ARTIKEL

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA,PROMOSI DAN LAYANAN PURNA JUAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR PT.CENTRO BIKE KEDIRI

Oleh:

WASIS ROHMADI

13.1.02.02.0584

Dibimbing oleh :

1. Bambang Agus Sumatri., S.IP.,M.M.
2. Basthoumi Muslih. S.Pd., M.M.

MANAJEMEN

EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2017

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap	: WASIS ROHMADI
NPM	: 13.1.02.02.0584
Telepun/HP	: 082140837647
Alamat Surel (Email)	: wasisrohmadi9@gmail.com
Judul Artikel	: PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA,PROMOSI DAN LAYANAN PURNA JUAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR PT.CENTRO BIKE KEDIRI
Fakultas – Program Studi	: EKONOMI - MANAJEMEN
Nama Perguruan Tinggi	: UNP KEDIRI
Alamat Perguruan Tinggi	: Jln. K.H Achmad dahlan, 76 kediri

Dengan ini menyatakan bahwa :

a. artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarisme;

b. artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri, 10 Agustus 2017
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Bambang Agus Sumantri.S.IP.,M.M. NIDN.073008801	Basthoumi muslih,S.Pd.M.M NIDN.0701018607	Wasis Rohmadi NPM.13.1.02.02.0584

JUDUL : PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI, DAN LANAYAN PURNAJUAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR PT CENTRO BIKE KEDIRI, PROGRAM SETUDI MANAJEMEN, FAKULTAS EKONOMI, UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI, 2017.

WASIS ROHMADI
NPM : 13.1.02.02.0584
EKONOMI - MANAJEMEN
Email wasisrohmadi9@gmail.com
Nama Dosen Pembimbing 1: Bambang Agus Sumantri, S.IP., M.M.
Nama Dosen Pembimbing 2: Basthoumi Muslih, S.Pd, M.M.
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

WASIS ROHMADI. NPM: 13.1.02.02.0584, PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI, DAN LANAYAN PURNAJUAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR PT CENTRO BIKE KEDIRI, PROGRAM SETUDI MANAJEMEN, FAKULTAS EKONOMI, UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI, 2017.

Pangsa pasar sepeda motor Kawasaki di Indonesia mengalami penurunan. Bahkan posisi teratas dalam hal penjualan motor telah selama bertahun-tahun yang diselenggarakan oleh Kawasaki baru-baru ini tergeser oleh yamaha.salah satu penyebab yang mempengaruhi penuruna pangsa pasar sepeda motor Kawasaki adalah penurunan minat beli konsumen yang menjari pelnggan sepeda motor Kawasaki untuk melakukan pembelian lagi. Selain itu, konsumen sepeda motor baru jiga kurang tertarik untuk membeli sepeda motor Kawasaki. Hal ini dapat di pengaruhi oleh faktor-faktor yang promosi kurang efektif, harga lebih mahal dari harga yang ditawarkan oleh kompotitor lain, produk-prduk berkualitas masih banyak kekurangan dan juga layanan purna jual yang gagal untuk memberikan kepuasaan kepada pelanggang merupakan faktor penting yang harus diperhatikan oleh produsen Kawasaki.

Penelitian ini menggunakan analisi regresi berganda dengan SPSS. Untuk mendapatkan estimasi yang baik dan interprestasi penelitian ini, sempel yang ditentukan oleh 95 responden yang melakukan serfis didealer Kawasaki Centro Bike kediri. Tehnik sempling yang digunankan penelitian ini adalah dengan menggunakan simpel randem sempling.

Hasil penelitian membuktikan bahwa ketiga Variabel independen adalah kualitas prduk, harga, dan layanan purna jual memiliki pengaruh positif dan siknifikan terharap Variabel divenden adalah keputusan pembelian sepeda motor Kawasaki. Sementara satu variabel independen adalah promosi tidak memlikiki efek yang signifikan untuk responden dalan menentukan keputusan untuk membeli sepeda motor Kawasaki.

