

Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Sepeda Motor TVS

Abdul Haris Saepudin¹, Reminta Lumban Batu²

Fakultas Ekonomi, Universitas Singaperbangsa Karawang¹²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada sepeda motor tvs. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner yang disebarkan kepada responden dan data sekunder yang diperoleh disesuaikan dengan literature yang berkaitan dengan penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah instagram TVS Motor Indonesia sebanyak 4.172 orang dan mengambil sampel sebanyak 71 orang dan ditentukan dengan menggunakan teknik sampling non probability sampling dengan pendekatan purposive sampling. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan alat bantu analisis software SPSS 20 for windows. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: *Kualitas Produk, Promosi, Keputusan Pembelian.*

Abstract

This study aims to determine how the influence of product quality and promotion on purchasing decisions on tvs motorcycles. This research is a quantitative research with a descriptive and verification approach. This study uses primary data obtained from questionnaires distributed to respondents and secondary data obtained is adjusted to the literature related to research. The population in this study is TVS Motor Indonesia Instagram as many as 4,172 people and taking a sample of 71 people and determined using a non-probability sampling technique with a purposive sampling approach. This study uses multiple linear regression analysis with software analysis tools SPSS 20 for windows. The results showed that Product Quality and Promotion on Purchase Decisions.

Keywords: *Product Quality, Promotion, Purchase Decision.*

Copyright (c) 2022 Abdul Haris Saepudin

✉ Corresponding author :

Email Address : abdul.haris18195@student.unsika.ac.id

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dalam dunia industri otomotif yang semakin berkembang dengan pesat membuat persaingan yang begitu ketat, sehingga mendesak para produsen untuk terus mengembangkan produk – produknya dengan inovasi dan kreatifitas yang mempunyai ciri khas berbeda dengan produk serupa lainnya yang ada didalam pasaran (Raharjo, 2018). Persaingan yang ada dalam dunia bisnis otomotif khususnya sepeda motor persaingannya sangat ketat, hal ini didasari

oleh banyak nya varian produk dengan merek bermacam - macam yang dikeluarkan dipasaran. (Achidah & Hasiolan, 2016).

India merupakan salah satu negara yang memiliki industri otomotif terbesar yang ada di dunia dan pertumbuhan industri otomotif India secara global begitu cepat. India terus melebarkan ekspansi industri otomotif nya ke Indonesia. TVS merupakan perusahaan manufaktur roda dua terbesar di dunia. Ekspansi dari TVS ke Indonesia ditandai dengan didirikannya anak perusahaan yang diberi nama PT. TVS Motor Company Indonesia. Lokasi perusahaannya berada di Kawasan Industri Surya Cipta di Karawang, Jawa Barat. Produksi dari perusahaan TVS yang ada di Karawang adalah produksi kendaraan, fasilitas pengecatan, pengetesan, dan mesin. Investasi yang dilakukan oleh perusahaan India berada dalam sektor-sektor penting di Indonesia seperti automotive, kimia dan petro-kimia, tekstil, dan jasa. (Tapanali, 2015).

Kualitas Produk adalah kemampuan sebuah barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Pengertian kualitas sangat luas, paling tidak dimensi kualitas terdiri dari performance, features, reliability, conformance, durability, aesthetics, safety dan persepsi (Heizer dan Render, 2015).

Menurut Tjiptono dalam (Faradina & Satrio, 2016), menyimpulkan bahwa promosi adalah aktivitas pemasaran yang perusahaan menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal terhadap produk yang ditawarkan perusahaan tersebut.

Menurut Shiffman dan Kanuk dalam (Sumarwan, 2015), keputusan pembelian sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Seseorang konsumen yang hendak melakukan pilihan maka ia harus memiliki pilihan alternatif. Pengambilan keputusan oleh konsumen dalam membeli suatu barang atau jasa tentunya berbeda, tergantung pada jenis keputusan pembelian apa yang diinginkannya.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disusun hipotesis dari penelitian ini sebagai berikut :

- H1 : Terdapat pengaruh antara variabel Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor TVS
- H2 : Terdapat pengaruh antara variabel Promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor TVS
- H3 : Terdapat pengaruh antara variabel Kualitas Produk dan Promosi terhadap keputusan pembelian sepeda motor TVS

METODOLOGI

Objek penelitian ini adalah kualitas produk sebagai variable independen pertama dan promosi sebagai variable independent kedua dan keputusan pembelian sebagai variable dependen pada produk sepeda motor TVS Indonesia. Menurut (Sugiyono, 2017) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan nilai mandiri, baik satu variabel atau lebih (independent) tanpa membuat perbandingan atau hubungan dengan variabel lain. Sedangkan, penelitian verifikatif adalah suatu penelitian yang ditujukan untuk menguji teori dan akan mencoba menghasilkan metode ilmiah yakni status hipotesa yang berupa kesimpulan, apakah suatu hipotesa diterima atau ditolak.

