

Pengaruh Kualitas produk, Harga dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor New Honda Vario 125 di kabupaten Lumajang

El Fina Damayanti¹, Tri Palupi Robustin², Ratna Wijayanti Daniar Paramita³

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang, Indonesia^{1,2,3}

Email: elfinadmynt03@gmail.com, tripalupirobustin@gmail.com, pradnyataj@gmail.com

INFO ARTIKEL

Volume 6

Nomor 4

Bulan Juni

Tahun 2024

Halaman 583-594

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji apakah kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian, harga mempengaruhi keputusan pembelian, dan desain mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor New Honda Vario 125 di Kabupaten Lumajang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari kualitas produk, harga dan desain terhadap keputusan pembelian. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada 80 responden. Besarnya populasi dalam penelitian ini tidak diketahui dan teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Accidental Sampling*. Dalam penelitian ini pengujian hipotesis dilakukan dengan analisis regresi linier berganda. Dan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor New Honda Vario 125 di Kabupaten Lumajang, 2) Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor New Honda Vario 125 di Kabupaten Lumajang, 3) Desain tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor New Honda Vario 125 di Kabupaten Lumajang.

Kata Kunci: Desain, Harga, Keputusan Pembelian, Kualitas Produk.

ABSTRACT

This research examines whether product quality influences purchasing decisions, price influences purchasing decisions, and design influences purchasing decisions for the New Honda Vario 125 motorbike in Lumajang Regency. This research aims to determine the influence of product quality, price and design on purchasing decisions. The research method used in this research is quantitative, data collection was carried out by distributing questionnaires to 80 respondents. The population size in this study is unknown and the sampling technique used in this research is the *Accidental Sampling* technique. In this research, hypothesis testing was carried out using multiple linear regression analysis. And the results of this research show that: 1) Product quality has no effect on the decision to purchase a New Honda Vario 125 motorbike in Lumajang Regency, 2) Price has an effect on the decision to purchase a New Honda Vario 125 motorbike in Lumajang Regency, 3) Design has no effect on the decision purchase of a New Honda Vario 125 motorbike in Lumajang

Regency.

Keywords: Design, Price, Product Quality, Purchasing Decisions.

PENDAHULUAN

Perkembangan motor matic mengalami hal terbaru yaitu dengan munculnya kembali motor matic New Honda Vario 125 yang mempunyai fitur-fitur terbaru yang lebih modern dan canggih. Fitur-fitur terbaru, terancang, dan kompleks hadir pada sepeda motor new Honda Vario 125. Sepeda motor ini diperkenalkan pada tahun 2022. Meskipun demikian, mesin New Honda Vario 125 tetap sama dengan model sebelumnya. Meski minim upgrade mesin, pabrikan menyatakan motor ini menawarkan konsumsi bahan bakar (BBM) yang murah. PT Astra Honda Motor (AHM) kini menyediakan tiga model Vario 125 berbeda kepada pelanggan: CBS, CBS-ISS, dan CBS-ISS SP. Mesin Honda Vario 125 terbaru adalah mesin 124,8 cc, satu silinder, empat langkah, SOHC, eSP, berpendingin cairan. Serta mampu menghasilkan tenaga hingga 10,9 hp pada 8.500 rpm dengan tenaga maksimal 10,8 Nm pada 5.000 rpm.. Motor ini dilengkapi transmisi otomatis *V-Matic*. Dikatakan terjangkau, konsumsi bahan bakar Vario 125 mencapai 51,7 km per liter. Angka penggunaan bahan bakar diperoleh dengan menggunakan strategi pengujian World Cruiser Test Cycle (WMTC). Jika bahan bakar di tangki motor terisi penuh, Honda Vario 125 terbaru mampu menempuh jarak lebih dari 260 km.

New Honda Vario 125 berbeda dengan sepeda motor matic Honda yang lain. "Honda Vario 125 ini hadir dengan desain *sporty* terbaru, beragam fitur, dan teknologi canggih yang kami sematkan untuk mendukung kenyamanan berkendara dan memberikan kepuasan bagi masyarakat. Sebagai skutik teririt di kelasnya kami berupaya untuk memberikan nilai tambah yang menunjang aktivitas pengendaranya," kata President Director Astra Honda Motor, Keiichi Yasuda. Yang pasti, pengembangan pada New Honda Vario 125 umumnya tidak se-ekstrim Vario 160. Secara garis besar, New Honda Vario 125 memiliki fitur lebih yang menunjang portabilitas. Bagian depan New Honda Vario 125 tetap mempertahankan bentuk V dari model sebelumnya. Sederhananya, lekukan baru telah ditambahkan pada buritan belakang dan sayap samping untuk menunjang penampilan atletisnya. Selain itu, New Honda Vario 125 kini dilengkapi dengan *Smart Key System* yang menghilangkan kebutuhan akan kunci dan dilengkapi peringatan anti maling untuk mencegah pencurian. Yang lebih menarik lagi adalah penambahan *USB Charge Console Box Type A* pada New Honda Vario Warna *velg* baru *Advance Matte* dan *Advance Matte Blue matte* untuk variasi CBS-ISS SP, serta *stripe* terbaru dengan sedikit sentuhan titanium, menjadi ciri khas Honda Vario 125 baru. New Honda Vario 125 mampu memberikan kualitas terbaik dengan keunggulan teknologi serta harga lebih terjangkau dari para pesaingnya.

