

Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Cabang Urip Sumoharjo Kota Makassar

Darmawansah, Ulfa Natsir, Jahara, Nurfadillah, Itiara

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas produk dan citra merek berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Motor Yamaha Cabang Urip Sumoharjo Kota Makassar, untuk mengetahui kualitas produk dan citra merek secara berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian pada Motor Yamaha Cabang Urip Sumoharjo Kota Makassar. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan deskriptif kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda dan menggunakan program SPSS for Windows 25. Data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer yang bersumber dari hasil kuesioner yang diisi oleh responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Motor Yamaha Cabang Urip Sumoharjo Kota Makassar, dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ 4,788 < 1,681 dengan signifikansi 0,00 > 0,05. dan citra merek berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan pembelian pada Motor Yamaha Cabang Urip Sumoharjo Kota Makassar. Dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ 4,788 > 1,681. Dan mempunyai pengaruh secara simultan dengan nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ 11,67 > 2,59 dan nilai signifikansi -837 < 0,05.

Kata kunci: Citra Merek, Keputusan Pembelian Motor

Copyright (c) 2024 **Darmawansah**

PENDAHULUAN

Industri otomotif di Indonesia, khususnya pasar sepeda motor, mengalami perkembangan pesat seiring dengan meningkatnya kebutuhan transportasi masyarakat. Sepeda motor menjadi pilihan utama bagi banyak orang karena kepraktisan, efisiensi biaya, serta kemampuannya menjangkau berbagai medan, terutama di kota-kota besar seperti Makassar. Dalam kondisi pasar yang semakin kompetitif, berbagai perusahaan otomotif berlomba-lomba meningkatkan kualitas produk dan memperkuat citra merek mereka guna menarik perhatian dan kepercayaan konsumen. Yamaha, salah satu merek terkemuka di Indonesia, terus berupaya mempertahankan posisinya di pasar melalui inovasi produk dan strategi pemasaran yang berbasis citra merek. (Ilahi & Asike, 2023)

Kualitas produk merupakan salah satu faktor utama yang diperhatikan oleh konsumen dalam memilih sepeda motor. Konsumen cenderung mempertimbangkan aspek seperti ketahanan mesin, desain, performa, serta efisiensi bahan bakar. Yamaha sebagai produsen motor berusaha memberikan kualitas yang unggul melalui pengembangan teknologi dan desain yang sesuai dengan kebutuhan konsumen

Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian....

Indonesia. Namun, kualitas produk saja belum cukup untuk memenangkan persaingan di pasar otomotif yang sangat dinamis. (Ilahi et al., 2023)

Selain kualitas produk, citra merek juga memainkan peran penting dalam memengaruhi keputusan pembelian. Citra merek Yamaha sebagai merek yang kuat, modern, dan terpercaya dapat meningkatkan daya tarik produk mereka di mata konsumen. Citra merek yang positif tidak hanya membangun loyalitas konsumen tetapi juga memberikan rasa bangga bagi konsumen yang menggunakan produk Yamaha. Oleh karena itu, Yamaha Cabang Urip Sumoharjo di Kota Makassar perlu memahami seberapa besar pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen agar dapat mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar mereka di wilayah tersebut. (Arifuddin & Alimuddin, 2023)

Namun, meskipun kualitas produk dan citra merek dianggap berperan penting dalam memengaruhi keputusan pembelian, sejauh mana kedua faktor ini memengaruhi keputusan konsumen di Cabang Urip Sumoharjo Kota Makassar belum diteliti secara mendalam. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian motor Yamaha di cabang tersebut. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan panduan bagi Yamaha dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif, meningkatkan daya saing, dan menciptakan loyalitas konsumen di pasar Makassar. (Sofian et al., 2023)

METODE

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan survei untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian motor Yamaha di Cabang Urip Sumoharjo, Kota Makassar. Populasi penelitian terdiri dari seluruh konsumen yang membeli motor Yamaha di cabang tersebut, dengan sampel sebanyak 100 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner berformat skala Likert 1-5 yang mengukur kualitas produk, citra merek, dan keputusan pembelian. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda untuk menguji pengaruh simultan antara variabel independen dan dependen, setelah melalui uji asumsi klasik untuk memastikan kelayakan analisis. Hasil penelitian diinterpretasikan untuk memberikan pemahaman tentang dampak signifikan dari kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian, serta diakhiri dengan kesimpulan dan rekomendasi untuk pengelola dan perusahaan. (Darmawan & Latifah, 2013)

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

Pada uji t atau parsial untuk menganalisis apakah kualitas produk (X1), citra merek (X2), berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Uji t dikerjakan dengan cara membandingkan nilai t hitung dengan t tabel dari setiap variabel. Hasil ujinya dapat kita lihat

pada table I di bawah ini:

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.735	2.706		2.489	.017
	KUALITAS PRODUK	.352	.074	.595	4.788	.000
	CITRA MEREK	-.031	.149	-.026	-.027	-.837

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Variabel dependen disebutkan berpengaruh, jika t hitung $>$ t tabel atau signifikan $<$ 0.05. Dari tabel diatas, maka uji t dari setiap variabel dikerjakan dengan cara di bawah ini :

a. Merumuskan hipotesis :

H_0 :Terdapat pengaruh antara variabel Kualitas produk (X_1), dan variabel Citra merek (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y). H_a : Terdapat pengaruh antara antara variabel Kualitas produk (X_1), dan Citra merek (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Menentukan signifikanTingkat signifikannya yaitu 0,05 ($\alpha=5\%$)

b. Menentukan t hitung :

Nilai t hitung Kualitas produk (X_1) = 4.788, dan Citra merek (X_2) = -0.027 diperoleh dari output tabel Coefficient.

c. Menentukan t tabel :

t tabel = ($\alpha/2 ; n-k-1$)

Nilai t tabel diperoleh dari tabel statistik, tabel t dengan signifikansi 0,05 dan derajat kebebasan ($n-k-1$) dimana " n " adalah jumlah sampel dan " k " adalah jumlah variabel. Jadi derajat kebebasannya $45-3-1 = 41$, maka diperoleh nilai t tabel = 1.681.

t hitung (X_1) = 4.788

t hitung (X_2) = -0.027

d. Keriteria pengujian :

1. Jika t hitung $>$ t tabel, maka terdapat pengaruh.

2. Jika t hitung $<$ t tabel, maka tidak terdapat pengaruh.

Maka dari nilai yang diperoleh dapat dijelaskan :

a. Nilai signifikan pengaruh Kualitas produk (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung 4.788 $<$ t tabel 1.681. Hingga disimpulkan bahwa terdapat pengaruh dan signifikan antara variabel Kualitas produk (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

b. Nilai signifikan pengaruh Citra merek (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar $-0,837 < 0,05$ dan nilai t hitung $-0,027 >$ t tabel 1.681. Hingga disimpulkan bahwa terdapat pengaruh dan signifikan antara variabel Endorsement (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

b. Uji F (Pengujian Hipotesis secara Simultan)

Analisis ANOVA berfungsi menguji signifikan variabel independen secara simultan atau secara bersama-sama terhadap variabel dependen, pengujian hipotesis secara simultan dikerjakan dengan cara membandingkan f hitung dengan f tabel. Uji F dapat kita lihat pada table II di bawah ini:

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	43.794	2	21.897	1167	.000 ^b
	Residual	80.206	42	1.910		
	Total	124.000	44			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK

Tahap uji f sebagai berikut :

a. Merumuskan hipotesis :

H_0 : Tidak terdapat pengaruh antara Kualitas produk (X_1), dan variable Citra merek (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

H_a : Terdapat pengaruh antara Kualitas produk (X_1), dan variabel Citra merek (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Menentukan f hitung dan signifikan Nilai f hitung 11.67 dan signifikan 0.000 diperoleh dari output tabel Anova.

b. Menentukan f tabel

Nilai f tabel diperoleh dari tabel statistik, tabel f dengan signifikansi 0,05 menggunakan rumus f tabel = $(k;n-k)$ dimana " k " adalah jumlah variable independen sementara " n " adalah jumlah sampel. Jadi $f (4;45-2) = (4;43)$, maka diperoleh nilai f tabel 2.59.

c. Keriteria pengujian

1. Jika f hitung $>$ f tabel, maka terdapat pengaruh.

2. Jika f hitung $<$ f tabel, maka tidak terdapat pengaruh. 43

Maka dari nilai yang diperoleh dapat dijelaskan :

Dari output diatas nilai signifikan pengaruh Kualitas produk (X_1), dan Citra merek (X_2) secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y) $0,000 < 0,05$ dan nilai f hitung $11.67 >$ f tabel 2.59 hingga disimpulkan bahwa terdapat pengaruh Kualitas produk (X_1), dan Citra merek (X_2) secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Pembahasan

Dari hasil analisis data statistik, dari hasil perhitungan t tabel dimana, t hitung $>$ t tabel ($4.788 > 1.681$) dan signifikan $< 0,05$ ($0.000 < 0,05$), ini membuktikan terdapat pengaruh dan signifikan antara Kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian motor yamaha . Artinya bahwa Kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian. Variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian Motor Yamaha Cabang Urip Sumoharjo Kota Makassar karena beberapa Faktor. Misalnya, kelebihan dari kualitas produk yang bersifat kenyamanan atau keamanan yang telah membuat minsed konsumennya lebih percaya terhadap produk Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian....

