

FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MATIC YAMAHA MIO GT DI PACITAN

Susetyorini, Novia Andrianti

ABTRAK

Salah satu alat transportasi yang memudahkan aktivitas dan banyak diminati masyarakat di berbagai daerah perkotaan dan daerah pedesaan saat ini adalah sepeda motor. Sepeda motor adalah salah satu alternatif yang memudahkan masyarakat untuk bekerja sehari-hari. Akhir-akhir ini berbagai sepeda motor telah dipasarkan diseluruh indonesia serta mendapatkan respon positif dari para konsumen. Konsumen semakin teliti dalam melakukan pembelian dan menentukan suatu produk yang mereka inginkan. Dengan keadaan tersebut mendorong perusahaan agar bisa menarik konsumen, menawarkan produk yang berkualitas dan yang mampu mempunyai nilai yang lebih dari produknya, sehingga berbeda dari produk persaingan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah faktor kinerja produk mempunyai pengaruh yang kuat dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian sepeda motor matic Yamha Mio GT di Pacitan. Untuk mengetahui apakah Keistimewaan produk mempunyai pengaruh yang sangat kuat dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian sepeda motor matic Yamaha Mio GT di Pacitan. Untuk mengetahui apakah keandalan produk mempunyai pengaruh yang kuat dan signifikan seacara parsial terhadap keputusan pemebelian sepeda motor matic Yamaha Mio Soul GT di Pacitan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Hasil yang didpat dalam penelitian ini adalah Berdasarkan hasil penelitian menunjukan pada indikator variabel Keistimewaan tambahan produk dan Keandalan Produk mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Yamaha Mio GT, Dan variabel Kinerja produk sebagai variabel yang dominan yang berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Yamaha Mio GT.

Kata kunci : pembelian, faktor pengaruh, keputusan

PENDAHULUAN

Saat ini, perkembangan jumlah penduduk yang cukup pesat serta beragamnya aktivitas kerja, setiap orang memungkinkan segala aktivitas tersebut harus dilakukan dengan cepat. Agar orang dapat melakukan pekerjaan secara cepat, dibutuhkan sarana pendukung salah satunya seperti sarana transportasi.

Salah satu alat transportasi yang memudahkan aktivitas dan banyak diminati masyarakat di berbagai daerah perkotaan dan daerah pedesaan saat ini adalah sepeda motor. Sepeda motor adalah salah satu alternatif yang memudahkan masyarakat untuk bekerja sehari-hari. Akhir-akhir ini berbagai sepeda motor telah dipasarkan diseluruh indonesia serta mendapatkan respon positif dari para konsumen. Konsumen semakin teliti dalam melakukan pembelian dan menentukan suatu produk yang mereka inginkan. Dengan keadaan tersebut mendorong perusahaan agar bisa menarik konsumen, menawarkan produk yang berkualitas dan yang mampu mempunyai nilai yang lebih dari produknya, sehingga berbeda dari produk persaingan.

Kualitas produk yang menjadi salah satu pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk. Menurut Irawan (2002, 24) "kualitas produk ditentukan oleh beberapa faktor yaitu kinerja produk, keistimewaan tambahan produk, dan keandalan produk. Dengan adanya faktor-faktor kualitas produk yang baik dan terpercaya maka konsumen akan selalu mengingat produk tersebut dan akan melakukan sebuah keputusan membeli produk tersebut.

Yamaha salah satunya, yang merupakan perusahaan pemegang produk sepeda motor terbesar di Indonesia menghasilkan produk sepeda motor yang

memberikan kecepatan, keiritan, dan kenyamanan dalam berkendara sepeda motor yang lebih baik dan terdepan. Didukung pula dengan berbagai keistimewaan tambahan serta bervariasi kinerja dan keandalan dari produk sepeda motor tersebut. Produk yamaha yang dikenal sebagai motornya para kawula muda dan berinjeksi irit, karena Yamaha selalu mengeluarkan produk yang inovatif dan banyak anak-anak muda yang menyukai produk Yamaha ini dikarenakan gaul dan lebih trendi atau bervariasi motif serta tampilanya. Apa lagi sepeda motor yang saat ini menguasai pangsa pasar yaitu jenis automatic atau matic.

Jenis sepeda motor yang saat ini banyak diminati masyarakat adalah sepeda motor jenis automatic atau matic dan salah satunya yang diproduksi oleh Yamaha. Sepeda motor matic Yamaha adalah salah satu sepeda motor automatic atau disebut skutermatic yang dulunya dirancang khusus untuk wanita, tetapi sekarang diminati oleh semua kalangan. Tidak hanya diperkotaan bahkan di pedesaanpun berminat mempunyai sepeda motor jenis automatic.

Dealer dan Bengkel Resmi Yamaha Aneka Jaya Motor ini contohnya yang berada di Pacitan yang juga menjual sepeda motor kelas secuter matic dengan beberapa seri yang diproduksi oleh Yamaha. Seperti Yamaha Mio GT yang merupakan salah satu sepeda motor matic Yamaha yang saat ini menguasai pasar atau memiliki penjualan terbanyak saat ini dibanding sepeda motor matic merk Yamaha lainnya. Sepeda motor Mio GT ini merupakan produk Yamaha kelas secutermatic yang memiliki kualitas produk yang sedikit beda dan banyak diminati oleh konsumen. Dan mempunyai keandalan, keistimewaan, kinerja, dan kelemahan yang berbeda juga, sehingga diharapkan mampu mendukung dan

menjadi pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli produk perusahaan tersebut. Niat untuk melakukan pembelian dapat terbentuk dari faktor-faktor kualitas produk yang disebutkan seperti kinerja produk, keistimewaan tambahan, dan keandalan produk.