Kotler & Armstrong, 2012 mengemukakan di jurnal (Priambodo et al., 2022:32) kualitas produk yang bagus dan berkualitas bisa mempengaruhi kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian serta produk yang baik mampu memberikan pengaruh pada konsumen untuk dijadikan daya tarik produk itu sendiri. Honda salah satu produk yang mampu bersaing di pasaran Indonesia. Karena Honda mengerti kebutuhan konsumennya dengan memberikan perubahan kualitas produk maupun menyesuaikan harga dengan masyarakat Indonesia dengan anggaran menengah ke bawah dan terus berinovasi dengan model- model yang terkini. Tentu saja Honda memikirkan pesaingnya agar bisa bersaing di masa depan. Perusahaan tidak mungkin menginginkan produk yang dihasilkan tidak terjual di pasaran.

Menurut (Tjiptono, 2016:219) harga merupakan suatu barang yang mempunyai nilai atau jumlah yang bisa ditukarkan konsumen. Harga merupakan faktor penentu untuk menarik minat beli konsumen New Honda Vario 125. Satu-satunya faktor yang berpotensi menghasilkan pendapatan adalah harga. Kebijakan harga ataupun sesuatu nilai bisa mempengaruhi pola pikir manusia.

Seorang konsumen ataupun pelanggan hendaknya memilah produk mana yang lebih efisien dan efektif serta cocok dengan kebutuhannya sesuai nilai suatu harga atau biaya. Ada faktor lain selain harga yang mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Agar barang yang akan dijual dan menarik pelanggan, barang tersebut harus berkualitas tinggi dan memiliki desain yang khas.

Menurut (Kotler, 2009:72) desain adalah salah satu aspek penentu yang memberi keunggulan bersaing di perusahaan, desain juga dapat berpengaruh terhadap keseluruhan karakteristik yang bisa mempengaruhi tampilan. Desain merupakan rancangan benda ataupun jasa yang terbuat untuk diterima serta memuaskan konsumen, juga tidak dapat ditiru oleh pesaing. Desain juga perihal sangat utama diperhatikan bagi produsen sepeda motor. Tampilan luarnya terus menjadi menarik dan beragam variasi membuat sepeda motor menjadi digemari oleh konsumen. Desain juga mempengaruhi konsumen dalam memutuskan untuk membeli suatu barang. pertumbuhan fashion ataupun tren diduga mempengaruhi pada konsumen dalam keputusan pembelian. Jadi saat ini desain adalah angka yang memengaruhi pembeli dalam menentukan pilihan pembelian.

Menurut (Agustina et al., 2019:38) keputusan pembelian adalah konsumen membuat preferensi antara merek di berbagai pilihan dan membeli merek yang paling populer. Desain, harga, dan kualitas suatu produk menjadi faktor utama yang menjadi pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian sepeda motor anyar Honda Vario 125. Keinginan konsumen didorong dengan kebutuhan sehari-hari, kebutuhan tersebut dipengaruhi oleh gaya hidup, faktor lingkungan, kebutuhan untuk menggunakan produk sepanjang masa, hal ini mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian.

Tetapi ada juga seseorang yang tidak mempertimbangkan suatu hal dalam melakukan pembelian. Hal tersebut dikarenakan seseorang hanya tertarik pada bentuk fisik produk tanpa mempertimbangkan atau melihat hal tersebut. Faktor penyebab keputusan pembelian pada sepeda motor New Honda Vario 125 yaitu kapasitas bagasi yang besar kenyamanan saat berkendara, varian mesin, dan desain motor, agar konsumen merasa puas dengan pilihannya dan segera memperoleh banyak manfaat dari memiliki sepeda motor Honda, sebaiknya perusahaan meningkatkan keputusan pembelian pada dimensi warna produk dengan menerapkan berbagai inovasi. Hal ini akan menjamin kualitas produk pada sepeda motor Honda menjadi lebih baik dari sebelumnya dan tingkat kesesuaian spesifikasi sepeda motor Honda yang diharapkan konsumen benar-benar sesuai dengan harapan konsumen Variabel pilihan pembelian adalah elemen dalam dan variabel luar. Pertimbangan ke dalam jenis inspirasi yang akan mendorong seseorang untuk memenuhi kebutuhannya dan ingin membeli suatu barang untuk mendapatkan kepuasan. Sementara itu, faktor luar mencakup kualitas barang, harga, dan desain yang diselesaikan oleh pelanggan.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut (Paramita et al. 2021:5) Penelitian kuantitatif merupakan pandangan yang berkaitan dengan filsafat *positivisme* melihat bahwa fenomena dalam penelitian dapat diklasifikasikan, relatif tetap, spesifik, dapat diamati, terukur, dan hubungan antar gejala bersifat sebab akibat. Menurut pendapat dari Sugiyono (2019:126) "populasi adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek dengan himpunan dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian dapat ditarik kesimpulan". Populasi penelitian ini ialah pemilik atau yang menggunakan New Honda Vario 125 di Kabupaten Lumajang dengan jumlah 80 responden dengan menggunakan metode *Roscoe*. Dalam penelitian ini, kuesioner didistribusikan secara offline untuk mengumpulkan data. Kemudian dilakukan analisis regresi berganda dan uji parsial atau uji t untuk mengetahui apakah terdapat ada tidaknya pengaruh antar variabel independen (kualitas produk, harga dan desain) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian).

