wacana. Berdasarkan pengamatan penulis, jumlah mahasiswa yang menggunakan sepeda motor Honda di Kampus I Universitas Kristen Krida Wacana sebanyak 186 mahasiswa.

Sangadji dan Sopiah (2010: 186), menyatakan bahwa "Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi". Sampel pada penelitian ini adalah

sebagian mahasiswa pengguna sepeda motor Honda pada mahasiswa Kampus I Universitas Kristen Krida Wacana. Dalam penelitian ini, jumlah sampel yang akan diambil berdasarkan rumus Slovin seperti berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{186}{1 + 186(0,05)^2}$$

$$= 126,96 = 127$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persentase ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir

Berdasarkan rumus Slovin, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 127.

Operasionalisasi Variabel

Tabel 2. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi	Indikator
Kualitas Produk (X1)	Kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. (Kotler dan Armstrong, 2008:272) Hemat bahan bakar adalah (<i>of a vehicle</i>) using less fuel for a further distance. Dari definisi tersebut, dapat diartikan bahwa hemat bahan bakar adalah (kendaraan) menggunakan lebih sedikit bahan bakar untuk jarak jauh. (Collins Dictionary)	Kinerja produk Fitur produk Keandalan produk Daya tahan Estetika <i>Brand image</i> Hemat Bahan Bakar
Harga (X2)	Sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. (Kotler dan Armstrong, 2008:345) Harga jual kembali adalah <i>the price which something can achieve when sold in the future</i> . Dari definisi tersebut, dapat diartikan bahwa harga jual kembali adalah harga yang dapat tercapai ketika dijual di masa yang akan datang. (Collins Dictionary)	Keterjangkauan harga Kesesuaian harga dengan manfaat produk Kesesuaian harga dengan kualitas produksi Harga mempengaruhi daya beli konsumen Daya saing harga Metode pembayaran produk Harga jual kembali yang tinggi
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah keputusan pembeli tentang merek mana yang dibeli. (Kotler dan Armstrong, 2008:181)	Kebutuhan akan suatu produk Informasi dari orang lain tentang sepeda motor Honda Perbandingan dengan merek Lain Alternatif merek lain Keinginan untuk membeli sepeda motor merek Honda karena <i>brand image</i> Sepeda motor Honda lebih baik dibandingkan merek lain Keputusan pembelian ulang

ANALISIS

Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 3. Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	81	63,8%
Perempuan	46	36,2%
Total	127	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2015

Tabel 3 menunjukkan bahwa jenis kelamin laki-laki sebanyak 81 responden Sedangkan responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 46 responden.

Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4. Usia Responden

Usia	Jumlah	Persentase
18-20	76	59,8%
21-25	48	37,8%
Lebih dari 25	3	2,4%
Total	127	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2015

Tabel 4 menunjukkan bahwa usia 18-20 tahun merupakan responden terbanyak yaitu sebanyak 76 responden (59,8%).

Gambaran Umum Responden Berdasarkan Fakultas

Tabel 5. Fakultas Responden

Fakultas	Jumlah	Persentase
Ekonomi	88	69,3%
Teknik dan Ilmu Komputer	21	16,5%
Psikologi	16	12,6%
Ilmu Sosial dan Humaniora	2	1,6%
Total	127	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2015

Tabel 5 menunjukkan bahwa Fakultas Ekonomi merupakan responden terbanyak yaitu sebanyak 88 responden (69,3%).

Gambaran Umum Responden Berdasarkan Angkatan Tahun Kuliah

Tabel 6. Angkatan Tahun Kuliah Responden

Angkatan	Jumlah	Persentase
2012	31	24,4%
2013	23	18,1%
2014	26	20,5%
2015	47	37%
Total	127	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2015

Tabel 6 menunjukkan bahwa angkatan 2015 merupakan responden terbanyak yaitu sebanyak 47 responden (37%).

Gambaran Umum Responden Berdasarkan Tipe Sepeda Motor Honda

Tabel 7. Tipe Sepeda Motor Honda Yang Dimiliki Oleh Responden

Tipe	Jumlah	Persentase
Beat	37	29,1%
Blade	5	3,9%
Megapro	2	1,6%
Revo	9	7,1%
Scoopy	4	3,1%
Spacy	1	0,8%
Supra X	42	33,1%
Vario	26	20,5%
Verza	1	0,8%
Total	127	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2015

Tabel 7 menunjukkan bahwa tipe sepeda motor Honda yang paling banyak digunakan oleh responden adalah Supra X yaitu sebanyak 42 responden (33,1%), diikuti oleh Beat sebanyak 37 responden (29,1%), dan Vario sebanyak 26 responden (20,5%).

PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, untuk menguji model regresi digunakan uji asumsi klasik dan uji Hipotesis.

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur

sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan sah jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (dapat dilihat pada kolom corrected item-total correlations) dengan r tabel untuk *degree of*

freedom (df)=n-2, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Pada penelitian ini, jumlah sampel (n) = 127 dan besarnya df dapat dihitung $127 - 2 = 125$, dengan $\alpha = 0,05$. Maka didapat r table = 0,174. Jika r hitung > r tabel, maka pertanyaan tersebut dikatakan valid. (Ghozali, 2011:52).

Tabel 8. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
Kualitas Produk	Kinerja produk	0,532	0,174	Valid
	Fitur produk	0,592	0,174	Valid
	Keandalan produk	0,473	0,174	Valid
	Daya tahan	0,503	0,174	Valid
	Estetika	0,323	0,174	Valid
	<i>Brand image</i>	0,607	0,174	Valid
	Hemat Bahan Bakar	0,526	0,174	Valid
Harga	Keterjangkauan harga	0,698	0,174	Valid
	Kesesuaian harga dengan manfaat produk	0,677	0,174	Valid
	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	0,634	0,174	Valid
	Harga mempengaruhi daya beli konsumen	0,600	0,174	Valid
	Daya saing harga	0,585	0,174	Valid
	Metode pembayaran produk	0,439	0,174	Valid
	Harga jual kembali yang tinggi	0,326	0,174	Valid
Keputusan Pembelian	Kebutuhan akan suatu produk	0,548	0,174	Valid
	Informasi dari orang lain tentang sepeda motor Honda	0,560	0,174	Valid
	Perbandingan dengan merek lain	0,645	0,174	Valid
	Alternatif merek lain	0,354	0,174	Valid
	Keinginan untuk membeli sepeda motor merek Honda karena <i>brand image</i>	0,476	0,174	Valid
	Sepeda motor Honda lebih baik dibandingkan merek lain	0,622	0,174	Valid
	Keputusan pembelian ulang	0,571	0,174	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2015

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas, maka dari 21 item pertanyaan yang dimasukkan dalam model penelitian ini, semua item pertanyaan dinyatakan valid, sebab memiliki nilai r hitung di atas 0,174.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur

suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuesioner, dapat dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat Cronbach Alpha. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,70. (Ghozali, 2011:47).

Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas Produk (X ₁)	0,740	Reliabel
Harga (X ₂)	0,752	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,750	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2015

Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai nilai Cronbach Alpha > 0,70, sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel yang berarti kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang handal.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji

apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak dengan uji Kolmogorov-Smirnov. Kriteria pengambilan keputusan adalah :

- Jika sig > 0,05, maka data pada variabel berdistribusi normal.
- Jika sig < 0,05, data pada variabel tidak berdistribusi normal. (Ghozali, 2011:160).

Tabel 10. Hasil Uji Normalitas

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Unstandardized Residual	,059	127	,200*	,990	127	,449

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Sumber: Data primer, 2015

Pada Tabel 10 terlihat bahwa nilai signifikansi variabel > α yaitu $0.200 > 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa model berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen).

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi adalah dengan melihat nilai dari *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Apabila nilai tolerance < 0,10 atau nilai VIF > 10, maka menunjukkan adanya multikolonieritas. (Ghozali, 2011:105).

Tabel 10. Hasil Uji Normalitas

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Unstandardized Residual	,059	127	,200*	,990	127	,449

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Sumber: Data primer, 2015

Pada Tabel 10 terlihat bahwa nilai signifikansi variabel $> \alpha$ yaitu $0.200 > 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa model berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen).

Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi adalah dengan melihat nilai dari tolerance dan variance inflation factor (VIF). Apabila nilai tolerance $< 0,10$ atau nilai VIF > 10 , maka menunjukkan adanya multikolonieritas. (Ghozali, 2011:105).