Populasi dapat memberikan informasi atau data yang berguna bagi suatu penelitian. Menurut (Sugiyono, 2017) mendefinisikan populasi adalah Wilayah generalisasi yang terdiri atas : objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini merupakan pengikut instagram TVS Motor Indonesia sebanyak 4.172 orang dan mengambil sampel sebanyak 71 orang.

Metode penelitian lapangan yang digunakan peneliti diperoleh melalui:

- a) Observasi, Peneliti terlebih dahulu menentukan tempat penelitian dan melakukan survey terhadap tempat dalam hal penelitian ini yaitu pada Kualitas Produk, Promosi dan Keputusan Pembelian.
- b) Kuesioner, yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien. Selain itu, kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung dikirim melalui pos atau internet. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan tujuan untuk memperoleh informasi-informasi yang relevan mengenai variabel-variabel penelitian yang akan diukur dalam penelitian ini. Kuesioner ini akan dibagikan kepada responden yang secara logis berhubungan dengan Kualitas Produk, Promosi dan Keputusan Pembelian pada TVS Motor Indonesia.
- c) Studi Kepustakaan (Library Research) Dalam studi kepustakaan ini penulis mengumpulkan dan mempelajari berbagai teori dan konsep dasar yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Teori dan konsep dasar tersebut penulis peroleh dengan cara menelaah berbagai macam sumber seperti buku, jurnal, dan bahan bacaan yang relevan.
- d) Riset Internet (Online Riset) Teknik pengumpulan data yang berasal dari situs-situs atau website yang berhubungan dengan berbagai informasi yang dibutuhkan dalam penelitian.

Pengujian Validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana suatu alat ukur itu menunjukkan ketepatan dan kesesuaian. Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Menurut Sugiyono (2017:125) Validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti.

Pengolahan data bertujuan untuk memberikan keterangan yang berguna, serta untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan kuisioner sebagai alat untuk mengukur penelitian. Kuisioner disusun berdasarkan variabel yang ada dalam penelitian. Kemudian analisis data dapat dilakukan setelah kuisioner seluruh responden terkumpul.

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian. Dalam penelitian, penulis menggunakan analisis deskriptif atas variabel independen dan dependen yang selanjutnya dilakukan pengklasifikasian terhadap jumlah total skor responden. Menurut Sugiono (2017:147) Analisis deskriptif adalah sebagai berikut: "Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi."

Analisis Verifikatif adalah untuk menganalisis pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Analisis verifikatif menurut Sugiyono (2017:54) adalah suatu penelitian yang ditunjukan untuk menguji teori, dan penelitian akan coba menghasilkan informasi ilmiah baru yakni status hipotesis yang berupa kesimpulan apakah suatu hipotesis diterima atau ditolak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Agar penelitian ini representatif, maka perlu dilakukan uji validitas. Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrumen dalam penelitian.

Tabel 1. Uji Validitas

No	Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
KUALITAS PRODUK				
Kinerja (Performance)				
1	Sepeda motor TVS memiliki mesin dengan kualitas bagus	0,589	0,230	r Hitung > r Tabel maka pernyataan valid
2	Sepeda motor TVS dilengkapi dengan system pengereman yang baik	0,559	0,230	r Hitung > r Tabel maka pernyataan valid
3	Suspensi yang bagus digunakan oleh sepeda motor TVS	0,619	0,230	r Hitung > r Tabel maka pernyataan valid
Keistimewaan (Features)				

4	Sepeda motor TVS melakukan perkembangan yang cukup pesat	0,675	0,230	r Hitung > r Tabel maka pernyataan valid
5	Sepeda motor TVS memiliki keunikan tersendiri diantara sepeda motor lain	0,593	0,230	r Hitung > r Tabel maka pernyataan valid
Keandalan (Reliability)				
6	Sepeda motor TVS dapat digunakan dalam beberapa kondisi (musim kemarau / musim hujan)	0,432	0,230	r Hitung > r Tabel maka pernyataan valid
7	Sepeda motor TVS dapat tahan dalam periode / cuaca tertentu	0,621	0,230	r Hitung > r Tabel maka pernyataan valid
8	Sepeda motor TVS irit bahan bakar Ketika digunakan	0,743	0,230	r Hitung > r Tabel maka pernyataan valid
Kesesuaian (conformance)				
9	Spesifikasi sepeda motor TVS lebih unggul di banding sepeda motor lain	0,771	0,230	r Hitung > r Tabel maka pernyataan valid
10	Sepeda motor TVS sudah sesuai dengan keinginan pelanggan	0,682	0,230	r Hitung > r Tabel maka pernyataan valid
Daya tahan (durability)				
11	Sepeda motor TVS dapat bertahan hingga periode waktu tertentu	0,638	0,230	r Hitung > r Tabel maka pernyataan valid
12	Ukuran sepeda motor TVS hanya bisa di pakai sesuai berat yang ditentukan	0,613	0,230	r Hitung > r Tabel maka pernyataan valid
Kemampuan pelayanan (service ability)				

13	Sepeda motor TVS memberikan pelayanan terbaik untuk saya	0,796	0,230	r Hitung > r Tabel maka pernyataan valid
14	Saya di berikan kemudahan dalam melakukan pengaduan / saran untuk sepeda motor TVS	0,748	0,230	r Hitung > r Tabel maka pernyataan valid
Kualitas yang dipersiapkan (perceived quality)				
15	Saya merasa puas terhadap produk sepeda motor TVS	0,737	0,230	r Hitung > r Tabel maka pernyataan valid
16	TVS memberikan produk sesuai dengan kebutuhan saya	0,732	0,230	r Hitung > r Tabel maka pernyataan valid
Estetika				
17	Tampilan sepeda motor TVS menarik minat saya	0,604	0,230	r Hitung > r Tabel maka pernyataan valid
18	Warna yang dikeluarkan oleh produk TVS menarik minat saya	0,645	0,230	r Hitung > r Tabel maka pernyataan valid

No	Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
PROMOSI				
Advertising (periklanan)				
1	Iklan TVS sudah dapat dilihat oleh masyarakat yang merupakan calon konsumen	0,693	0,230	r Hitung > r Tabel maka pernyataan valid
2	Promosi yang dilakukan TVS menarik perhatian konsumen di Televisi	0,725	0,230	r Hitung > r Tabel maka pernyataan valid

3	Iklan TVS memuat berbagai informasi mengenai program promo produknya	0,701	0,230	r Hitung > r Tabel maka pernyataan valid
Sales promotion (Promosi Penjualan)				
4	TVS sudah baik dalam melakukan program promosi pada hari - hari besar	0,710	0,230	r Hitung > r Tabel maka pernyataan valid
5	TVS telah memajang produk dengan jelas sesuai dengan kategori promosi yang disediakan	0,553	0,230	r Hitung > r Tabel maka pernyataan valid
6	TVS telah memberikan informasi promosi yang jelas sehingga konsumen memahaminya	0,730	0,230	r Hitung > r Tabel maka pernyataan valid
Online and social media marketing (Pemasaran online dan media sosial)				
7	TVS motor company sudah banyak melakukan promosi secara online	0,663	0,230	r Hitung > r Tabel maka pernyataan valid
8	Promosi secara online dan sosial media yang dilakukan TVS melalui media social telah berhasil menarik minat saya	0,758	0,230	r Hitung > r Tabel maka pernyataan valid
9	Informasi sepeda motor TVS sangat mudah saya dapatkan di berbagai situs online dan sosial media	0,769	0,230	r Hitung > r Tabel maka pernyataan valid
Pemasaran langsung dan berbasis data (direct and database marketing)				

10	Tvs sering menggunakan pemasaran katalog seperti brosur dalam pemasaran	0,556	0,230	r Hitung > r Tabel maka pernyataan valid
11	Pemasaran langsung dan berbasis data yang dilakukan tvs melalui media lainnya seperti instagram sudah cukup efektif	0,806	0,230	r Hitung > r Tabel maka pernyataan valid
Mobile marketing (Pemasaran mobile)				
12	Saya sering melihat pemasaran mobile TVS	0,721	0,230	r Hitung > r Tabel maka pernyataan valid
13	Saya tertarik dengan iklan TVS di media sosial	0,806	0,230	r Hitung > r Tabel maka pernyataan valid

No	Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
KEPUTUSAN PEMBELIAN				
Product choice (Pilihan produk)				
1	saya memutuskan membeli produk TVS berdasarkan kualitasnya	0,742	0,230	r Hitung > r Tabel maka pernyataan valid
2	saya membeli produk TVS berdasarkan jenis motor apa yang saya inginkan	0,698	0,230	r Hitung > r Tabel maka pernyataan valid
3	Produk yang dikeluarkan oleh TVS sesuai dengan keinginan saya	0,705	0,230	r Hitung > r Tabel maka pernyataan valid
Brand choice (Pilihan merek)				
4	saya membeli Produk TVS berdasarkan trend masa kini	0,802	0,230	r Hitung > r Tabel maka pernyataan valid
5	Saya memutuskan untuk membeli produk TVS berdasarkan reputasi merek produk	0,799	0,230	r Hitung > r Tabel maka pernyataan valid

6	Saya memilih produk TVS berdasarkan identitas merek seperti kemasan yang menarik	0,793	0,230	r Hitung > r Tabel maka pernyataan valid
Dealer Choice				
7	Saya membeli sepeda motor TVS Indonesia karena ketersediaan produk TVS yang lengkap	0,834	0,230	r Hitung > r Tabel maka pernyataan valid
8	Saya mudah menemukan dealer resmi motor TVS	0,748	0,230	r Hitung > r Tabel maka pernyataan valid
9	Kelengkapan suku cadang TVS mudah saya dapatkan	0,709	0,230	r Hitung > r Tabel maka pernyataan valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2020

Tabel 1 menunjukkan bahwa berdasarkan hasil uji validitas nilai r hitung seluruh indikator > r tabel maka seluruh pernyataan dari setiap indikator dari masing-masing variabel dinyatakan valid.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	.923	18	Reliabel
Promosi (X2)	.917	13	Reliabel
Keputusan Pembelian	.906	9	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2020

Tabel 2 berdasarkan hasil pengolahan data diatas menunjukkan bahwa nilai cronbach's alpha dari masing-masing variabel memiliki nilai lebih besar dari 0,60. Artinya seluruh variabel dalam penelitian ini reliabel dan olah data dapat dilanjutkan dengan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan alat bantu analisis SPSS 20 for windows 64.

Uji Normalitas

Tabel 3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
Unstandardized Residual		
N		71
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	4,88102360
	Absolute	,071

Most Extreme Differences	Positive	,048
	Negative	-,071
Kolmogorov-Smirnov Z		,596
Asymp. Sig. (2-tailed)		,870

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2020

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui signifikansi $0,870 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

Uji Statistik T

Tabel 4. Uji Statistik T

Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8,101	3,533		2,293	,025
Kualitas Produk (X1)	,120	,076	,213	1,589	,117
Promosi (X2)	,364	,101	,485	3,623	,001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembeli (Y)
Sumber : Hasil Pengolahan Data 2020

Berdasarkan hasil Uji statistik T pada tabel 4 dapat disimpulkan bahwa :

A. Pengujian Hipotesis Pertama (H1)

Diketahui nilai sig. untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar $0,117 > 0,05$ dan t hitung $1,589 < t$ tabel 1,667, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh positif Kualitas Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

B. Pengujian Hipotesis Kedua (H2)

Diketahui nilai sig. untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar $0,001 < 0,05$ dan t hitung $3,623 > 1,667$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang berarti terdapat pengaruh positif Promosi (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Uji Statistik F

Tabel 5. Uji Statistik F

ANOVA^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.

1	Regression	1267,250	2	633,625	25,836	.000 ^b
	Residual	1667,707	68	24,525		
	Total	2934,958	70			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembeli (Y)						
b. Predictors: (Constant), Promosi (X2), Kualitas Produk (X1)						

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2020

Berdasarkan hasil penelitian tabel 5 diatas dapat diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh kualitas produk (X1) dan Promosi (X2) secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $25,836 > F$ tabel 3.130, sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti terdapat pengaruh positif kualitas produk (X1) dan Promosi (X2) secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Uji Koefisien Determinasi R²

Tabel 6. Uji Koefisien Determinasi R²

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.657 ^a	.432	.415	4,95228
a. Predictors: (Constant), Promosi (X2), Kualitas Produk (X1)				

Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat diketahui nilai R Square sebesar 0,432, hal ini mengandung arti bahwa pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas produk (X1) dan Promosi (X2) secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah sebesar 43,2%.

SIMPULAN

Kualitas Produk tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan Keputusan Pembelian Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Kualitas Produk dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian

Referensi :

- Achidah, N., & Hasiolan, L. B. (2016). *Pengaruh Promosi, Harga, Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Mio Gt (Study Empiris Pada Produk Yamaha Mio Gt Di Weleri-Kendal)*. 2(2).
- Faradina, A., & Satrio, B. (2016). *Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Cantik Almada. Ilmu Dan Riset Manajemen*, 1-18.
- Raharjo, D. K. (2018). *Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha N-Max Di Kota Sukoharjo Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Komibinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.

- Sumarwan, U. (2015). *Perilaku Konsumen : Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran* (R. Sikumbang (Ed.); 2ND Ed.). Ghalia Indonesia.
- Tapanali, N. (2015). No Title **P**. *Phys. Rev. E*, 1993, 24.
[Http://Ridum.Umanizales.Edu.Co:8080/Jspui/Bitstream/6789/377/4/Muñoz_Zapata_Adriana_Patricia_Artículo_2011.Pdf](http://Ridum.Umanizales.Edu.Co:8080/Jspui/Bitstream/6789/377/4/Muñoz_Zapata_Adriana_Patricia_Artículo_2011.Pdf)