Dengan adanya faktor-faktor kualitas produk yang terpercaya maka konsumen akan selalu mengingat produk tersebut dan akan melakukan sebuah keputusan pembelian produk tersebut. Keadaan dan kondisi tersebut mengakibatkan persaingan pada jenis sepeda motor matic Yamaha mengalami peningkatan yang signifikan pada akhir-akhir ini. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah faktor kinerja, keistimewaan, keandalan, kualitas produk yang meliputi Kinerja Produk, Keistimewaan Tambahan Produk, dan Keandalan Produk mempunyai pengaruh yang sangat kuat dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian produk sepeda motor Yamaha Mio GT di Pacitan.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan waktu penelitian

Untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan maka peneliti mengadakan penelitian pada Dealer dan Bengkel Resmi YAMAHA Aneka Jaya Motor yang beralamat di Jalan Basuki Rahmat No.35 Tanjungsari Pacitan. Dan Penelitian ini dilakukan mulai bulan Februari hingga Mei tahun 2014.

Variabel Penelitian

“ Variabel adalah gejala yang menjadi obyek penelitian atau apa yang menjadi pusat perhatian suatu penelitian “, menurut Buchari, (2005:91).” Variabel

penelitian adalah suatu atribut atau sifat dari orang, obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya” menurut (Sugiyono, 2008). Dalam penelitian ini terdapat 2 variabel yang akan diteliti yaitu variabel bebas (Independen) dan variabel terikat (Dependen).

Variabel Terikat (Dependen)

Variabel ini akan menjadi perhatian utama peneliti. Variabel dependen yang digunakan dalam model penelitian akan membantu untuk mengenali hakekat masalah yang akan diteliti. Variabel terikat yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian (Y). Berikut adalah definisi operasional variabel terikat dan indikator yang akan digunakan dalam penelitian ini.

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah suatu proses dimana konsumen mengenali kebutuhannya, mencari informasi mengenai produk yang sesuai dan mengambil keputusan tentang produk mana yang akan dibeli dan digunakan. Indikator yang digunakan Menurut Kotler (2005 : 224) dan dikembangkan untuk penelitian ini adalah:

1. Pengenalan Masalah
2. Pencarian informasi
3. Evaluasi alternatif
4. Keputusan Pembelian
5. Perilaku pasca pembelian

Variabel Bebas (Independen)

Variabel bebas yang sering dilambangkan dengan (X) adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen baik secara positif maupun negatif. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kinerja

(X1), Keistimewaan Tambahan (X2), Keandalan (X3). Berikut adalah variabel bebas dan indikator yang akan digunakan dalam penelitian ini.

Kinerja Produk (X1)

Menurut Tjiptono (2001, 25), “Kinerja merupakan karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core product*) yang dibeli, misalnya kecepatan, konsumsi bahan bakar, kemudahan, dan kenyamanan pemakai”. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Kecepatan,
2. Kenyamanan,
3. Irit bahan bakar
4. Kemudahan.

Keistimewaan Tambahan Produk (X2)

Menurut Kotler dan Armstrong (2006:2730) “Fitur merupakan karakteristik atau fitur yang dimiliki atau tidak dimiliki oleh objek. Berbagai produk yang sama serupa dapat dilihat berbeda oleh konsumen dari perbandingan fitur di dalamnya, yaitu perbandingan kelengkapan fitur, kecanggihan fitur, atau keistimewaan yang ditonjolkan dari satu fitur di suatu produk dibandingkan dengan produk lain” .

Indikator dalam penelitian ini adalah :

1. Kecanggihan
2. keistimewaan
3. kelengkapan

Keandalan Produk (X3)

Menurut Tjiptono (2001, 25), Keandalan adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan. Indikator yang digunakan

dalam penelitian ini adalah :

1. Keawetan mesin
2. Keandalan mesin

Identifikasi Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel bebas (X), yaitu Kinerja Produk (X1) : Kecepatan, Kenyamanan, Irit bahan bakar, kemudahan. Keistimewaan Tambahan (X2) : kecanggihan, keistimewaan, kelengkapan Keandalan (X3): Keawetan mesin, Keandalan mesin
2. Variabel terikat (Y) yaitu Keputusan Pembelian

Populasi dan Sampel

Menurut Husein Umar (2002:136) pengertian populasi adalah : “Populasi diartikan sebagai kumpulan elemen yang mempunyai karakteristik tertentu yang sama dan mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel “

“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/ subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya “ (Sugiyono,2009:80).

Populasi dalam penelitian ini adalah orang yang pernah menjadi konsumen di Dealer Yamaha Aneka Jaya Motor Pacitan.

“Sampel adalah sebagian dari populasi yang dianggap mewakili keseluruhan subyek penelitian” menurut (Sugiyono,2009:61), adapun pengertian sampel menurut Husein Umar (2002:136) adalah : “sampel adalah bagian dari populasi “.

Untuk menghitung sampel yang dibutuhkan dapat ditentukan dengan rumus SLOVIN yang dikemukakan oleh Husein Umar (2002:141).