Tabel 11. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Kualitas Produk (X ₁)	0,599	1,669
Harga (X ₂)	0,599	1,669

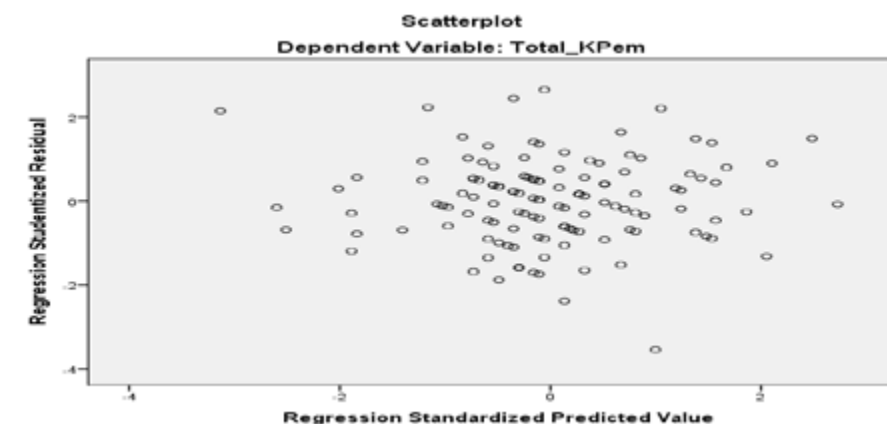
Sumber: Data primer yang diolah, 2015

Dari Tabel 11 menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan harga memiliki nilai tolerance $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 , maka dapat disimpulkan bahwa pada model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance

dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Model regresi dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas jika di dalam grafik scatterplot tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y (Ghozali, 2011:139).



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data primer, 2015

Hasil pengujian di atas menunjukkan bahwa titik-titik tidak membentuk pola tertentu atau tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji F

Uji F untuk menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat. (Ghozali, 2011:98).

Hasil uji F dapat dilihat pada tabel 12.

Tabel 12. Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	428,923	2	214,461	41,648	0,000^b
	Residual	638,526	124	5,149		
	Total	1067,449	126			

a. Dependent Variable: Total_Kpem

b. Predictors: (Constant), Total_Harga, Total_Kproduk

Sumber: Data primer, 2015

Hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai sig sebesar $0,000 < \alpha$ (0,05). Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan baik dan dapat diandalkan untuk melihat pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan

model dalam menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. (Ghozali, 2011:97).

Tabel 13. Hasil Koefisien Determinasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,634 ^a	0,402	0,392	2,26923

a. Predictors: (Constant), Total_Harga, Total_KProduk

b. Dependent Variable: Total_Kpem

Sumber: Data primer, 2015

Hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi R Square yang diperoleh sebesar 0,402. Hal ini berarti 40,2% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variasi dari kedua variabel independen yaitu kualitas produk dan harga. Sedangkan sisanya 59,8% dijelaskan oleh sebab-sebab di luar model tersebut.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa Kampus 1 Universitas Kristen Krida Wacana.

Rumus matematis dari regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah (Ghozali, 2005:82):

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b₁ = Koefisien regresi antara kualitas produk dengan keputusan pembelian

b₂ = Koefisien regresi antara harga dengan keputusan pembelian

X₁ = Kualitas Produk

X₂ = Harga

e = error

Tabel 14. Hasil Ringkasan Regresi Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,196	1,878		1,702	,091
	Total_Kproduk	,351	,105	,301	3,357	,001
	Total_Harga	,446	,100	,399	4,445	,000

a. Dependent Variable: Total_Kpem

Sumber: Data primer, 2015

Dari hasil tersebut, maka persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = 3,196 + 0,351 X_1 + 0,446 X_2$$

Persamaan regresi berganda tersebut dijelaskan sebagai berikut :

1. Konstanta sebesar 3,196 menyatakan bahwa

apabila tidak ada pengaruh kualitas produk dan harga maka keputusan pembelian adalah 3,196.

2. Variabel Kualitas Produk (X₁) memiliki koefisien sebesar 0,351. Ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk positif berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian.
3. Variabel Harga (X₂) memiliki koefisien sebesar 0,446. Ini menunjukkan bahwa variabel harga positif berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian.