RESULTS AND DISCUSSION

Hasil Pengujian Validitas

Semua butir pertanyaan, yang terdiri dari lima butir pertanyaan untuk variabel kualitas produk, empat butir pertanyaan untuk variabel harga, empat butir pertanyaan untuk variabel desain, dan lima butir pertanyaan untuk variabel keputusan pembelian. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi, masing-masing mempunyai r_{hitung} sebesar 0,3 lebih besar dari r_{tabel} . Oleh karena itu, semua pernyataan dianggap valid. Mengingat kemampuannya dalam menggali data atau informasi yang diperlukan, maka seluruh pernyataan yang terkandung dalam penelitian ini dianggap layak untuk ditetapkan sebagai instrumen penelitian.

Hasil Pengujian Reliabilitas

Berdasarkan dari hasil uji reliabilitas diketahui hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X1) mempunyai koefisien korelasi reliabilitas 0,586 artinya cukup reliabel, variabel harga (X2) sebesar 0,643 artinya reliabel, variabel desain (X3) mempunyai koefisien korelasi reliabilitas sebesar 0,511 artinya cukup reliabel dan variabel keputusan pembelian (Y) mempunyai koefisien korelasi reliabilitas sebesar 0,521 artinya cukup reliabel.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas Data

Berdasarkan hasil pengujian normalitas memakai tes one Kolmogorov Smirnov (K-S) dan didapat nilai sebesar $0,200 > 0,05$. Maka bisa ditarik kesimpulan bahwa data berdistribusi normal.

Tabel 1. Hasil Pengujian Normalitas Data One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,81788698
Most Extreme Differences	Absolute	,083
	Positive	,062
	Negative	-,083
Test Statistic		,083
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Sumber : Hasil Olah Data Kuesioner 2024

Berdasarkan gambar 4.1 Nilai residual berdistribusi normal karena hasil penelitian dari tes one Kolmogorov Smirnov (K-S) untuk pengujian normalitas data memberikan nilai sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05.

Hasil Uji Multikolinieritas

Berdasarkan penjelasan Hatmawan & Riyanto, (2020:139 digunakan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antar variabel independen dalam suatu model regresi. Korelasi yang tinggi antara beberapa atau masing-masing variabel bebas dalam model regresi disebut multikolinieritas. Adanya multikolinieritas ditunjukkan dengan koefisien determinasi yang sangat besar, tingkat kesalahan yang sangat besar, dan koefisien regresi tidak pasti. Namun uji *Pearson* menghasilkan koefisien regresi yang berarti sangat sedikit atau tidak ada sama sekali. Salah satu cara untuk menguji multikolinieritas adalah dengan melihat VIF kurang dari 10. Skor VIF lebih dari 10 menunjukkan bahwa ada multikolinieritas. Selain itu, jika nilai toleransi mendekati 1

menunjukkan bahwa tidak ada gejala multikolinearitas, dan jika nilai toleransi lebih rendah menunjukkan bahwa tidak ada multikolinearitas (Lupiyoadi & Ikhsan, 2015:142).

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

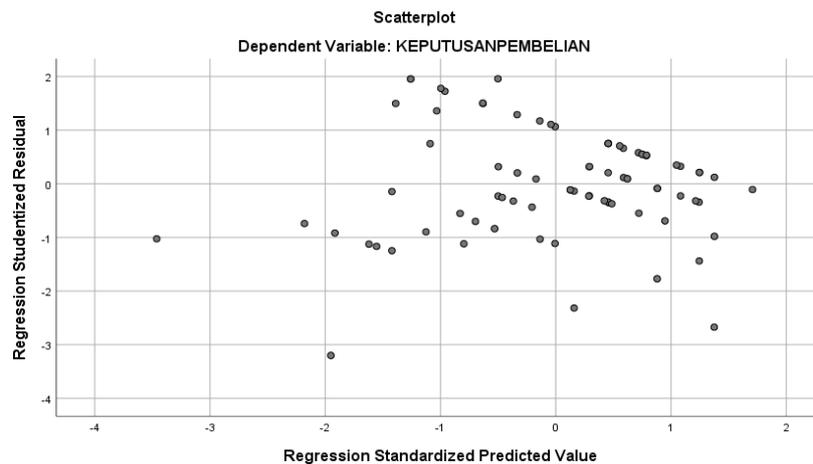
Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Produk (X ₁)	0,710	1,409	Bebas Multikolinearitas
Harga (X ₂)	0,578	1,730	Bebas Multikolinearitas
Desain (X ₃)	0,468	2,136	Bebas Multikolinearitas

Variabel Dependen: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Olah Data Kuesioner 2024

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Menurut hasil dari penelitian Sanjaya dan Hidayat (2018) "tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah mendeteksi apakah terdapat ketidaksamaan model regresi dari residual satu penelitian ke penelitian lain". Apabila varian tetap mendukung pola tersebut, maka heteroskedastisitas tidak dapat diasumsikan. Disebut homoskedastisitas jika varian antara residual penelitian yang satu dengan penelitian yang lain adalah konstan. Jika suatu model regresi menunjukkan homoskedastisitas atau tidak ada heteroskedastisitas, maka model tersebut secara umum dianggap sangat baik. Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa titik-titik tersebut tidak memiliki pola yang jelas atau tidak menentu. Selanjutnya model regresi tidak menunjukkan efek samping heteroskedastisitas, jadi tidak terjadi gangguan yang besar pada model regresi ini (bebas heteroskedastisitas).



