

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR YAMAHA TYPE NMAX DI BANJARMASIN

Rika Sylvia¹

Mailiana²

rika@stienas-y pb.ac.id

STIE Nasional Banjarmasin

Abstract,

The purpose of this study was to determine whether product quality and price have a simultaneous and partial effect, as well as to determine which of the variables of product quality and price have the most dominant influence on purchasing decisions for a Yamaha motorbike type NMax.

The population of this research is consumers who buy a Yamaha motorbike type NMax. While the sample of consumers taken was 100 people. Types and sources of data in the form of primary data obtained by using a questionnaire distributed to consumers as respondents, complemented by secondary data obtained from various references. Multiple Linear Regression Method is used to test the proposed hypothesis.

The results of the research on product quality and price have a significant effect on purchasing decisions, both simultaneously and partially with statistical results using SPSS version 22.0 as follows $Y = - 0.734 + 0.441 X1 + 0.727 X2 + e$, meaning that the test results for each variable consist of Product quality (X1) with a coefficient of 0.441 and price (X2) with a coefficient of 0.727 have a positive effect both partially and simultaneously on purchasing decisions (Y). Meanwhile, the value of R Square is 0.765, which means that the variable contribution of product quality and price is 76.5% affecting consumer purchasing decisions in choosing a Yamaha NMax type motorcycle, while the remaining 23.5% is influenced by other variables.

Keywords: Product Quality, Price, Purchase Decision

Abstrak,

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan dan parsial, serta untuk mengetahui dari variabel kualitas produk dan harga manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor merk Yamaha *type* NMax.

Populasi penelitian ini adalah konsumen yang membeli sepeda motor merk Yamaha *type* NMax. Sedangkan sampel konsumen yang diambil adalah sebanyak 100 orang. Jenis dan sumber data berupa data primer yang diperoleh

dengan menggunakan kuesioner yang disebar kepada konsumen sebagai responden, dilengkapi dengan data sekunder yang diperoleh dari berbagai referensi. Metode Regresi Linear Berganda digunakan untuk menguji hipotesis yang diajukan.

Hasil penelitian kualitas produk dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, baik secara simultan dan parsial dengan hasil statistik dengan menggunakan SPSS versi 22.0 sebagai berikut $Y = -0,734 + 0,441 X_1 + 0,727 X_2 + e$, artinya bahwa dari hasil pengujian tiap variabel terdiri dari kualitas produk (X_1) dengan koefisien 0,441 dan harga (X_2) dengan koefisien 0,727 berpengaruh positif baik secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian (Y). Sedangkan nilai *R Square* sebesar 0,765 artinya adalah sumbangan variabel kualitas produk dan harga adalah sebesar 76,5% mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam memilih sepeda motor merk Yamaha *type* NMax sedangkan sisanya sebesar 23,5 % dipengaruhi oleh variabel – variabel lainnya.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Ketatnya persaingan dalam dunia usaha menuntut setiap perusahaan untuk mengambil langkah strategis dan tepat guna memenangkan persaingan dengan *competitor* demi menjaga eksistensi dan tentunya mempertahankan bahkan meningkatkan keuntungan yang dihasilkan. Dalam hal ini, dengan adanya persaingan penjualan sepeda motor merk Yamaha yang semakin ketat, konsumen selalu saja membandingkan *type*, harga yang terjangkau, produk dengan fitur yang lebih unggul. Salah satu keunggulan produk Yamaha yang banyak diminati

oleh konsumen adalah produk terbaru dari Yamaha yaitu *type* motor NMax 155 cc dimana produk tersebut rakitan dari Indonesia.

Kualitas produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual yang tidak dimiliki produk pesaing dan pentingnya kualitas produk yang dirasakan konsumen akan mempengaruhi dalam keputusan pembelian. Menurut Tjiptono (2006), kualitas produk adalah tingkat mutu yang diharapkan dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Sedangkan menurut Kotler

dan Keller (2009), kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan.

Faktor harga juga sangat berperan penting dalam penentu utama pilihan konsumen. Harga merupakan segala sesuatu yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keunggulan yang ditawarkan oleh bauran pemasaran perusahaan (Cannon, et al, 2008). Harga juga sangat berperan penting sebagai penentu utama pilihan pembeli, karena konsumen akan memutuskan apakah harga suatu produk sudah tepat atau belum. Keputusan penetapan harga harus berorientasi pada pembeli. Menurut Kotler (2007) keputusan pembelian merupakan tindakan dari konsumen untuk membeli atau tidak terhadap produk.