Uji t

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. (Ghozali, 2011:98),

Ho : b₁ = 0, artinya suatu variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Ha : b₁ ≠ 0, artinya suatu variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Pengujian dapat dilakukan dengan melihat hasil Coefficients dengan membandingkan nilai sig :

Ho ditolak jika nilai sig < α (0,05)

Ho diterima jika nilai sig > α (0,05)

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda pada mahasiswa Kampus 1 Universitas Kristen Krida Wacana. Hal ini dapat dilihat dalam hasil uji t, dimana nilai sig untuk variabel kualitas produk lebih kecil dari α (0,05), yaitu sebesar 0,001. maka Ho ditolak. Artinya kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Temuan ini tidak jauh berbeda dengan yang dilakukan oleh Purwati, Heri Setiawan, dan Rohmawati (2012) dengan judul penelitian Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Matic Beat (Studi Kasus Pada PT. Nusantara Solar Sakti). Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai t hitung pada variabel kualitas produk adalah sebesar 4,74547. Karena thitung lebih besar

dari ttabel (thitung > 1,98861), maka variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor matic Honda Beat pada PT. Nusantara Solar Sakti.

Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian

Ho : Harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Ha : Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda pada mahasiswa Kampus 1 Universitas Kristen Krida Wacana. Hal ini dapat dilihat dalam hasil uji t, dimana nilai sig untuk variabel harga lebih kecil dari α (0,05), yaitu sebesar 0,000. Temuan ini tidak jauh berbeda dengan yang dilakukan oleh Wibowo Setyo Ferry, Indra Sasmita, dan Agung Kresna Murti (2013) dengan judul penelitian Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Bekas (Survey Pada Konsumen Melaju Raya Rizky Motor di Wilayah Bekasi Timur). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga mempunyai nilai sig 0,000. Karena 0,000 < α (0,05), maka variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian mobil bekas di Melaju Raya Rizky Motor Wilayah Bekasi Timur.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Berdasarkan penelitian tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa Kampus 1 Universitas Kristen Krida Wacana, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda.
2. Terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda.

Berikut ini beberapa hal yang dapat disarankan dalam penelitian ini, antara lain :

Saran Untuk Perusahaan

1. Perusahaan dapat meningkatkan kualitas produk sepeda motor Honda terutama pada

desain yang sebagian responden mengatakan bahwa desain sepeda motor Honda kurang menarik.

2. Perusahaan perlu mempertimbangkan harga yang terjangkau untuk pelanggan agar mereka tetap melakukan pembelian ulang.

Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

1. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti sepeda motor selain sepeda motor Honda.
2. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel selain kualitas produk dan harga.

DAFTAR RUJUKAN

Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* Jilid I Edisi 12 Jakarta : Erlangga.

Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. (2010). *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. Yogyakarta : Andi.

Jurnal :

Purwati, Heri Setiawan dan Rohmawati. (2012). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Matic Beat (Studi Kasus pada PT. Nusantara Solar Sakti). *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi (JENIUS)* Vol. 2 No. 3. Hal: 260-277.

Wibowo, Setyo Ferry, Indra Sasmita dan Agung Kresna Murti. (2013). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Bekas (Survey Pada Konsumen Melaju Raya Rizky Motor di Wilayah Bekasi Timur). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* Vol. 4, No. 2. Hal: 184-200.

Website :

<http://www.aisi.or.id/statistic/> diakses pada tanggal 10 September 2015

<http://www.astra-honda.com/index.php/sejarah-astra-honda-motor/> diakses pada tanggal 10 September 2015

<http://www.bps.go.id/> diakses pada tanggal 10 September 2015

<http://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/fuel-saving> diakses pada tanggal 16 September 2015

<http://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/resale-value> diakses pada tanggal 16 September 2015

<http://finance.detik.com/read/2014/03/06/134053/2517461/4/negara-dengan-penduduk-terbanyak-di-dunia-ri-masuk-4-besar> diakses pada tanggal 10 September 2015

<http://www.hondacengkareng.com/category/fitur-teknologi-motor-honda/page/2/> diakses pada tanggal 10 September 2015

<http://pertamax7.com/2015/01/10/ahm-kuasai-6392-penjualan-sepeda-motor-indonesia-di-tahun-2014/> diakses pada tanggal 10 September 2015