Gambar 1. Hasil Pengujian Heteroskedastisitas

Sumber : Hasil Olah Data Kuesioner 2024

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil analisis regresi linier berganda didapatkan rumus model analisis regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 3,634 + 0,206X_1 + 0,372X_2 + 0,209X_3 + 2,442$$

Keterangan :

Y = Variabel keputusan pembelian

X₁ = Variabel kualitas produk

X₂ = Variabel harga

X₃ = Variabel desain

e = Error

α = Konstanta

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen berikut

- 1) Jika kualitas produk, harga, dan desain semuanya nol, maka nilai keputusan pembelian adalah sebesar 3,634 yang ditunjukkan dengan nilai konstanta sebesar 3,634.
- 2) Nilai koefisien kualitas produk sebesar 0,206 bernilai positif dan menunjukkan hubungan searah. Artinya jika nilai kualitas produk naik sebesar satu persen maka nilai keputusan pembelian akan naik sebesar 0,206. Sebaliknya jika nilai kualitas produk turun sebesar satu persen maka nilai keputusan pembelian akan turun sebesar 0,206. Dengan asumsi desain dan harga sama.
- 3) Koefisien biaya senilai 0,372 (positif menunjukkan hubungan searah) menyatakan bahwa apabila nilai keputusan pembelian akan naik sebesar 0,372 jika harga mengalami kenaikan sebesar 1%, begitu pula sebaliknya.
- 4) Koefisien desain bernilai 0,209 (positif menunjukkan hubungan searah) menyatakan bahwa nilai keputusan pembelian akan bertambah 0,209 jika desain mengalami kenaikan sebesar 1% begitu pula sebaliknya nilai keputusan pembelian akan berkurang sebesar 0,209 jika desain mengalami penurunan sebesar 1%. Dengan asumsi nilai kualitas produk dan harga sama.

Hasil Uji t Parsial

Tabel 3. Hasil Uji t (Parsial)

Variabel	T_{hitung}	Sig	Keterangan
(Constant)	1,488	0,141	
Kualitas Produk (X1)	1,949	0,055	Tidak berpengaruh
Harga (X2)	2,567	0,012	Berpengaruh
Desain (X3)	1,127	0,263	Tidak berpengaruh

Sumber : Hasil Olah Data Kuesioner 2024

Untuk melakukan uji t pada setiap variabel bebas diperlukan t_{tabel} . Hasil t_{tabel} berada pada tingkat signifikan 5% atau 0,05 dengan dengan tingkat peluang $(80-2) = 78$, maka di perbolehkan $t_{tabel} = 2,199$ jadi pengujiannya sebagai berikut :

1) Pengujian Hipotesis Pertama (H_1)

Berdasarkan tabel 4.13, hasil uji t (parsial) untuk variabel kualitas produk menunjukkan bahwa kualitas produk tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, dengan nilai t_{hitung} sebesar 1,949 lebih rendah dari nilai t_{tabel} 2,199, yang menunjukkan bahwa kualitas produk tidak memiliki pengaruh dan signifikansi terhadap keputusan pembelian, sehingga hipotesis pertama (H_1) ditolak.

2) Pengujian Hipotesis Kedua (H_2)

Harga berdampak pada keputusan pembelian, menurut hasil uji t parsial, tabel 4.13, dengan t_{hitung} 2,567 lebih besar dari t_{tabel} (2,199). Harga memiliki pengaruh dan signifikansi terhadap keputusan pembelian, karena nilai signifikansi kualitas produk 0,012 lebih rendah dari nilai yang ditetapkan, yaitu 0,05. Dengan demikian, hipotesis ketiga (H_2) diterima.

3) Pengujian Hipotesis Ketiga (H_3)

Menurut hasil uji t (parsial) di tabel 4.13, desain tidak mempengaruhi keputusan pembelian, dengan t_{hitung} sebesar 1,127 lebih rendah dari t_{tabel} (2,199), menunjukkan bahwa desain tidak mempengaruhi keputusan pembelian. Hipotesis kedua (H_3) ditolak karena desain tidak berdampak signifikan pada keputusan pembelian karena nilai signifikansi 0,263 lebih besar dari yang ditetapkan, yaitu 0,05.

Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Tujuan uji koefisien determinasi ini adalah untuk mengetahui seberapa baik kemampuan model untuk menjelaskan variabel independen terhadap variabel dependen. Uji ini menggunakan nilai R square (R^2). Berdasarkan gambar 4.3 hasil pengujian koefisien determinasi, diperoleh nilai koefisien determinasi pada nilai R Square (R^2) sebesar 0,323. Artinya, 32,3% keputusan pembelian dapat ditentukan oleh variabel independen, khususnya kualitas produk, harga, dan desain. Sementara itu, sisa 67,7% keputusan pembelian dipengaruhi oleh berbagai faktor yang tidak dianalisis dalam penelitian ini, seperti citra merek, promosi dan lain-lain.