Rumus :

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

Dimana :

n = ukuran sampel

N= ukuran populasi

e = Persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan.

Penulis menggunakan 10%

$$n = \frac{474}{(1 + 474 \cdot 0,1^2)}$$

$$n = 99,78$$

Dibulatkan menjadi 100

Dengan batas kelonggaran karena ketidak telitian sebesar 10%, oleh karena itu dalam penelitian ini akan diambil sampel sebesar 100 orang atau responden yang seluruhnya berada di Pacitan.

Teknik yang digunakan dalam penelitian adalah teknik *Probability Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono 2009:82). Sedangkan untuk teknik pengambilan sampel menggunakan metode *acidental sampling* adalah mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel.

1. Konsumen yang pernah membeli sepeda motor Yamaha Mio GT di Dealer Yamaha Aneka Jaya Pacitan
2. Konsumen dinilai cukup dewasa untuk diwawancarai dan mengisi kuesioner (17 tahun keatas).

Jenis dan Sumber Data

Jenis Data

1. Data kualitatif yaitu data yang diperoleh berupa keterangan-keterangan yang mendukung penelitian ini, seperti gambaran umum perusahaan
2. Data Kuantitatif yaitu data ordinal yang diperoleh dari hasil kuesioner yang diterjemahkan dengan menggunakan skala likert

Sumber Data

1. Data Primer, yaitu data yang langsung dan segera diperoleh dari sumber data oleh peneliti untuk tujuan yang khusus dan diperoleh melalui penelitian dilapangan baik melalui responden maupun hasil pengamatan.
2. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dari hasil bacaan dari buku-buku, majalah, makalah, dan maupun kepustakaan lain yang ada hubungannya dengan permasalahan yang dihadapi.
3. Pengumpulan Data diambil dari data kuesioner yaitu metode pengambilan data dengan cara menyebarkan daftar pernyataan kepada responden atau sampel.

Pengukuran Variabel

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Menurut sugiyono (2009:86) mengatakan bahwa "skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial". Dalam penelitian ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti selanjutnya disebut variabel penelitian. Skala pengukuran yang dipergunakan adalah skala likert, Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut

dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan dan pertanyaan. Maka dari itu, pilihan jawaban yang tersedia diberikan nilai sebagai berikut :

Tabel 3.7.1
Keterangan Skala Likert

Pilihan Jawaban	Skala
Sangat setuju	5
Cukup setuju	4
Setuju	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner, yaitu mengambil data dengan pertanyaan yang diajukan kepada responden.

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2000:56) menyatakan "Validitas adalah alat ukur yang digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur". Sebuah alat ukur dinyatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Tinggi rendahnya alat ukur menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud. Mengukur validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel menggunakan aplikasi computer SPSS.

Menurut Sugiyono, (2009:57) "pada penelitian serta uji validitas suatu variabel yang dinyatakan valid jika r hasil positif, atau r hasil $> r$ table"

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono, (2009:59) menyatakan "reliabel berarti alat ukur yang bila beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama". Sedangkan menurut Nasir, (2007:42) dalam menyatakan "reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu alat ukur dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul karena alat ukur tersebut sudah baik". Menurut Sugiyono, (2009:60) "dengan alat uji reliabilitas suatu variabel dikatakan reliable jika α positif, atau r $\alpha > r$ tabel". Menurut Arikunto (2002:154), "reabilitas menunjukkan pada satu pengertian bahwa suatu instrumen dapat dipercaya untuk dapat digunakan sebagai alat data karena instrumen tersebut sudah baik". Suatu instrumen dapat dikatakan andal atau reliabel apabila memiliki koefisien kendala atau *cronbach alpha* lebih dari atau sama dengan 0,6.

3. Analisis Kualitatif

Analisis kualitatif yaitu analisis data yang tidak memerlukan pengujian secara sistematis dan statistik tetapi berdasarkan pendapat dan pikiran yang diperoleh dari hasil jawaban-jawaban responden atas beberapa pertanyaan yang diberikan serta untuk membantu analisis kuantitatifnya.

4. Analisis Kuantitatif

Analisis Kuantitatif yaitu suatu analisis data yang diperlukan terhadap data yang diperoleh dari hasil responden yang diberikan, kemudian dilakukan analisa berdasarkan metode statistik dengan alat bantu program SPSS tersebut diklasifikasikan ke dalam kategori tertentu dengan menggunakan tabel untuk mempermudah dalam menganalisa. Analisa kuantitatif terdiri dari beberapa tahapan :

- a. Editing yaitu proses yang dilakukan setelah data terkumpul untuk melihat apakah jawaban-jawaban pada questionare telah terisi semua atau belum.
- b. Skoring yaitu pemberian nilai (skor) terhadap jawaban responden yang masuk, untuk memperoleh data kuantitatif yang diperlukan dalam pengujian hipotesa. Dan setiap kategori jawaban diberi skor sesuai dengan informasi yang ditentukan terhadap masalah penelitian, yaitu: skor tertinggi untuk kategori
- c. Tabulasi yaitu pengelompokkan atas jawaban-jawaban dengan teliti dan teratur kemudian dihitung dan dijumlah sampai terwujudkan dalam bentuk tabel yang berguna dan berdasarkan tabel ini pula akan dapat dipakai untuk membuat cross data tabel untuk mendapatkan pengaruh antara variabel-variabel yang ada.