Penjualan sepeda motor merk Yamaha *Type* NMax di Banjarmasin semakin mengalami peningkatan. Sejak awal diluncurkan pada empat tahun silam sepeda motor *automatic* kelas premium ini memang sangat diminati

oleh masyarakat akibat adanya *trend* masyarakat yang ingin menggunakan sepeda motor merk Yamaha *Type* NMax. Fitur dan keunggulan produk serta harga dari sepeda motor yang memiliki 155 cc ini nyatanya juga memiliki pesaing dari merk lain yaitu Honda yang mengeluarkan produk sejenis yaitu *type* PCX.

Berdasarkan uraian di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana (1) Bagaimana pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor merk Yamaha *Type* NMax secara parsial (2) Bagaimana pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor merk Yamaha *type* NMax secara simultan (3) Bagaimana pengaruh diantara variabel kualitas produk dan variabel harga yang paling dominan terhadap keputusan pembelian sepeda motor merk Yamaha *type* NMax.

Adapun tujuan penelitian ini adalah adalah (1) untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda

motor merk Yamaha *Type* NMax secara parsial (2) untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor merk Yamaha *type* NMax secara simultan (3) untuk mengetahui diantara variabel kualitas produk dan variabel harga manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor merk Yamaha *type* NMax.

Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2012), kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2009), kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan.

Harga

Harga merupakan segala sesuatu yang diberikan oleh pelanggan

untuk mendapatkan keunggulan yang ditawarkan oleh bauran pemasaran perusahaan (Cannon, et al, 2008). Menurut Kotler dan Keller (2009) harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, harga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi.

Keputusan Pembelian

Menurut Kotler (2007) keputusan pembelian merupakan tindakan dari konsumen untuk membeli atau tidak terhadap produk. Sedangkan menurut Swastha (2007) keputusan pembelian yaitu sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya yang terdiri dari pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, evaluasi terhadap alternatif pembelian, keputusan pembelian dan tingkah laku setelah pembelian.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif, yaitu metode ini dipilih mengingat penelitian ini bertujuan untuk membuat gambaran tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor merk Yamaha *type* NMax. Penelitian dilakukan pada CV Surya Prima S.Parman Banjarmasin. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli sepeda motor merk Yamaha *Type* NMax pada CV Surya Prima S.Parman Banjarmasin pada tahun 2019 yaitu sebanyak 152 orang. Pengambilan sampel dengan menggunakan metode *non - probability sampling* (pengambilan sampel secara tidak acak) dengan teknik *Purposive Sampling*, dimana sampel dipilih berdasarkan karakteristiknya. Karakteristik tersebut antara lain yaitu, (a) masyarakat yang membeli sepeda motor merk Yamaha *type* Nmax, (b) berdomisili di kota Banjarmasin, (c) konsumen yang bersedia mengisi kuesioner, sehingga didapat sebanyak 100 sampel sesuai karekteristik. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah

- a. Data primer yaitu data yang diperoleh melalui wawancara dengan karyawan dan konsumen CV. Surya Prima S. Parman Banjarmasin.
- b. Data sekunder yaitu data yang diperoleh, berupa data penjualan CV. Surya Prima S. Parman Banjarmasin.

Data yang diperoleh dianalisa secara deskriptif kuantitatif yaitu dengan menggunakan Program SPSS versi 22.0. Analisis ini digunakan untuk meneliti pengaruh dari beberapa variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini variabel independen adalah kualitas produk (X1) dan harga (X2) sedangkan variabel dependen adalah keputusan pembelian (Y) sehingga persamaan regresi bergandanya adalah

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

Keterangan:

- a : konstanta
b : koefisien Regresi
X1 : Kualitas Produk
X2 : Harga
Y : Keputusan Pembelian
e : *Standart error*