Tabel 4. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R^2) Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,569 ^a	,323	,297	1,853

Sumber : Hasil Olah Data Kuesioner 2024

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian variabel kualitas produk (X_1) mengatakan bahwa variabel kualitas produk menunjukkan hasil yang tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor New Honda Vario 125 di Kabupaten Lumajang. Dan hasil penelitian tersebut, mendukung teori "Theory of Planned Behavior" atau teori perilaku terencana dari Ajzen, (2011) yang mengatakan bahwa sikap terhadap perilaku merupakan pokok penting yang sanggup memperkirakan suatu perbuatan, meskipun demikian perlu dipertimbangkan sikap seseorang dalam menguji norma subjektif serta mengukur kontrol perilaku persepsian orang tersebut.

Hasil penelitian ini menolak teori yang dikemukakan oleh pendapat Kotler dan Keller (2016:37) "kualitas produk ini adalah kemampuan produk untuk melakukan tugasnya, kemampuan ini meliputi kekokohan, kehandalan dan ketelitian yang dicapai produk secara menyeluruh". Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2013:11) "kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam menunjukkan kegunaannya, hal ini termasuk keseluruhan ketahanan, keterjaminan, ketelitian, kemudahan pengoperasian, dan perbaikan produk, juga atribut produk lainnya".

Hasil data pengamatan variabel kualitas produk yaitu: Pernyataan kualitas produk New Honda Vario 125 mampu bertahan dalam jangka waktu yang lama tergantung baiknya perawatan dari pemilik motor. Hal itu menghasilkan jawaban responden yang menyatakan setuju dengan total nilai 37 dan rata-rata 4,22%. Itu terjadi karena karena memang kualitas produk dari sepeda motor New Honda Vario 125 ini akan bertahan lama sesuai deng perawatan pemiliknya. Apabila perawatan dari pemiliknya tersebut sudah cukup baik maka sepeda motor tersebut akan bertahan lebih lama, begitu juga sebaliknya jika pemilik tidak merawat sepeda motor tersebut maka tidak akan bertahan lama atau cepat rusak. Kualitas produk New Honda Vario 125 sudah memberikan model yang bagus dengan fitur terbarunya. Hal itu menghasilkan jawaban dari responden dengan total nilai 42 dan nilai rata-rata sebesar 4,40%. Hal ini terjadi karena konsumen lebih tertarik untuk membeli sepeda motor New Honda Vario 125 dengan model terbaru agar terlihat lebih modern dan kekinian agar tidak ketinggalan zaman. Alasannya karena model terbaru pada sepeda motor New Honda Vario 125 yaitu dapat dilihat dari bentuknya yang berbeda dari pada yang dulu. Selain itu kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian sesuai dengan pernyataan ini yaitu karena konsumen cenderung memilih sepeda motor merek lain karena model dan fitur-fiturnya yang lebih bagus dan canggih.

Kualitas New Honda Vario 125 sudah menjadi andalan dalam dunia otomotif. Hal itu menghasilkan jawaban setuju dari responden dengan total nilai 43 dan nilai rata-rata sebesar 4,13%. Pernyataan ini terjadi karena sepeda motor New Honda Vario 125 sudah terbukti keunggulannya dalam dunia otomotif, sehingga konsumen tertarik untuk melakukan pembelian karena selain kualitas produknya, desain dan fitur-fitur terbarunya yang dapat menarik minat konsumen. New Honda Vario 125 sudah menyesuaikan spesifikasi dari segi kualitas produk. Hal itu menghasilkan jawaban sangat setuju dari responden dengan total nilai 45 dan nilai rata-rata sebesar 4,06%. Hal itu terjadi karena kualitas produk sepeda motor New Honda Vario 125 memang memiliki mutu dan tingkat keunggulan dan sesuai dengan spesifikasi yang sudah banyak diketahui oleh masyarakat. New Honda Vario 125 memberikan kualitas tampilan warna dan desain yang menarik untuk konsumen. Hal itu menghasilkan jawaban sangat setuju dari responden dengan total nilai 44 dan nilai rata-rata sebesar 4,16%. Hal itu terjadi karena

konsumen lebih tertarik untuk membeli sepeda motor New Honda Vario 125 dengan pilihan warna dan desain dari produk tersebut yang menarik agar terlihat lebih modern dan kekinian agar tidak ketinggalan zaman.