Teknik Analisa data

Teknik Analisis regresi linier berganda

Menurut Algifari (2000: 134) "Analisis Regresi bertujuan untuk menentukan persamaan regresi yang baik yang dapat digunakan untuk menaksir nilai variabel dependen". Analisis regresi linier digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh antara variabel bebas kinerja produk (X1), keistimewaan tambahan (X2), keandalan (X3) terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y), serta perhitungannya dengan menggunakan program IBM-SPSS (IBM-Statistical Package for Service Solution) version 12.0 .

Rumus :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Dimana :

- Y : Variabel terikat (Keputusan pembelian)
- a : Konstanta
- b₁, b₂, b₃ : Koefisien regresi variabel bebas
- X₁ : kinerja produk
- X₂ : Keistimewaan tambahan
- X₃ : keandalan

Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh signifikan secara parsial variabel bebas yang terdiri dari X₁, X₂ dan X₃ terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y) .

$$T_{hitung} = \frac{b}{S_b}$$

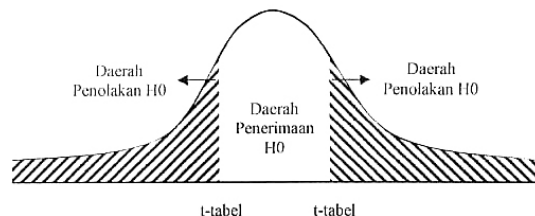
Dimana

- b : Koefisien regresi
- S_b : Standart Deviasi

Dalam hal regresi diuji dengan taraf signifikan 95% (α = 0,05) Hipotesa yang digunakan adalah :

H₀ : b = 0, berarti tidak ada pengaruh secara parsial yang signifikan antara variabel yang terdiri dari X₁, X₂ dan X₃ terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y).

H_a : b ≠ 0, berarti ada pengaruh secara parsial yang signifikan antara variabel yang terdiri dari X₁, X₂ dan X₃ terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y).



Gambar 3.9.2.1
Daerah Penerimaan dan Penolakan H₀ uji t

Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh signifikan variabel bebas yang terdiri dari variabel X₁, X₂, X₃ secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian (Y) .

Rumus :

$$F_{hitung} = \frac{R^2/k-1}{(1-R^2)/(n-k)}$$

Dimana :

F : F_{hitung}, selanjutnya dibandingkan dengan F_{tabel}

R² : Koefisien determinan

k : Jumlah variabel

n : Jumlah responden .

Dalam hal regresi diuji dengan taraf signifikan 95% (α = 0,05) Hipotesa yang digunakan adalah :

H₀ : b = 0, berarti tidak ada pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel yang terdiri dari variabel X₁, X₂ dan X₃ terhadap variabel terikat yaitu Keputusan pembelian (Y).

H_a : b ≠ 0, berarti ada pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel yang terdiri dari variabel X₁, X₂ dan X₃ terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y).

Kriteria penolakan hipotesis sebagai berikut :

$F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H₀ ditolak dan H_a diterima. Berarti ada pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel yang terdiri dari variabel X₁, X₂ dan X₃, terhadap variabel terikat yaitu Keputusan pembelian (Y).

$F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H₀ diterima dan H_a ditolak. Berarti tidak ada pengaruh yang signifikan secara simultan antara

variabel yang terdiri dari variabel X₁, X₂ dan X₃ terhadap variabel terikat yaitu Keputusan pembelian (Y).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan terhadap pelanggan di Dealer Resmi Aneka Jaya Motor Pacitan, yang berkaitan dengan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio GT di Pacitan tersebut. Guna memperjelas gambaran mengenai keberadaan Dealer Resmi Aneka Jaya Motor maka berikut akan dikemukakan data singkat mengenai Dealer Resmi Aneka Jaya Motor Pacitan, dealer ini berada di Jalan Basuki Rahmat No.35 Tanjungsari Pacitan. Hingga saat ini Dealer tersebut sudah memiliki 2 cabang di kabupaten Pacitan. Pada saat ini Dealer dan Bengkel Resmi Aneka Jaya Motor Pacitan memiliki 35 karyawan, di mana dealer ini buka mulai pukul 08.00 s/d pukul 16.30 WIB

Sebagai salah satu dealer dan bengkel resmi di kabupaten Pacitan, maka keberadaannya saat ini sudah menjadi tujuan konsumen yang tinggal di kabupaten Pacitan dalam membeli sepeda motor.

Deskripsi Responden

Penelitian ini dilakukan terhadap pelanggan Dealer dan Bengkel Resmi Aneka Jaya Motor Pacitan, di mana data pelanggan yang diperoleh dari manajemen terhadap pembelian Sepeda Motor Matic Yamaha Mio GT akan ditabulasikan sebagai berikut :

Tabel 4.2.1
Data Penjualan di Dealer dan Bengkel Resmi Aneka Jaya Motor Pacitan Periode tahun 2012 - 2014 (Dalam Unit)

No	Tahun	Mio GT
1	2012	263
2	2013	271
3	2014	284
Rata-rata/tahun		273
Rata-rata/bulan		68

Sumber: data sekunder dari Dealer dan Bengkel Resmi Aneka Jaya Motor Pacitan. 2014 dan diolah oleh peneliti

Berdasarkan data tabel tersebut di atas, diketahui bahwasannya penjualan sepeda motor Matic Yamaha Mio GT rata-rata per bulan sepanjang periode tahun 2012 s/d 2014 adalah sebesar 20 unit.