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

CV Surya Prima S. Parman Banjarmasin adalah merupakan suatu perusahaan yang bergerak dibidang distributor penjualan motor merek Yamaha. Perusahaan ini mempunyai

kantor pusat di Surabaya dan membuka cabang untuk pertama kalinya sejak bulan Juni tahun 2000 di Banjarmasin dengan nama CV Surya Prima S. Parman Banjarmasin. Berikut ini akan diberikan gambaran tentang identitas responden, yaitu:

a. Usia Responden

Tabel 1 Usia Responden

Usia (Tahun)	Jumlah Responden	Persentase (%)
17 - 22	35	35
23 - 28	20	20
29 - 34	30	30
≥ 35	15	15
Total	100	100

Sumber: Data diolah (2019)

Berdasarkan tabel 1 bahwa usia responden yang terbanyak adalah usia antara 17 - 22 tahun sebanyak 35 orang atau 35 % responden, yang berusia antara 23 – 28 tahun sebanyak 20 orang yaitu 20 % responden, yang berusia

antara 29 – 34 tahun sebanyak 30 orang yaitu 30 % responden, dan berusia ≥ 35 tahun sebanyak 15 orang yaitu 15% responden.

b. Jenis Kelamin

Tabel 2 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Laki-laki	65	65
Perempuan	35	35
Total	100	100

Sumber: Data diolah (2019)

Berdasarkan tabel 2 bahwa jenis kelamin responden yang terbanyak adalah laki-laki yaitu 65 orang atau 65 % responden. Sedangkan perempuan

sebanyak 35 orang atau 35 % responden.

c. Lokasi Domisili Responden

Tabel 3 Lokasi Domisili Responden

Lokasi Domisili	Jumlah Responden	Persentase
Banjarmasin Utara	25	25
Banjarmasin Selatan	15	15
Banjarmasin Timur	35	35
Banjamasin Barat	10	10
Banjarmasin Tengah	15	15
	100	100

Sumber: Data diolah (2019)

Berdasarkan tabel 3 bahwa domisili responden yang terbanyak adalah Banjarmasin Timur yaitu 35 orang atau 35% responden, kemudian Banjarmasin Utara sejumlah 25 orang atau 25% responden, sedangkan Banjamasin Selatan dan Banjarmasin Tengah sejumlah 15 orang atau 15 % responden. Banjarmasin Barat sejumlah 10 orang atau 10% responden.

Uji Validitas

Hasil perhitungan validitas variabel kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian motor Yamaha Nmax di CV Surya Prima Banjarmasin dilakukan pada 100 responden dengan bantuan SPSS 22.0 adalah sebagai berikut:

Tabel 4 Validitas butir pertanyaan dari variabel kualitas produk

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	0,690	0,1966	Valid
X1.2	0,753	0,1966	Valid
X1.3	0,847	0,1966	Valid
X1.4	0,727	0,1966	Valid
X1.5	0,692	0,1966	Valid

Sumber: Data diolah (2019)

Berdasarkan tabel 4 di atas, maka dapat dijelaskan seluruh rhitung untuk indikator variabel kualitas produk lebih besar dari rtabel signifikansi 0,05 (*two tail*) = 0,1966 sehingga dapat dinyatakan seluruh indikator variabel kualitas produk valid.

Tabel 5 Validitas butir pertanyaan dari variabel harga

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
X2.1	0,745	0,1966	Valid
X2.2	0,718	0,1966	Valid
X2.3	0,755	0,1966	Valid
X2.4	0,654	0,1966	Valid
X2.5	0,683	0,1966	Valid

Sumber: Data diolah (2019)

Berdasarkan tabel 5 di atas, maka dapat dijelaskan seluruh rhitung untuk indikator variabel harga lebih besar dari rtabel signifikansi 0,05 (*two tail*) = 0,1966 sehingga dapat dinyatakan seluruh indikator variabel harga valid.

Tabel 6 Validitas butir pertanyaan dari variabel keputusan pembelian

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Y1	0,748	0,1966	Valid
Y2	0,851	0,1966	Valid
Y3	0,844	0,1966	Valid
Y4	0,705	0,1966	Valid

Sumber: Data diolah (2019)

Berdasarkan tabel 6 di atas, maka dapat dijelaskan seluruh rhitung untuk indikator variabel keputusan pembelian lebih besar dari rtabel signifikansi 0,05 (*two tail*) = 0,1966 sehingga dapat dinyatakan seluruh indikator variabel keputusan pembelian valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 7 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,796	Reliabel
Harga (X2)	0,755	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,824	Reliabel

Sumber: Data diolah (2019)

Berdasarkan tabel 7 dapat dilihat bahwa nilai masing-masing cronbach alpha untuk kualitas produk (X1) adalah 0,796, variabel harga (X2) adalah 0,755. Nilai cronbach alpha untuk variabel keputusan pembelian (Y) adalah 0,824. Nilai *cronbach alpha* tersebut lebih dari 0,60 maka instrumen dinyatakan reliabel.

Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil dari analisis regresi linear berganda adalah sebagai berikut: $Y = -0,734 + 0,441 X_1 + 0,727 X_2 + e$

1. Konstanta (a) sebesar - 0,734, jika kualitas produk (X1) dan harga (X2) nilainya 0, maka keputusan pembelian (Y) nilainya sebesar - 0,734.
2. Koefisien regresi variabel kualitas produk (b1) sebesar 0,441. Jika kualitas produk mengalami kenaikan sebesar 1, maka

keputusan pembelian (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,441.

3. Koefisien regresi variabel harga (b2) sebesar 0,727. Jika harga mengalami kenaikan sebesar 1, maka keputusan pembelian (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,727.

Uji t (Uji Parsial)

Tabel 8 Hasil Uji t Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Constant)	-.734	.257		-2.862	.005
X1	.441	.063	.419	7.033	.000
X2	.727	.076	.567	9.154	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Output SPSS (2019)

Berdasarkan tabel 8 hasil uji t (parsial) adalah sebagai berikut:

1) Hipotesis pertama pada penelitian ini adalah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan Yamaha Nmax pada CV Surya Prima S. Parman Banjarmasin. Hasil uji hipotesis menunjukkan koefisien regesi sebesar 0,441 dengan nilai signifikansi t sebesar 0,000. Atas hasil uji hipotesis tersebut disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Yamaha Nmax pada CV Surya Prima S. Parman Banjarmasin, karena nilai signifikansi t lebih kecil dari 0,05 yang artinya hipotesis pertama diterima.

2) Hipotesis kedua pada penelitian ini adalah harga berpengaruh terhadap keputusan Yamaha Nmax pada CV Surya Prima S. Parman Banjarmasin. Hasil uji hipotesis menunjukkan koefisien regesi sebesar 0,727 dengan nilai signifikansi t sebesar 0,000. Atas hasil uji hipotesis tersebut disimpulkan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Yamaha Nmax pada CV Surya Prima S. Parman Banjarmasin, karena nilai signifikansi t lebih kecil dari 0,05 yang artinya hipotesis kedua diterima.

3) Hasil pengujian variabel dominan dari kedua variabel bebas yang

berpengaruh adalah variabel harga terhadap keputusan Yamaha Nmax pada CV Surya Prima S. Parman Banjarmasin, karena mempunyai

nilai koefisien yang paling besar yaitu 0,727 dibandingkan dengan koefisien lainnya.

Uji F (Uji Simultan)

Tabl 9 Hasil Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Reression	31.196	2	15.598	158.158	.000 ^b
Resdual	9.566	97	0.99		
Total	40.762	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Output SPSS (2019)

Hasil tabel 9 di atas dapat dilihat bahwa model persamaan ini memiliki nilai F hitung sebesar 158,158 dengan tingkat signifikansi 0,000. Nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari alpha 0,05 maka menunjukkan bahwa keputusan pembeian Yamaha Nmax pada CV Surya Prima S. Parman Banjarmasin dapat dijelaskan oleh kualitas produk dan harga. Simpulan ini menunjukkan bahwa variabel independen yang berupa kualitas produk dan harga dalam penelitian ini secara bersama-sama

berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian Yamaha Nmax pada CV Surya Prima S.Parman Banjarmasin.

Koefesien Determinasi Square (R2)

**Tabel 10 Hasil Uji Koefesien Determinasi
Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.875 ^a	.765	.760	.31404

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Output SPSS (2019)

Berdasarkan tabel 10 besarnya koefesien determinasi adalah 0,765 atau 76,5% yang berarti bahwa kemampuan variabel dependen yaitu keputusan pembelian Yamaha Nmax pada CV Surya Prima S. Parman Banjarmasin (Y) dapat dijelaskan oleh dua vatiabel independen yaitu kualitas produk (X1) dan harga (X2). Sedangkan sisanya 23,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

Pembahasan

Hasil analisis regresi menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan dari kedua variabel

kualitas poduk dan harga terhadap keputusan pembelian Yamaha Nmax pada CV. Surya Prima S. Parman Banjarmasin. Signifikansi tesebut dapat dilihat dari besarnya nilai sig t dari masing-masing variabel yang lebih kecil dari 0,05 atau 5%. Pada tabel 10 menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga mampu membeikan kontibusi yang signifikan dalam meningkatkan keputusan pembelian motor Yamaha Nmax pada CV Surya Prima S. Parman Banjarmasin.