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor New Honda Vario 125 di Kabupaten Lumajang. Kualitas produk tidak mempengaruhi keputusan pembelian karena tidak menjadi prioritas utama seorang konsumen membeli sepeda motor New Honda Vario 125. Besar kemungkinannya pembeli tidak akan selalu membeli suatu produk meskipun produk tersebut berkualitas tinggi. Dengan demikian, konsumen lebih mempertimbangkan hal lain selain kualitas produk, seperti harga, brand image, citra merek, dan lain-lain. Keadaan ini menunjukkan bahwa kualitas produk tidak menjadi faktor penting konsumen dalam melakukan keputusan pembelian di kabupaten Lumajang. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian terdahulu yaitu, Tina Martini (2016) dengan judul penelitian "Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Merek Honda Jenis Skutermatic". Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Nur Arifa, Hartono, dan Tri Palupi Robustin (2018) judul penelitiannya adalah "Kualitas Produk dan Harga serta Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Kasus Mahasiswi STIE Widya Gama Lumajang)". Diindikasikan, hasil secara parsial menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian variabel harga (X_2) mengatakan bahwa variabel harga menunjukkan hasil yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor New Honda Vario 125 di Kabupaten Lumajang. Hal ini terjadi karena sebelum melakukan keputusan pembelian suatu produk khususnya sepeda motor banyak yang lebih memperhatikan harga yang mana harga yang relatif lebih murah akan mampu mendorong seseorang untuk melakukan keputusan pembelian. Hal tersebut mendukung teori "Theory of Planned Behavior" dari Ajzen, (Ajzen, 1991:180) yang menyatakan bahwa niat untuk melaksanakan perbuatan tertentu diakibatkan oleh tiga alasan, yaitu sikap terhadap perilaku, norma subyektif dan kontrol perilaku persepsian. Dalam penelitian juga mendukung teori yang dikemukakan oleh pendapat Alma (2018:171) mendefinisikan harga sebagai barang yang dinyatakan dalam satuan moneter. Harga merupakan faktor penting dalam pengambilan keputusan pembelian. Harga adalah nilai tukar yang dapat diubah menjadi uang atau barang lain sebagai imbalan atas keuntungan yang diperoleh dari suatu barang atau jasa pada waktu dan tempat tertentu bagi seseorang atau kelompok.

Hasil data pengamatan variabel harga yaitu: Pernyataan harga sepeda motor New Honda Vario 125 sangat terjangkau dengan daya beli konsumen menghasilkan jawaban responden yang menyatakan setuju dengan total nilai 44 dan rata-rata 4,33%. Karena itu konsumen pastinya sudah pernah merasakan kualitas dari sepeda motor New Honda Vario 125 ini sebelumnya, sehingga harga bukan menjadi hambatan seseorang untuk melakukan keputusan pembelian. Sehingga pernyataan tersebut dikatakan harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor New Honda Vario 125 di Kabupaten Lumajang. Kesesuaian harga sepeda motor New Honda Vario 125 dapat dilihat dari segi kualitas produknya. Hal itu menghasilkan jawaban dari responden dengan total nilai 42 dan nilai rata-rata sebesar 4,40%. Hal ini terjadi karena memang kesesuaian harga dengan kualitas produk dari sepeda motor New Honda Vario 125 ini sangat penting dan tentunya menjadi bahan pertimbangan konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian. Sehingga pernyataan tersebut dikatakan harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor New Honda Vario 125 di Kabupaten Lumajang. Harga sepeda motor New Honda Vario 125 mampu bersaing dengan harga sepeda motor merek lain. Hal itu menghasilkan jawaban setuju dari responden dengan total nilai 39 dan nilai rata-rata sebesar 4,30%. Karena itu konsumen lebih tertarik untuk mempertimbangkan membeli sepeda motor New Honda Vario 125 dari segi harganya yang mana harga yang ditawarkan lebih murah dari pada pesaing, sehingga hal inilah yang membuat konsumen tertarik untuk melakukan pembelian sepeda motor New Honda Vario

125. Saya harus memiliki voucher untuk mendapatkan potongan harga pembelian New Honda Vario 125. Hal itu menghasilkan jawaban sangat setuju dari responden dengan total nilai 40 dan nilai rata-rata sebesar 4,41%. Hal itu terjadi karena voucher diskon atau potongan harga sangat diminati konsumen, karena dengan adanya diskon tersebut pembelian sepeda motor bisa menjadi lebih murah. Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor New Honda Vario 125 di Kabupaten Lumajang. Harga mempengaruhi keputusan pembelian karena konsumen cenderung tidak terlalu memperhatikan harga kalau sepeda motor New Honda Vario 125 ini dibeli sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian terdahulu yaitu, Nur Arifa, Hartono, dan Tri Palupi Robustin Pengaruh (2018) dengan judul kualitas produk dan harga serta word of mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Kasus Mahasiswi STIE Widya Gama Lumajang). Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Tina Martini (2016) judul penelitiannya adalah "pengaruh harga, kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor merek honda jenis skutermatic". Diindikasikan, hasil secara parsial menunjukkan bahwa harga dan desain produk mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Desain Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian variabel desain (X_3) mengatakan bahwa variabel desain menunjukkan hasil yang tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor New Honda Vario 125 di Kabupaten Lumajang. Hal tersebut dapat peneliti jelaskan bahwa desain terbaru dari New Honda Vario 125 ini tidak menjamin konsumen memilih untuk membeli atau menggunakannya. Karena persaingan dunia otomotif semakin meningkat, serta diluar sana masih banyak jenis-jenis sepeda motor merek lain yang jauh lebih bagus dari segi desain seperti Nmax, PCX, Aerox dan lain-lain. Dan hasil penelitian tersebut, mendukung teori "Theory of Planned Behavior" atau teori perilaku terencana dari Ajzen, (2011) yang mengatakan bahwa sikap terhadap perilaku merupakan pokok penting yang sanggup memperkirakan suatu perbuatan, meskipun demikian perlu dipertimbangkan sikap seseorang dalam menguji norma subjektif serta mengukur kontrol perilaku persepsian orang tersebut.