Gambaran identitas responden akan memberikan deskripsi mengenai keadaan diri responden yang dalam hal ini adalah konsumen Sepeda motor Matic Yamaha Mio GT di Pacitan. Selanjutnya identitas responden ini akan memberikan karakteristik konsumen. Data identitas responden yang akan digambarkan melalui jenis kelamin, dan umur. Tabel-Tabel berikut ini akan menunjukkan proporsi responden berdasarkan karakteristik-karakteristik tersebut diatas.

Tabel 4.2.2
Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	%
Laki-laki	45	45
Wanita	55	55
Jumlah	100	100,00

Sumber : Data Primer dari Dealer dan Bengkel Resmi Aneka Jaya Motor Pacitan. 2014 dan diolah oleh peneliti

Berdasarkan Tabel 4.2.2 dapat diketahui sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan yaitu sebagian besar 55 responden atau (55%) dan sebagian kecil berjenis kelamin laki-laki yaitu 45 responden atau (45%). Hal ini menandakan bahwa wanita lebih banyak menjadi konsumen Sepeda motor matic Yamaha Mio GT di Pacitan dibanding laki-laki. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa konsumen Sepeda motor Matic Yamaha Mio GT di Pacitan sebagian besar berjenis kelamin wanita.

Data identitas responden berdasarkan umur pada konsumen Sepeda motor Yamaha Mio GT di Pacitan dapat dilihat pada tabel 4.2.3 dibawah ini

Tabel 4.2.3
Identitas Responden Berdasarkan Umur

U m u r	Jumlah	%
25-35 Tahun	50	50
36-45 Tahun	32	32
46-55 Tahun	17	17
Jumlah	100	100,00

Sumber : Data Primer dari Dealer dan Bengkel Resmi Aneka Jaya Motor Pacitan dan diolah oleh peneliti

Berdasarkan Tabel 4.2.3 dapat diketahui sebagian besar responden berumur 56-35 tahun, yaitu sebesar 50 responden (50%) dan sebagian kecil berumur 46-55 tahun keatas yaitu sebesar 17 responden (17%). Hal ini mengindikasikan para konsumen yang berumur 25-35 tahun umumnya mempunyai tingkat konsumsi yang tinggi.

Tabel 4.2.4
Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah	%
Pekerja Swasta	40	40
Petani	35	35
Nelayan	25	25
Jumlah	100	100,00

Sumber : Data primer dari Dealer dan Bengkel Resmi Aneka Jaya Motor Pacitan.2014 dan diolah oleh peneliti

Berdasarkan Tabel 4.2.4 dapat diketahui sebagian besar responden yang bekerja sebagai Pekerja Swasta berjumlah 40 responden atau 40%, sebagai Petani 35 atau 35%, dan Nelayan 25 atau 25%. Hal ini menandakan bahwa Pekerja Swasta lebih banyak menjadi konsumen Sepeda motor matic Yamaha Mio GT pada Dealer Dan Bengkel Resmi Aneka Jaya Motor Pacitan dibanding laki-laki.

Tabel 4.2.5
Identitas Responden Berdasarkan Jumlah Pendapatan Perbulan

Penghasilan	jumlah	%
Rp1.000,000,- Rp 1.500,000	73	73%
Rp 1.600,000 – Rp 2.000,000	27	27%
jumlah	100	100,00

Sumber : Data primer dari Dealer dan Bengkel Resmi Aneka Jaya Motor Pacitan.2014 dan dilah oleh peneliti

Berdasarkan Tabel 4.2.5 dapat diketahui besar pendapatan responden perbulan dari Rp 1.000,000,- Rp 1.500,000 adalah 73 atau 73% dan yang berpenghasilan dari Rp.1.600,000- Rp 2.000,000 adalah 27 atau 27%. Hal ini menandakan bahwa yang berpenghasilan perbulan sebesar Rp 1.000,000- Rp 1.500,000 lebih banyak menjadi konsumen Sepeda Motor Matic Yamaha Mio GT di Pacitan.

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas

Tabel 4.3.1.1
Hasil Uji Validitas Variabel Kinerja Produk (X₁)

Item	Koefisien Korelasi	Nilai Kritis	Keterangan
X _{1,1}	0,818	0,275	Valid
X _{1,2}	0,743	0,275	Valid
X _{1,3}	0,714	0,275	Valid
X _{1,4}	0,793	0,275	Valid
X _{1,5}	0,709	0,275	Valid

Sumber : Data Primer Tahun 2014

Tabel 4.3.1.2
Hasil Uji Validitas Variabel Layanan (X₂)

Item	Koefisien Korelasi	Nilai Kritis	Nilai Kritis
X _{2,1}	0,775	0,275	Valid
X _{2,2}	0,819	0,275	Valid
X _{2,3}	0,741	0,275	Valid
X _{2,4}	0,739	0,275	Valid
X _{2,5}	0,672	0,275	Valid

Sumber : Data Primer Tahun 2014

Tabel 4.3.1.3
Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X₃)