Hasil tes regresi linear berganda menunjukkan bahwa semua variabel independen (kualitas produk, harga, produk, dan layanan purna jual) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Itu pengaruh positif terbesar terharap keputusan pembelian sepeda motor Kawasaki di dealer Kawasaki Centro Bike Kediri adalah pada variabel layanan purna jual dengan koefisien 0,447, diikuti oleh tingkat variabel harga dengan koefisien 0,389, kemudian variabel promosi dengan koefisien 0,287, sedangkan variabel kualitas produk yang paling berpengaruh rendah dengan koesisien dari 0,182.

KATA KUNCI : *Kualitas produk, harga, promosi, layanan purna jual dan kepuasan pembelian.*

LATAR BELAKANG

Persaingan di dunia perdagangan saat ini terkategori sangat ketat. Apalagi dengan adanya globalisasi yang menyebabkan munculnya perdagangan bebas yang membuat dunia seolah tanpa batas. Banyak produsen barang dan jasa dari suatu negara yang bersaing dengan produsen di negara lain untuk menarik minat konsumen di dalam perdagangan internasional.

Untuk menarik minat konsumen membeli produk yang ditawarkan, maka dibutuhkan adanya kualitas produk yang bermutu, harga yang kompetitif dibandingkan harga yang ditawarkan pesaing, promosi yang efektif dan juga layanan purna jual yang mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan. Menariknya promosi yang ditawarkan akan mempengaruhi minat konsumen untuk mencoba mengkonsumsi suatu produk. Dengan demikian, produsen akan terus berpacu untuk membuat iklan dan promosi yang menarik agar dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli produknya.

Setelah melihat adanya promosi yang menarik, maka dengan sendirinya konsumen akan mencoba membandingkan harga yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut dibandingkan dengan harga yang ditawarkan oleh pesaing. Hal yang kemudian diperhatikan oleh konsumen setelah mengetahui secara spesifik suatu produk adalah bagaimana kualitas dari produk yang dibeli setelah mencoba produk tersebut. Setelah membeli produk tersebut maka konsumen dapat merasakan pelayanan purna jual yang diberikan oleh perusahaan. Strategi pemasaran itu sendiri terdiri atas elemen yang biasanya disebut dengan empat bauran pemasaran (*marketing mix*) yang meliputi *product, price, promotion* dan *place*. Strategi tersebut sangat memungkinkan untuk mempengaruhi keputusan membeli.

Dari keempat bauran pemasaran tersebut yang saat ini akan dibicarakan adalah tentang kualtias produk, harga, promosi dan juga layanan purna jual. Kualitas produk adalah manfaat yang dirasakan oleh konsumen setelah mengkonsumsi produk tersebut. Harga yang kompetitif akan mempengaruhi konsumen untuk memilih produk tersebut dibandingkan produk yang ada di pasaran lainnya. Sedangkan promosi merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan dengan tujuan utama meningkatkan volume penjualan.

Kemudian layanan purna jual adalah pelayanan yang diberikan perusahaan sebagai tanggung jawab atas produk yang telah dijual. Apabila suatu perusahaan akan mengeluarkan produk maka sebaiknya harus disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan demikian, produk tersebut dapat bersaing di pasaran sehingga menjadikan konsumen memiliki

banyak alternatif pilihan produk sebelum mengambil keputusan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan di pasaran.

Untuk industri otomotif sendiri akhir-akhir ini sedang mengalami peningkatan penjualan yang luar biasa. Menurut data dari Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) realisasi penjualan sepeda motor di Indonesia sepanjang 2017 menembus 473,896 unit, dibandingkan dengan tahun sebelumnya yakni 823,255 unit. Pencapaian pasar sepeda motor yang hampir menembus 12.960.512 unit pada tahun lalu melampaui rekor tertinggi penjualan kendaraan roda dua yang dicapai pada 2015 yaitu 6,2 juta unit.

Indonesia adalah pasar yang sangat potensial bagi negara-negara lain untuk memasarkan produknya. Sudah banyak produsen sepeda motor dari berbagai negara yang terjun ke pasar otomotif di Indonesia. Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) memperkirakan pasar sepeda motor akan terus meningkat pada tahun-tahun mendatang dengan kenaikan berkisar antara 12,5 sampai 15 persen, sehingga diperkirakan sebelum tahun 2019, pasar sepeda motor Indonesia sudah dapat mencapai lebih dari 15 juta unit.

PT Kawasaki Motor Indonesia di dirikan pada tanggal 18 Februari 1994 sebagai perusahaan joint venture antara Kawasaki Heavy Industries, Ltd.-Jepang dengan salah satu perusahaan di Indonesia yaitu PT Sumber Selatan Nusa. Bisnis perusahaan bergerak dibidang kendaraan beroda dua dengan merek Kawasaki. Produksi pertama dimulai pada Maret 1995. Diikuti dengan penjualan unit, spare part serta fasilitas servis. PT Kawasaki Motor Indonesia yang bertempat di Jl. Perintis Kemerdekaan Kepala Gading Jakarta Utara memiliki dua kegiatan utama yaitu merakit dan memproduksi komponen motor. Kapasitas produksi menghasilkan 200.000 unit pertahunnya. Unit bisnis industri otomotif, perakitan sepeda motor termasuk komponennya.

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. Untuk meraih target-target tersebut, beberapa upaya yang harus dilakukan secara berkesinambungan iyalah sebagai berikut:

Mengaplikasikan system produksi Kawasaki yang didasari oleh konsep *"Just in time*" dengan melakukan pengendalian visual untuk meminimalisir pekerjaan yang tidak bermanfaat dan mengatur persediaan barang dengan mengikuti paham 5S (*Seiri/Arrangemen, Seiton/Order, Seiso/Clean, Seiketsu/Cleanliness, Shitsuke/Dicipline*). Prosedur standar

operasi digunakan dalam proses komponen, spare part motor dan trial, hal ini bertujuan agar memudahkan dalam maintaining.

METODE

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sujarweni (2015:39) pendekatan kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur statistik atau cara lain dari kuantitatif. Sedangkan menurut Arikunto (2010:90) pendekatan kuantitatif adalah penelitian ilmiah dan sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. Alasan peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif adalah data yang akan dianalisis dalam penelitian ini berbentuk angka yang sifatnya dapat diukur, rasional dan sistematis.

1. Teknik Penelitian

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survei. Menurut Sanusi (2014:105) survei merupakan cara pengumpulan data dimana peneliti mengajukan pertanyaan kepada responden baik dalam bentuk lisan maupun tertulis. Sedangkan menurut Arikunto (2010:203) survei adalah cara yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data penelitiannya. Misalnya dengan mengedarkan kuesioner atau wawancara.

Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Tempat penelitian ini adalah Jl. Teuku Umar No. 68 Dealer Centro Bike Kediri.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian bulan Mei 2017.

HASIL DAN KESIMPULAN

Berdasarkan rentang skala dan analisis regresi berganda diketahui bahwa variabel kualitas produk (x1), harga (x2), promosi (x3), dan layanan purna jual (x4) secara stimultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (y).

Artinya variabel kualitas produk, harga, promosi, dan layanan purna jual mampu menjelaskan perubahan keputusan pembelian, dengan tingkat keakuratan sebesar 75,8%. Uji secara parsial juga membuktikan bahwa variabel kualitas produk, harga, promosi, dan layanan purna jual secara individu berpengaruh nyata terhadap keputusan pembelian. Secara rinci penjelasan masing-masing sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Variabel kualitas produk mempunyai koefisien regresi sebesar 0,182 nilai t hitung sebesar 1,909 signifikan pada 0,049 artinya pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian dengan pengaruh yang diberikan sebesar 18,2%. Hal ini sesuai dengan jawaban responden terbesar

sebanyak 35 responden (36,84%) pada indikator daya tahan mesin yang tangguh yang dinyatakan bahwa saya membeli motor Kawasaki karena memiliki kehandalan mesin yang tangguh dan cocok disegala medan.

2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Variabel harga mempunyai koefisien regresi sebesar 0,389 nilai t hitung sebesar 4,208 signifikan pada 0,000 artinya nyata pengaruh harga terhadap keputusan pembelian, dengan pengaruh yang diberikan sebesar 38.9%. Hal ini sesuai dengan jawaban responden terbanyak sebesar 40 responden (42,10%) pada indikator daya saing harga yang dinyatakan bahwa menurut saya harga motor Kawasaki tidak terlalu mahal bila dibandingkan dengan merek motor lain.

3. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian

Variabel promosi mempunyai koefisien regresi sebesar 0,287 nilai t hitung sebesar 3,191 signifikan pada 0,002 artinya nyata pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian, dengan pengaruh yang diberikan sebesar 28.7%. Hal ini sesuai dengan jawaban responden terbanyak sebesar 41 responden (43,15%) pada indikator jangkauan promosi yang dinyatakan bahwa saya membeli motor Kawasaki karena jangkauan promosinya luas sehingga saya lebih mengenal produk tersebut.

4. Pengaruh Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian

Variabel layanan purna jual mempunyai koefisien regresi sebesar 0,447 nilai t hitung sebesar 4,792 signifikan pada 0,000 artinya nyata pengaruh layanan pruna jual terhadap keputusan pembelian, dengan pengaruh yang diberikan sebesar 44,7%. Hal ini sesuai dengan jawaban responden terbanyak sebesar 48 responden (50,52%) pada indikator penanganan keluhan konsumen yang dinyatakan bahwa menurut saya keluhan yang disampaikan oleh konsumen dapat direspon dengan cepat

Simpulan

Penelitian ini sebenarnya meniti beratkan pada masalah pemasaran, khususnya untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, harga, promosi, dan layanan purna jual terhadap keputusan pembelian di Dealer Kawasaki Centro Bike Kediri. Dalam pembahasan analisis regresi linier berganda dan pembuktian hipotesis, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Dealer Kawasaki Centro Bike Kediri. Hal ini berarti bahwa jika semakin baik kualitas produk maka semakin baik atau meningkat pula keputusan pembelian.
2. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Dealer Kawasaki Centro Bike Kediri. Hal ini berarti bahwa apabila harga baik, maka terjadi peningkatan terhadap keputusan pembelian.
3. Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Dealer Kawasaki Centro Bike Kediri. Hal ini berarti bahwa jika promosi baik, maka akan meningkatkan keputusan pembelian.
4. Layanan purna jual berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Dealer Kawasaki Centro Bike Kediri. Hal ini berarti bahwa apabila layanan purna jual baik, maka terjadi peningkatan terhadap keputusan pembelian.
5. Kualitas produk, harga, promosi dan layanan purna jual berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Dealer Kawasaki Centro Bike Kediri. Hal ini berarti bahwa jika kualitas produk, harga, promosi dan layanan purna jual meningkat secara bersama-sama, maka akan meningkatkan keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, S. (2010), *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi),* Jakarta: Rineka Cipta.

Anwar, Sanusi (2011), *Metodologi Penelitian Bisnis.* Jakarta: Salemba Empat.

Bilson, Simamora. (2008), *Panduan Riset Perilaku Konsumen.* Cetakan Ketiga. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

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

Jane, S.(2011), *Customers'complaint pattern and industrial respnses in indonesia (kompas 2009 and 2010)*, Undeegraduate Thesis, Internasional Business Management Program, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Unpublished.

Kotler,P.,et al.(2012), *Marketing Management*: An Asian Perspective,

6th ed. Singapore: Pearson Education Souuth Asia Pte Ltd.

Kotler, et al. (2013), *Marketing,*9th ed. Frenchs Forset, NSW: Pearson Australia; Kotler, el al. (2012), *Marketing manajemen*: An Asian Perspective 6th ed.

Muhammad Yusup. (2011). *Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor (studi kasus pada Masyarakat Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang). Universitas Diponegoro.*

Riduwan. (2010). *Sekala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian.* Bandung: Alfabeta.

J, Wiliam Stanton. (2012) *Dasar-Dasar Pemasaran Manajemen.* Penerbit Danang Suyanto Yokyakarta

Sugiyono (2016), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D,* Bandung: Penerbit ALFABETA.

Sujarweni, Wiratna. (2015), *SPSS Untuk Penelitian.* Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Tjiptono, F. And Chandra, G.(2011), *Service, Quality and Satisfaction,* edisi3. Yokyakarta: Penerbit ANDI.

Tjiptono, F (2015), *strategi pemasaran*, edisi 4. Yokyakarta: Penerbit ANDI.

Tjiptono, F (2011), *Pemasaran Jasa*, Yokyakarta: Penerbit Bayumedia Publishing.