Hasil penelitian ini menolak teori yang dikemukakan oleh pendapat (Kotler dan Keller, 2017:396) desain adalah fitur utama yang meningkatkan kemampuan produk untuk dilihat, didengar, dan berfungsi bagi pelanggan. Desain produk biasanya berupa tampilan karakteristik produk yang jelas, menarik, dan sesuai dengan produk terkait yang dijual terpisah. Hasil data pengamatan variabel harga yaitu: Pernyataan Saya memilih sepeda motor New Honda Vario 125 ini karena mempunyai banyak varian warna yang kekinian dan bentuk bodi yang menarik. menghasilkan jawaban responden yang menyatakan setuju dengan total nilai 44 dan rata-rata 4,33%. Karena itu konsumen konsumen lebih tertarik untuk membeli sepeda motor New Honda Vario 125 dengan pilihan warna dan bentuk bodi yang menarik agar terlihat lebih modern dan kekinian agar tidak ketinggalan zaman. Alasannya karena model terbaru pada sepeda motor New Honda Vario 125 yaitu dapat dilihat dari bentuknya yang berbeda dari pada yang dulu. New Honda Vario 125 mempunyai fitur-fitur terbaru dibandingkan produk lain sehingga dapat menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian. Hal itu menghasilkan jawaban dari responden dengan total nilai 42 dan nilai rata-rata sebesar 4,40%. Hal ini terjadi karena memang kesesuaian harga dengan kualitas produk dari sepeda motor New Honda Vario 125 ini sangat penting dan tentunya menjadi bahan pertimbangan konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian. Sehingga pernyataan tersebut dikatakan harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor New Honda Vario 125 di Kabupaten Lumajang.

Saya memilih sepeda motor New Honda Vario 125 karena memiliki mutu yang sesuai. Hal itu menghasilkan jawaban setuju dari responden dengan total nilai 39 dan nilai rata-rata sebesar 4,30%. Karena itu konsumen lebih tertarik untuk mempertimbangkan membeli sepeda motor New Honda Vario 125 dari segi harganya yang mana harga yang ditawarkan lebih murah dari pada

pesaing, sehingga hal inilah yang membuat konsumen tertarik untuk melakukan pembelian sepeda motor New Honda Vario 125.

New Honda Vario 125 ini memiliki ciri-ciri produk yang bagus serta mempunyai model produk yang cukup praktis dan mengesankan. Hal itu menghasilkan jawaban sangat setuju dari responden dengan total nilai 40 dan nilai rata-rata sebesar 4,41%. Hal itu terjadi karena voucher diskon atau potongan harga sangat diminati konsumen, karena dengan adanya diskon tersebut pembelian sepeda motor bisa menjadi lebih murah. Dapat disimpulkan bahwa desain tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor New Honda Vario 125 di Kabupaten Lumajang. Desain tidak mempengaruhi keputusan pembelian karena konsumen cenderung lebih memperhatikan brand image atau citra merek dari pada desain terbaru yang di keluarkan oleh sepeda motor New Honda Vario 125 ini. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian terdahulu yaitu, Irfan Rizqullah Ariella (2018) dengan judul pengaruh kualitas produk, harga produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian konsumen mazelnid, dengan hasil penelitiannya bahwa variabel desain tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Muhammad Husni Rijal Khusyairi, Ninik Lukiana, H. Hartono (2018) judul penelitiannya adalah "Pengaruh Desain Produk, Positioning dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Honda pada UD. Karunia Sejahtera Motor Lumajang". Diindikasikan, hasil secara parsial menunjukkan bahwa desain produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Muhammad Husni Rijal Khusyairi, Ninik Lukiana, H. Hartono (2018) judul penelitiannya adalah "Pengaruh Desain Produk, Positioning dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Honda pada UD. Karunia Sejahtera Motor Lumajang". Diindikasikan, hasil secara parsial menunjukkan bahwa desain produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan di atas maka dapat diperoleh beberapa kesimpulan dari pengujian kualitas produk, harga dan desain terhadap keputusan pembelian sepeda motor New Honda Vario 125 di Kabupaten Lumajang sebagai berikut : a) Kualitas produk tidak mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor New Honda Vario 125 di Kabupaten Lumajang. Hipotesis yang diajukan, yang menyatakan bahwa kualitas produk tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, tidak didukung oleh penelitian ini. Kualitas produk sepeda motor New Honda Vario 125 sudah baik, namun sepeda motor New Honda Vario 125 perlu meningkatkan kembali kualitas dari produknya agar dapat menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap sepeda motor New Honda Vario 125 ini, karena semakin tinggi kualitas produk yang ada dalam produk maka besar kemungkinan konsumen akan melakukan pembelian produk tersebut. Atas kondisi ini disarankan perusahaan supaya dapat mempertahankan kualitas produknya dan lebih fokus pada inovasi dan pengembangan produk untuk memastikan kualitas yang superior. b) Harga mempengaruhi keputusan pembelian. Hal ini mengartikan bahwa konsumen sangat memperhatikan harga saat melakukan keputusan pembeliannya pada produk sepeda motor New Honda Vario 125 ini. Harga yang di tawarkan oleh sepeda motor New Honda Vario 125 sudah baik, karena sesuai dengan fitur-fitur dan spesifikasi tingkat keunggulan sepeda motor New Honda Vario 125. c) Desain tidak mempengaruhi keputusan pembelian. Hipotesis yang diajukan, yang menyatakan bahwa desain tersebut tidak berdampak pada pilihan pembelian tidak didukung oleh penelitian ini. Desain yang ditawarkan oleh sepeda motor New Honda Vario 125 sudah baik, namun sepeda motor New Honda Vario 125 perlu meningkatkan kembali desain dari produknya agar dapat menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap sepeda motor New Honda Vario 125 ini, karena jika konsumen mengetahui desain dan fitur-fitur terbaru yang ada dalam produk sepeda motor New Honda Vario 125 maka besar kemungkinan konsumen akan melakukan pembelian produk tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, I., Wirawan, R., & Irdiana, S. (2019) Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Pada Indomaret di Kecamatan Lumajang. *Jurnal Riset Manajemen*, 2(1), 38-44.
- Ajzen. (1991). *"Attitudes, Personality, & Behavior"*. DorseyPress
- Alfriansyah, M. A. (2022). Pengaruh variabel Kualitas Produk, Harga dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 11(11), 1-18.
- Algifari. 2015. *Metode Penelitian*.
- Alma, Buchari. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Ariella, I. R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 3(2), 215- 221.
- Arifa, N. Hartono., & Robustin, T. R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga serta *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Kasus Mahasiswi STIE Widya Gama Lumajang). *Jurnal Riset Manajemen*, 1(1), 54-63.
- Ghozali, I. (2020). *25 grand theory teori besar ilmu manajemen, akuntansi, dan bisnis*. Yoga Pratama.
- Harti (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Batik Tulis Jetis Sidoarjo. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 1(1), 1-9.
- Irawan, R., Nawangsih., & Sulistyan, R. B. (2019). Pengaruh Promosi, Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Onderdil Astra Honda Motor (AHM) pada UD. Rasa Motor di Lumajang. *Jurnal Riset Manajemen*, 2(1), 121-129.
- Kotler dan Armstrong. (2015). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition*. England : Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Bandung: PT. Indeks. Kotler. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler, Philip and Keller, 2012. *Marketing Management*, New Jersey.
- Laksana, I. J. (2021). Pengaruh Desain Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Sepeda Motor *Matic* Yamaha Fino Kecamatan Rimbo Bujang Kabupaten Tebo). *Jurnal Manajemen Sains*, 1(1), 1-11.
- Maghfiro, M., Robustin, T. P., & Fauziah, A. (2023). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Prodek Terhadap Keputusan Pembelian *Lezza Chicken Nugget* di Toko Berkah Abadi Lumajang. *Jobman: Journal of Organization and Business Manajement*, 6(2), 415-423.
- Martini. T. (2015). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Merek Honda Jenis Skutermatic. *Jurnal Penelitian*, 9 (1), 1-20.
- Naufal, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda ADV 150, 1(1), 67-98.
- Paramita, R. W. D. , & Rizal, N. (2018). *Metode penelitian Kualitatif: Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Bagi Mahasiswa* (Edisi Kedua). DIY: Azyan Mitra Media.
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistiyani, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. 3rd ed.
- Puspita, Y. D., & Rahmawan, G. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier. *Jurnal Sinyal Manajemen*, 8(2), 98-104.
- Priambodo, P. D., Jariah, A., & Hidayat, Z. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Penggunaan *Smartphone* Xiaomi Sebagai Daily Driver Oleh Mahasiswa ITB Widya Gama Lumajang. *Jobman: Journal of Organization and Business Manajement*, 5(1), 31-36.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Ketigabelas* Jilid Dua, (Jakarta: Erlangga, 2008), 76-77.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish

- Sari, D. M. K. (2017). Analisis Pengaruh Desain Produk Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Fino 125 Di Dealer Timbul Jaya Kediri. *Simki-Economic*, 1(3), 1-11.
- Sari, Y. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Beat (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara). 1(1). 56-68.
- Sugiyono. (2015c). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)* (Sutopo (ed.); Edisi 2). Alfabeta.
- Sugiyono. (2017a). *Metode Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017b). *Metode Penelitian Bisnis (sofia yustiyani Suryandari (ed.); ke-3)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan r&d*. Alfabeta.
- Supriyatna. Y. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Desain Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Yamaha Mio Di Kota Cilegon). *Sains Manajemen: Jurnal Manajemen Unsera*, 6(1), 36-50.
- Tannia, P. V., & Yulianthini N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Merek PCX. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. 3(2). 87- 94.
- Tjiptono. (2016). *Pemasaran Esensi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset. Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (Andi (ed.)).
- Tjiptono, F., & Anastasia, D. (2016a). *Pemasaran Esensi & Aplikasi* (Andi (ed.)). Tjiptono, F., & Anastasia, D. (2016b). *Pemasaran Esensi & Aplikasi* (Andi (ed.))