

Pengaruh Desain Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy Pada Dealer Tri Mitra Bali Di Gianyar

by Desak Made Yuni Krisna Sudewi

Submission date: 25-Aug-2020 07:41PM (UTC+0700)

Submission ID: 1373859793

File name: jurnal_gek_nina.pdf (127.8K)

Word count: 1203

Character count: 10218

**PENGARUH DESAIN PRODUK DAN CITRA MEREK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA SCOOPY
PADA DEALER TRI MITRA BALI DI GIANYAR**

Oleh :

Desak Made Yuni Krisna Sudewi¹, Ni Nyoman Rusmiati² dan Made Artawan²
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Warmadewa

ABSTRAK

Pemasaran sebuah produk aspek desain merupakan salah satu pembentuk daya tarik terhadap suatu produk karena dapat memberi ciri khas pada merek sebuah produk. Ciri khas dari produk tersebut pada akhirnya akan dapat membedakan dengan produk lainnya. Selain desain, dalam mengambil keputusan konsumen biasanya juga berdasarkan pada pertimbangan merek. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti Pengaruh Desain Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy Pada Dealer Tri Mitra Bali Di Gianyar. Data dikumpulkan dengan metode observasi, wawancara, dokumentasi, kepustakaan, dan kuesioner. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner sebanyak 85 buah diambil dengan metode sampling insidental. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil analisis diperoleh simpulan bahwa, Hasil uji menunjukkan bahwa nilai F-test sebesar 46,376 dengan signifikansi 0,000 lebih kecil dari $(\alpha) = 0,05$ yang berarti bahwa ada pengaruh yang signifikan secara simultan antara desain produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda scoopy pada Dealer Tri Mitra Bali di Gianyar. Dari hasil uji t diperoleh nilai t-hitung untuk variabel desain produk sebesar 5,925 lebih besar dari t-tabel (1,989), berada pada daerah penolakan H_0 , yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti bahwa desain produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda scoopy pada Dealer Tri Mitra Bali di Gianyar dan bukan diperoleh secara kebetulan. Nilai t hitung variabel citra merek sebesar 2,750 lebih besar dari t-tabel (1,989), berada pada daerah penolakan H_0 ,

yang berarti Ho ditolak dan Hi diterima, yang berarti bahwa citra merek secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda scoopy pada Dealer Tri Mitra Bali di Gianyar dan bukan diperoleh secara kebetulan. Adapun saran yang dapat disampaikan terkait hasil penelitian adalah desainnya agar lebih ramping sehingga memudahkan pengendara memarkir kendaraannya, perlu dilakukan promosi agar merek honda scoopy lebih dikenal masyarakat banyak dan lebih meningkatkan kualitas sehingga memberi kenyamanan bagi pengendara, perlu lebih ditingkatkan lagi kualitas agar konsumen merasa puas dalam menggunakan produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan.

Kata kunci : Desain Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian.

PENDAHULUAN

Manajemen pemasaran merupakan suatu disiplin ilmu yang memiliki arti penting dalam dunia usaha, karena semakin majunya teknologi dalam berbagai bidang menuntut setiap orang atau lembaga perusahaan untuk selalu berkompetisi dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan yaitu memperoleh keuntungan yang maksimal dengan pengeluaran yang seminimal mungkin. Banyaknya sarana dan prasarana penunjang usaha yang ada mengakibatkan fokus utama perusahaan lebih ditekankan kepada upaya untuk meningkatkan pemasaran yang ditujukan untuk memuaskan konsumen.