Item	Koefisien Korelasi	Nilai Kritis	Keterangan
X _{3,2}	0,792	0,275	Valid
X _{3,2}	0,717	0,275	Valid
X _{3,3}	0,769	0,275	Valid
X _{3,4}	0,755	0,275	Valid
X _{3,5}	0,655	0,275	Valid

Sumber : Data Primer Tahun 2014

Tabel 4.3.1.4
Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan (Y)

Item	Koefisien Korelasi	Nilai Kritis	Keterangan
Y ₁	0,765	0,275	Valid
Y ₂	0,676	0,275	Valid
Y ₃	0,581	0,275	Valid
Y ₄	0,667	0,275	Valid
Y ₅	0,630	0,275	Valid
Y ₆	0,691	0,275	Valid
Y ₇	0,687	0,275	Valid
Y ₈	0,677	0,275	Valid
Y ₉	0,452	0,275	Valid
Y ₁₀	0,576	0,275	Valid

Sumber: Data Primer Tahun 2014

Dari hasil uji validitas instrumen semua variabel didapatkan r hitung > r tabel. Jadi seluruh butir pertanyaan dari variabel bebas maupun variabel terikat terbukti valid.

Uji Reliabilitas

Dari pengolahan data yang telah diolah penulis didapatkan hasil realibilitas sebagai berikut :

**Tabel 4.3.2.1
Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Alpha	Keterangan
X ₁	0,811	Reliabel
X ₂	0,804	Reliabel
X ₃	0,782	Reliabel
Y	0,846	Reliabel

Sumber: Data Primer Tahun 2014.

Keterangan dari tabel tersebut di atas adalah sebagai berikut:

1. Variabel Kinerja Produk (X₁) dengan nilai alpha 0,811 lebih besar dari 0,60. Jadi variabel Kinerja Produk terbukti reliabel.
2. Variabel Keistimewaan Tambahan Produk (X₂) dengan nilai alpha 0,804 lebih besar dari 0,06. Jadi variabel

Keistimewaan Tambahan Produk terbukti reliabel.

3. Variabel Keandalan Produk (X₃) dengan nilai alpha 0,782 lebih besar dari 0,06. Jadi variabel Layanan terbukti reliabel.
4. Variabel produktivitas Kepuasan(Y) dengan nilai alpha 0,846 lebih besar dari 0,06. Jadi variabel produktivitas Kepuasan terbukti reliabel.

Analisis dan Uji Hipotesis

Data-data yang diperoleh dari jawaban responden kemudian diolah dengan bantuan SPSS 12,0 didapatkan hasil sebagai berikut :

Analisis Regresi Linier Berganda

Dari pengolahan data yang dilakukan penulis mendapatkan hasil sebagai berikut :

Dari table 4.4.1.1 analisis regresi berganda secara keseluruhan hasil perhitungan di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

$$Y = 0,903 + 0,409X_1 + 0,141X_2 + 0,222X_3$$

1. Jika X₁ berubah dengan satu satuan, maka Y akan berubah sebesar 0,409 satuan dengan anggapan X₂ dan X₃

**Tabel 4.4.1.1
Hasil Analisis Regresi Berganda**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.903	.389		2.317	.023
	Kinerja Produk	.409	.075	.448	5.450	.000
	Keistimewaan Produk	.141	.064	.178	2.201	.030
	Kehandalan Produk	.222	.069	.265	3.215	.002

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

tetap, artinya semakin baik Kualitas yang dilakukan perusahaan, maka produktivitas Kepuasansemakin meningkat serta menganggap variabel lain tetap/konstan.

2. Jika X_2 berubah dengan satu satuan, maka \bar{Y} akan berubah sebesar 0,141 satuan dengan anggapan X_1 dan X_3 tetap, artinya semakin baik Layanan yang dilakukan perusahaan, maka Kepuasansemakin meningkat serta menganggap variabel lain tetap/konstan.
3. Jika X_3 berubah dengan satu satuan, maka \bar{Y} akan berubah sebesar 0,222 satuan dengan anggapan X_1 & X_2 tetap, artinya semakin baik Harga yang dilakukan perusahaan, maka Kepuasansemakin meningkat serta menganggap variabel lain tetap/konstan.

Koefisien Determinasi (R^2) dan Koefisien Korelasi Ganda

Tabel 4.4.2.1
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
dimension0 1	.628 ^a	.395	.376	.35935

Sumber : Data Primer 2014

1. Dari hasil Adjusted R Square = 0,376 dapat dikatakan bahwa perubahan variabel terikat (Y) sebesar 37,6% terhadap variabel X_1 , X_2 dan X_3 sebagian sisanya 62,4% disebabkan oleh faktor lain yang tidak terdapat dalam model.
2. R Square = 0,395, artinya variasi dalam variabel bebas X_1 dan X_2 mampu menjelaskan variabel terikat Y sebesar 39,5 %.
3. R = 0,628, artinya sangat kuatnya hubungan antara variabel bebas X_1 , X_2 dan X_3 secara bersama-sama terhadap

variabel terikat Y yaitu sebesar 62,8% sehingga dapat dikatakan hubungan variabel X_1 , X_2 dan X_3 terhadap Y adalah sangat kuat.

Untuk membuktikan hipotesis penelitian benar atau salah maka diuji dengan uji F dan uji t.