Motor Yamaha Cabang Urip Sumoharjo Kota Makassar dan hal ini mempengaruhi keputusan pembelian karena biasanya dipengaruhi oleh kebutuhan, preferensi, dan kepercayaan merek. Selain itu, dalam konteks otomotif, kualitas yang baik, lebih mungkin memengaruhi pengguna daripada kualitas produk tradisional. Jadi, peran variabel kualitas produk bisa terlihat terbatas dalam memengaruhi keputusan pembelian di platform ini.

Pengaruh Citra merek terhadap Keputusan Pembelian. Dari hasil analisis data statistik, dari hasil perhitungan t tabel dimana, t hitung > t tabel ($4.788 > 1.681$) dan signifikan < 0,05 ($-837 < 0,05$), ini membuktikan terdapat pengaruh dan signifikan antara Citra merek terhadap Keputusan Pembelian mobil Motor Yamaha Cabang Urip Sumoharjo Kota Makassar. Artinya bahwa Variabel citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian Motor Yamaha Cabang Urip Sumoharjo Kota Makassar karena memberikan insentif langsung kepada pengguna untuk membeli produk. Citra merek seringkali memicu perilaku pembelian impulsif, terutama ketika ditampilkan secara menarik dalam konten di sosmed. Selain itu, pengguna mobil cenderung responsif terhadap tawaran promosi yang eksklusif atau terbatas, yang sering kali disertakan dalam kampanye citra merek. Dengan atmosfer yang dinamis dan cepat berubah di sosmed, citra merek dapat memicu sensasi

mendesak yang mendorong pengguna untuk segera beraksi, meningkatkan kemungkinan pembelian produk atau layanan tersebut.

Pengaruh Kualitas produk, dan Citra merek terhadap Keputusan Pembelian. Dari hasil analisis data statistik, dan hasil f tabel dimana, f hitung > f tabel ($11.67 > 2.59$) dan signifikan < 0,05 ($0,000 < 0,05$), ini membuktikan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan

antara Kualitas produk, dan Citra merek terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Cabang Urip Sumoharjo Kota Makassar. Hal ini dikarenakan Kualitas produk berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian karena memberikan manfaat kualitas yang baik dan bernilai kepada konsumen terhadap produk ataupun merek tersebut, sedangkan Citra merek memberikan insentif langsung untuk membeli dan menciptakan dorongan tambahan bagi konsumen untuk segera melakukan pembelian

SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Eksplorasi Kualitas produk, dan Citra merek terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Cabang Urip Sumoharjo Kota Makassar. Dari rumusan masalah penelitian yang diajukan, berdasarkan analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang dikemukakan maka dapat disimpulkan sebagai berikut Secara parsial, Kualitas produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Cabang Urip Sumoharjo Kota Makassar. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian hipotesis uji t dimana, t hitung > t tabel ($4.788 > 1.681$) dan signifikan < 0,05 ($0,000 < 0,05$). Secara parsial Citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian Motor Yamaha Cabang Urip Sumoharjo Kota Makassar. Hal ini ditunjukkan dengan hasil pengujian hipotesis uji t dimana t hitung > t table ($4.249 > 1.681$) dan signifikan < 0,05 ($-837 < 0,05$) Secara simultan, Kualitas produk, dan Citra merek berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Cabang Urip Sumoharjo Kota Makassar Hal ini Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian....

ditunjukkan dengan hasil pengujian hipotesis uji f , dimana f hitung $> f$ table ($24.826 > 2.59$) dan signifikan $< 0,05$ ($0.000 < 0,05$).

Referensi

- Arifuddin, A., & Alimuddin, F. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda di PT Nusantara Sakti. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir*, 1(2), 153–161.
- Darmawan, D., & Latifah, P. (2013). *Metode penelitian kuantitatif*.
- Ilahi, A. A. A., & Asike, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Mobil Rush Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Hadji Kalla Cabang Parepare. *Economics and Digital Business Review*, 4(2), 347–356.
- Ilahi, A. A. A., Serang, S., & Suriyanti, S. (2023). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Nasabah Di PT. Pegadaian Cabang Sidrap. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 6(2).
- Sofian, M. F. B., Hasan, H., & Alimuddin, F. (2023). Influence of Product Quality, Price and Digital Marketing Against Decision Purchase Motorcycle Yamaha in Mayaraya Motor Makassar. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir*, 1(2), 153–161.