Honda menjadi pabrik yang paling laris dagangannya dengan angka distribusi 2.005.944. Pada tahun lalu Honda juga menduduki peringkat pertama, ini dilihat berdasarkan data distribusi sepeda motor yang dirilis Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) di bulan Maret 2016 menunjukkan adanya pertumbuhan penjualan. Meski distribusi meningkat secara total namun secara merek hanya Honda yang benar-benar mengalami kenaikan jumlah pengiriman motor ke jaringan dealernya. Dari 362.668 unit menjadi 440.171 unit. Hasil ini juga mengukuhkan *market share* Honda pada peringkat pertama di bulan Maret 2016,

di posisi kedua tetap Yamaha, Kawasaki posisi ketiga, Suzuki di posisi keempat dan TVS di posisi kelima. Saat ini sepeda motor sangat diminati oleh masyarakat dan pada zaman yang semakin maju ini sepeda motor hadir dengan inovasi baru. Salah satu inovasi dari sepeda motor saat ini yaitu jenis *matic*, sepeda motor jenis *matic* saat ini menguasai pangsa pasar dengan penjualan yang tinggi. Salah satu sepeda motor jenis *matic* yang terlaris yaitu Honda Scoopy. Tercatat Honda Scoopy memegang penjualan sepeda motor *matic* terbanyak.

Total keseluruhan tipe sepeda motor Honda jenis *matic*, masing-masing tipe sepeda motor selalu mengalami kenaikan dan penurunan jumlah penjualan, tetapi dapat dilihat penjualan sepeda motor Scoopy Fi mendominasi penjualan keseluruhan sepeda motor Honda di Dealer Tri Mitra Bali pada tahun 2019 dengan jumlah 15 tipe dari total keseluruhan penjualan sepeda motor Honda jenis *matic* yang berjumlah 1.554 unit. Dapat dikatakan bahwa salah satu penyebab dari mendominasinya penjualan sepeda motor Honda Scoopy adalah karena desain dari sepeda motor Honda Scoopy ini selalu mengalami perubahan dari masa ke masa, serta Honda memiliki citra yang baik di benak masyarakat atau konsumen. Berdasarkan uraian diatas, maka dilakukanlah penelitian ini dengan judul Pengaruh Desain Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy Pada Dealer Tri Mitra Bali Di Gianyar.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Desain Produk

Kotler dan Keller (2016:10) desain produk adalah totalitas fitur yang mempengaruhi penampilan, rasa, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan.

2. Citra Merek

Citra merek adalah citra yang dibangun dalam alam bawah sadar konsumen melalui informasi dan ekspektasi yang diharapkan melalui produk atau jasa.

Pendekatan yang menyeluruh dalam membangun merek meliputi struktur merek. Bisnis dan manusia yang terlibat dalam produk (Sudaryono, 2016:209).

3. Keputusan Pembelian

Assauri (2016:141) menyatakan keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya. Berdasarkan definisi menurut para ahli, maka dengan demikian keputusan pembelian merupakan keputusan yang harus diambil seseorang ketika dihadapkan dengan dua atau lebih alternatif yang tersedia ketika akan membeli suatu barang/produk.

METODE PENELITIAN

1. Tempat Penelitian dan Obyek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Dealer Tri Mitra Bali yang beralamatkan di Jalan Raya Wanayu, Blahbatuh, Bedulu, Gianyar. Penelitian ini mengambil objek Pengaruh Desain Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy Pada Dealer Tri Mitra Bali Di Gianyar.

2. Populasi dan Sampel

Jumlah populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Dealer Tri Mitra Bali sebanyak 85 orang.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, dan dengan menggunakan instrument berupa kuisioner.

4. Instrumen Penelitian dan Pengujiannya

Uji instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Peneliti-peneliti dalam bidang sosial instrumen penelitian yang sering disusun sendiri termasuk menguji validitas dan reliabilitasnya.

5. Teknik Analisis Data

Uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heterokedastisitas), analisis regresi linier berganda, Uji Secara Simultan (Uji F) dan Uji Secara Parsial (Uji t).

HASIL PENELITIAN

Uji Statistik F (F-test) digunakan untuk menguji signifikansi koefisien regresi sehingga diketahui apakah pengaruh desain produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian adalah memang nyata terjadi (signifikan) atau hanya diperoleh secara kebetulan. Nilai F-test sebesar 46,376 dengan signifikansi 0,000 lebih kecil dari $(\alpha) = 0,05$ yang berarti bahwa ada pengaruh yang signifikan secara simultan antara desain produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda scoopy pada Dealer Tri Mitra Bali di Gianyar.

Uji parsial (uji t) digunakan untuk menguji signifikansi masing-masing koefisien regresi sehingga diketahui apakah pengaruh desain produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian adalah memang nyata terjadi (signifikan) atau hanya diperoleh secara kebetulan. Nilai t-hitung untuk variabel desain produk sebesar 5,925 lebih besar dari t-tabel (1,989), berada pada daerah penolakan H_0 , yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti bahwa desain produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda scoopy pada Dealer Tri Mitra Bali di Gianyar dan bukan diperoleh secara kebetulan. Nilai t-hitung untuk variabel citra merek sebesar 2,750 lebih besar dari t-tabel (1,989), berada pada daerah penolakan H_0 , yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti bahwa citra merek secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda scoopy pada Dealer Tri Mitra Bali di Gianyar dan bukan diperoleh secara kebetulan.

PEMBAHASAN

1. Hasil penelitian menemukan bahwa desain produk mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda scoopy pada Dealer Tri Mitra Bali di Gianyar.
2. Hasil penelitian menemukan bahwa citra merek mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda scoopy pada Dealer Tri Mitra Bali di Gianyar.
3. Hasil penelitian menemukan bahwa desain produk dan citra merek mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda scoopy pada Dealer Tri Mitra Bali di Gianyar.

SIMPULAN DAN SARAN

1. Simpulan

Berdasarkan uraian dari bab sebelumnya dan dari hasil analisis yang telah dilakukan, maka dapat ditarik simpulan berkaitan dengan pengaruh desain produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda scoopy pada Dealer Tri Mitra Bali di Gianyar adalah sebagai berikut :

- a. Desain produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda scoopy pada Dealer Tri Mitra Bali di Gianyar.
- b. Citra merek mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda scoopy pada Dealer Tri Mitra Bali di Gianyar.
- c. Desain produk dan citra merek mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda scoopy pada Dealer Tri Mitra Bali di Gianyar.

2. Saran-saran

Berdasarkan simpulan di atas, maka dapat disarankan pada manajemen Dealer Tri Mitra Bali di Gianyar sebagai berikut:

1. Desain produk sepeda motor honda scoopy pada Dealer Tri Mitra Bali di Gianyar secara keseluruhan adalah baik, namun perlu lebih diperbaiki desainnya agar lebih ramping sehingga memudahkan pengendara memarkir kendaraannya.
2. Citra merek secara keseluruhan adalah baik, namun perlu dilakukan promosi agar merek honda scoopy lebih dikenal masyarakat banyak dan lebih meningkatkan kualitas sehingga memberi kenyamanan bagi pengendara.
3. Keputusan pembelian secara keseluruhan adalah baik, untuk itu perlu lebih ditingkatkan lagi kualitas agar konsumen merasa puas dalam menggunakan produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Assauri, Sofjan. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press.

⁴
Kotler, Philip. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia

Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran, Teori & Implementasi*. Penerbit: CV.ANDI OFFSET, Yogyakarta

Pengaruh Desain Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy Pada Dealer Tri Mitra Bali Di Gianyar

ORIGINALITY REPORT

10%

SIMILARITY INDEX

8%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Warmadewa Student Paper	5%
2	Submitted to Cedar Valley College Student Paper	1%
3	Submitted to General Sir John Kotelawala Defence University Student Paper	1%
4	jurnalmahasiswa.unesa.ac.id Internet Source	1%
5	repository.warmadewa.ac.id Internet Source	1%
6	pt.scribd.com Internet Source	1%

Exclude quotes On

Exclude bibliography On

Exclude matches < 1%