1. Uji F

Dari pengolahan data yang dilakukan penulis mendapatkan hasil uji F sebagai berikut :

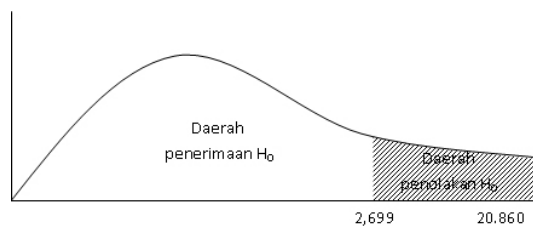
Tabel 4.4.2.2
Uji secara Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	Df	Me a n Square	F	Sig.
1 Regression	8.081	3	2.694	20.860	.000 ^a
Residual	12.397	96	.126		
Total	20.478	99			

Sumber: Data Primer Tahun 2014

Dari data diperoleh $F_{hitung} = 20.860$
DF atas = 3, DF bawah = 96, didapat $F_{tabel} = 2,699$
 $\alpha = 0,05$

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima
Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak



Sumber : Data Primer Tahun 2013

Gambar 4.4.2.1
Daerah Kritis Kurva Distribusi Uji F

Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $20.860 > 2,699$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya variabel bebas Kinerja produk (X_1), Keistimewaan tambahan produk (X_2) dan keandalan produk (X_3) secara simultan mempunyai pengaruh yang nyata terhadap variabel terikat

Keputusan pembelian (Y) Sepeda Motor Matic Yamaha Mio GT di Pacitan. Dengan demikian hipotesis penelitian terbukti.

2. Uji t

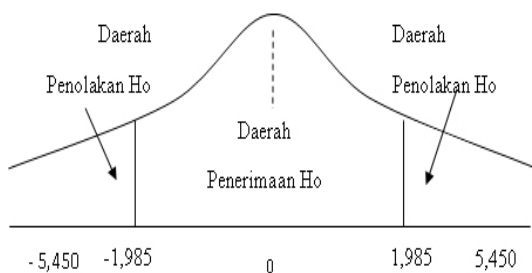
Uji t tujuannya untuk mengetahui ada atau tidak ada pengaruh antara variabel bebas (X) secara parsial terhadap variabel terikat (Y).

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima.

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak.

Hipotesis penelitian :

- a. Kinerja Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian
 Dari tabel didapatkan $t_{hitung} = 5,450$ dan $t_{tabel} = 1,985$



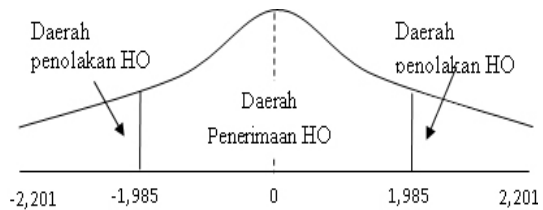
Sumber : Data Primer Tahun 2013

Gambar 4.4.2.2

Daerah Kritis Kurva Distribusi t (Kinerja Produk)

Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $5,450 > 1,985$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berarti ada pengaruh yang nyata secara parsial antara variabel Kinerja Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Yamaha Mio GT di Pacitan. Dengan demikian hipotesis penelitian terbukti.

- b. Keistimewaan tambahan produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian
 Dari tabel didapatkan $t_{hitung} = 2,201$ dan $t_{tabel} = 1,985$



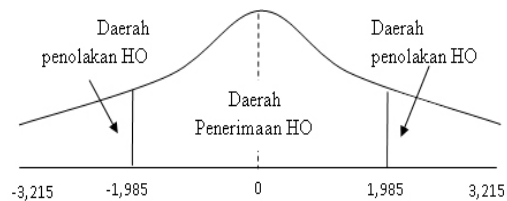
Sumber : Data Primer Tahun 2013

Gambar 4.4.2.3

Daerah Kritis Kurva Distribusi t (Keistimewaan tambahan produk)

Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,201 > 1,985$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berarti ada pengaruh yang nyata secara parsial antara variabel keandalan produk terhadap Keputusan pembelian Sepeda Motor Matic Yamaha Mio GT di Pacitan. Dengan demikian hipotesis penelitian terbukti.

- c. Keandalan produk berpengaruh terhadap Keputusan pembelian
 Dari tabel didapatkan $t_{hitung} = 3,215$ dan $t_{tabel} = 1,985$



Sumber : Data Primer Tahun 2013

Gambar 4.4.2.4

Daerah Kritis Kurva Distribusi t (Keandalan produk)

Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,215 > 1,985$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berarti ada pengaruh yang nyata secara parsial antara variabel Keandalan produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Yamaha Mio GT di Pacitan. Dengan demikian hipotesis penelitian terbukti.

Pembahasan Hasil Penelitian

Dari pembahasan yang telah dilakukan oleh penulis telah didapatkan bahwa hasil analisis sebagai berikut :

1. $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $5,450 > 1,985$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, berarti terdapat pengaruh yang nyata secara parsial antara variabel Kinerja Produk terhadap Keputusan pembelian Sepeda Motor Matic Yamaha Mio GT di Pacitan. Hal ini seperti yang dikemukakan Tjiptono (2001, 25), "Kinerja merupakan karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core product*) yang dibeli, misalnya kecepatan, konsumsi bahan bakar, kemudahan, dan kenyamanan pemakai". ini merupakan yang paling dasar dan berhubungan dengan fungsi utama dari suatu produk, yang mempunyai arti seberapa baik suatu produk melakukan apa yang harus dilakukan,
2. $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,201 > 1,985$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, berarti terdapat pengaruh yang nyata secara parsial antara variabel Keistimewaan tambahan produk terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Matic Yamaha Mio GT di Pacitan. Hal ini didukung oleh para ahli dalam pengertian Menurut Fandi Tjiptono (2001:25) mengatakan" bahwa fitur adalah unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan unsur pengambilan keputusan. Fitur produk dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli suatu produk, karena fitur produk melekat erat pada suatu produk dan seringkali digunakan oleh konsumen sebagai dasar dan pertimbangan untuk memutuskan membeli atau tidak suatu barang atau jasa yang ditawarkan".