Berdasarkan tabel 10 besarnya koefesien determinasi adalah 0,765 atau 76,5% yang berarti bahwa

kemampuan variabel dependen yaitu keputusan pembelian Yamaha Nmax pada CV Surya Prima S. Parman Banjarmasin (Y) dapat dijelaskan oleh dua variabel independen yaitu kualitas produk (X1) dan harga (X2). Sedangkan sisanya 23,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Nmax

Variabel kualitas produk memiliki signifikansi sebesar 0,000 nilai signifikansi t lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian motor Yamaha Nmax di CV Surya Prima S. Parman Banjarmasin. Koefisien regresi sebesar 0,441 menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian motor Yamaha Nmax pada CV. Surya Prima S. Parman Banjarmasin.

Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Nmax

Variabel harga memiliki signifikansi sebesar 0,000 nilai signifikansi t tabel lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian motor Yamaha Nmax pada CV Surya Prima S. Parman Banjarmasin. Koefisien regresi sebesar 0,727 menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian motor Yamaha Nmax pada CV. Surya Prima S. Parman Banjarmasin.

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Nmax

Berdasarkan hasil uji F nilai F hitung sebesar 158,158 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari alpha 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian motor Yamaha Nmax pada CV Surya Prima S. Parman Banjarmasin dapat dijelaskan oleh kualitas produk dan harga. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel independen yang berupa kualitas produk dan harga dalam penelitian ini secara bersama-sama

menunjukkan bahwa berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian motor Yamaha Nmax pada CV. Surya Prima S. Parman Banjarmasin.

Diantara Variabel Kualitas Produk dan Harga yang Paling Dominan Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Nmax di CV. Surya Prima S. Parman Banjarmasin. Hasil pengujian variabel dominan dari kedua variabel bebas yang berpengaruh ternyata variabel harga merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian motor Yamaha Nmax pada CV. Surya Prima S. Parman Banjarmasin, karena mempunyai nilai koefisien yang paling besar yaitu 0,727 dibandingkan dengan koefisien lainnya.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil perhitungan, besarnya koefisien determinasi adalah 0,765 atau 76,5% yang berarti bahwa kemampuan variabel dependen yaitu keputusan pembelian Yamaha Nmax pada CV Surya Prima S. Parman

Banjarmasin (Y) dapat dijelaskan oleh dua variabel independen yaitu kualitas produk (X1) dan harga (X2). Sedangkan sisanya 23,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

Hasil pengujian variabel dominan dari kedua variabel bebas yang berpengaruh ternyata variabel harga merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian motor Yamaha Nmax CV. Surya Prima S. Parman Banjarmasin, karena mempunyai nilai koefisien yang paling besar yaitu 0,727 dibandingkan dengan koefisien lainnya.

Saran

Saran yang diberikan sebaiknya:

1. Perusahaan hendaknya bisa memberikan diskon harga yang lebih banyak dan kredit bunga yang lebih murah, sehingga konsumen tertarik untuk membeli motor Yamaha Nmax, dan akan meningkatkan penjualan motor Yamaha Nmax pada CV. Surya Prima S. Parman Banjarmasin.

2. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel - variabel lain atau jumlah responden, atau pertanyaan yang berbeda yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Cannon, Joseph P., William D. Perreault Jr. dan Jerome McCarthy. 2008. Alih Bahasa: Diana Angelica dan Ria Cahyani. *Dasar-Dasar Pemasaran Pendekatan manajerial Global*. Edisi Keenambelas. Buku Dua. Jakarta: Salemba Empat.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Keduabelas. Jakarta: Indeks.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran* Jilid 1 Edisi Ketigabelas. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran* Jilid 1 Edisi Ketigabelas. Jakarta: Erlangga
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kombinasi (MixedMethods)*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, Basu. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedelapan. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Liberty.