3. $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,215 > 1,985$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, berarti terdapat pengaruh yang nyata secara parsial antara variabel Keandalan produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Yamaha Mio GT di Pacitan. Hal ini didukung oleh para ahli dalam pengertian Keandalan produk seperti menurut. Menurut Tjiptono (2001, 25), Keandalan adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan
4. $R = 0,849$ (84,9 %) artinya terdapat hubungan yang kuat antara variabel X_1 , X_2 , dan X_3 secara bersama-sama. hal ini seperti yang telah dibahas oleh Sudjana (2001:95) hubungan yang kuat antara variabel bebas berpengaruh dalam variabel terikat.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut :

1. Kinerja Produk Sepeda motor Matic Yamaha Mio GT di Pacitan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen dalam pemilihan membeli Sepeda motor matic Yamaha Mio GT.
2. Keistimewaan Tambahan Sepeda Motor Matic Yamaha Mio GT di Pacitan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dalam pemilihan membeli Sepeda motor Matic Yamaha Mio GT.

3. Keandalan Sepeda Motor Matic Yamaha Mio GT di Pacitan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dalam pemilihan membeli Sepeda motor Matic Yamaha Mio GT.
4. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan pada indikator variabel Keistimewaan tambahan produk dan Keandalan Produk mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Yamaha Mio GT, Dan variabel Kinerja produk sebagai variabel yang dominan yang berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Yamaha Mio GT.

Saran

1. Untuk meningkatkan Keputusan pembelian Sepeda Motor Matic Yamaha Mio GT dan berdasarkan hasil penelitian menunjukkan pada indikator variabel Keistimewaan tambahan produk dan Keandalan Produk mempunyai pengaruh terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Yamaha Mio GT, Dan variabel Kinerja produk sebagai variabel yang dominan yang berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Yamaha Mio GT, sebaiknya pihak YIMM (*Yamaha Indonesia Motor Manufacturing*) tetap menjaga Kinerja Produk, Keistimewaan Tambahan Produk dan Keandalan Produk dari Sepeda Motor Matic Yamaha Mio GT yang sudah nyata dan terbukti ini.
2. Untuk meningkatkan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Yamaha Mio GT dan berdasarkan hasil penelitian menunjukkan variabel Keistimewaan Tambahan Produk dan Keandalan Produk merupakan variabel

bebas yang masih berpeluang untuk ditingkatkan, karena berdasarkan penelitian variabel tersebut memiliki pengaruh cukup baik namun belum menjadi pilihan dominan terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matic Yamaha Mio GT.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhitya Pradana, 2010, *Analisis pengaruh harga, kualitas produk, desain produk dan promosi terhadap keputusan pembelian mobil toyota*, Skripsi Tidak Dipublikasikan, Undip, Semarang.
- Angipora, Marius. 2002. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi Kedua. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Daryanto. 2011. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Cetakan satu. Bandung; Satu Nusa.
- Danang Sunyoto, Drs. S.H., S.E., M.M. 2013. *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana Untuk Mengenali Konsumen)*. Cetakan Satu. Yogyakarta: CAPS.
- Husein Umar, 2003. *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip dan Gary, Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa Imam Nurmawan Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Alih bahasa Benyamin Molan. Edisi kedua belas. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid II. Edisi Kesebelas. Alih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta. : Indeks .
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

- MadeNovandri SN,2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk,Harga, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada Harpindo Jaya Cabang Ngaliyan*, Skripsi Tidak Dipublikasikan, Undip, Semarang.
- Nembah F.Hartimbul Ginting.2011. *Manajemen Pemasaran* . Cetakan Satu. Bandung: Yrama Widya .
- Orville C. Walker, Boyd. Harper W, Larreche, Jean Claude.2005. *Manajemen Pemasaran suatu Pendekatan strategis Dengan Orientasi Global*. Jakarta:Erlangga.
- Philip Kotler,Kevin Lane Keller.2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Ketigabelas. Erlangga.
- Ririn Tri Ratnasari, Mastuti Aksa.2011. *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*. Cetakan satu. Bogor; Penerbit Ghalia Indonesia.
- Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan keduabelas, Alfabeta: Bandung.
- Sugiyono,2009. *Metode Riset Pemasaran dalam Bisnis*, Cetakan Ke VIII, Bandung, CV. Alfabeta.
- Simamora, 2002. B. *Panduan Riset Perilaku Konsumen* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Tjiptono, Fandy.2001.*Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Cetakan Keenam. Yogyakarta: Penerbit. Andy.
- Tjiptono, Fandy.2006.*Manajemen Jasa*. Edisi Keempat. Andi. Yogyakarta.
- Umar, Husein.2002. *Metode Riset Bisnis*, Jakarta: Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama.