

## PENGARUH DESAIN PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SUZUKI SATRIA FU 150CC (STUDI PADA PENGGUNA SEPEDA MOTOR SUZUKI SATRIA FU 150CC DI SURABAYA)

Moh Fuaidi Mustofa

Progam Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya

eddyymfm@gmail.com

### Abstract

*In Indonesia youngsters like the motorcycle type of sport. The motorcycle type of sport in production by several companies and experience innovation, such as Suzuki with Suzuki Satria FU 150cc, Honda with New Sonic R 150cc and Yamaha Jupiter MX King 150cc. In 2015 Suzuki innovated on Satria FU 150cc that is on the design of the more sporty and price is expected to be competitive with competitors' sales increased, but the reality of sales continued to decline. This research to purpose analyze and discuss the influence of product design and pricing on purchasing decisions Suzuki Satria FU 150cc.*

*This research is descriptive conclusive research using technique judgmental sampling with the criteria as the motorcycle Suzuki Satria FU 150cc in Surabaya and age 18 until 24. Data collection techniques using questionnaires and distributed to 210 respondents. The scale of measurement in this study using a scale Likert. The analysis technique used multiple regression with program SPSS for windows 16.0.*

*The results showed that there was a significant effect of the variable design product and pricing on purchasing decisions Suzuki Satria FU 150cc by 40%, while the remaining 60% is influenced by other variables outside the research.*

**Keywords:** *Product Design, Price, Purchase Decision*

## PENDAHULUAN

Perkembangan sepeda motor di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun 2012-2015 seperti berita yang di cantumkan oleh AISI pada tahun 2012 sebesar 7.137.663 uni, tahun 2013 sebesar 7.743.879 unit, tahun 2014 sebesar 7.867.195 unit dan pada tahun 2015 sebesar 6.480.155 unit. Dari data tersebut maka kebutuhan transportasi khususnya sepeda motor begitu banyak di sukai masyarakat, oleh sebab itu perusahaan sepeda motor di Indonesia saling berlomba dalam memenuhi kebutuhan pasar.

Di Indonesia ada beberapa perusahaan sepeda motor seperti Honda, Yamaha, Suzuki, Kawasaki, dan KTM. Pada segmen pasar anak muda, penjualan motor lebih dominan pada jenis motor *sport* yang berkapasitas mesin 150cc. Berdasarkan data penjualan pada tahun 2015 yaitu sebagai berikut: New V-ixion sebesar 275.261 (31,5%), Mx King 150cc sebesar 135.816 (15,54%), V-Ixion sebesar 124.451 (14,24%), CB 15OR sebesar 91.823 (10,51%), Satria FU 150cc sebesar 83.882 (9,60%), CBR 150R sebesar 69.420

(8,79%), Verza sebesar 65.949 (7,54%), Yamaha R15 sebesar 48.189 (5,51%) dan New Sonic R 150cc (4,72%).

Dalam perubahan gaya hidup anak muda yang suka akan sepeda motor *sport* dengan tampilan yang *sporty dan ramping*, maka perusahaan berlomba-lomba dalam memenuhi permintaan pasar dengan menyediakan berbagai varian motor *sport* yang cocok untuk anak muda yang bisa tampil keren. Maka Suzuki yang mengeluarkan Suzuki Satria FU 150cc dengan desain yang sesuai dengan gaya anak muda yang ingin tampil beda dan keren. Suzuki Satria FU 150cc bukan satu-satunya sepeda motor bebek *underbone* dengan kapasitas mesin 150cc tetapi ada pesaing dari pabrikan sepeda motor lain yaitu Honda yang mengeluarkan New Sonic R 150cc dan Yamaha dengan Jupiter MX King 150cc.

Berdasarkan data penjualan Suzuki Satria FU 150cc dari tahun 2012-2015, pada tahun 2012 penjualan Suzuki Satria FU 150 cc sebesar 248.277 unit. Sedangkan pada tahun 2013 penjualan Suzuki Satria FU 150cc mengalami peningkatan sebesar 258.051 unit, lalu pada tahun 2014 penjualan Suzuki Satria FU 150cc mengalami penurunan secara signifikan sebesar 101.541 unit dan pada 2015 penjualan Suzuki Satria FU 150cc mengalami penurunan

sebesar 83.882 unit. Pada tahun 2015 Satria Mengalami penurunan omset penjualan yang cukup besar karena pada tahun 2015 ada pesaing dari Yamaha dengan MX King 150cc dan Honda New Sonic R 150cc

Persaingan yang semakin ketat menyebabkan suatu perusahaan menepatkan harus bisa memnuhi dan kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama dalam berbisnis. Menurut Sumarwan (2011:19) para pemasar berkewajiban untuk memahami konsumen serta bisa mengambil keputusan pembelian, sehingga pemasar dapat memproduksi barang dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Pada tahap tersebut produk haruslah mengalami inovasi khususnya pada desain produk bertujuan agar konsumen tertarik pada produk tersebut.

Menurut Kotler dan Keller (2009:10) desain merupakan totalitas fitur yang mempengaruhi bisa di tampilan, rasakan, dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan konsumen. Oleh karena itu desain produk memiliki berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sesuai dengan penelitian yang di lakukan oleh Rinaldi & Yuniarinto (2012), Ngantung (2013) & Mahmud & Alfianto (2014). Penelitian lain yang diteliti oleh Soewito (2013) dan Tumini dkk (2015).

Atas dasar pertimbangan tersebut, Suzuki melakukan inovasi dengan merubah desain Suzuki Satria FU 1500cc yang diharapkan mendorong peningkatan penjualan. Perubahan tersebut terletak pada mesin sudah standart emisi euro 3, tampilan *muffer cover* lebih dinamis pada *body* sepeda motor yang membuat tampilan semkain *sport* dan *safety shutter key* untuk meningkatkan kemandirian kendaraan dari tindak kejahatan hal tersebut di kutip dari [www.suzuki.co.id](http://www.suzuki.co.id). Pada tahun 2015 Suzuki Satria Fu 150cc mengalami inovasi bagian desain produnya di harapkan penjualan mengalami peningktan tetapi kenyataanya mengalami penurunan, dengan keterangan penjualan terbanyak sepeda motor MX king 150cc sebesar 135.816 unit yang kedua Satria FU 150cc sebesar 83.882 unit dan terakhir New Sonic R 150cc sebesar 41.226 unit.

Selain desain produk harga juga mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Hal tersebut seperti teori yang diutarakan oleh Kotler dan Keller (2009:67) harga merupakan salah satu elemen yang berada di bauran pemasaran. harga juga bisa menghasilkan pendapatan, dan juga biaya. Harga juga merupakan menjadi pertimbangan penting bagi konsumen dalam memutuskan pembelian, karena konsumen akan membandingkan harga dari produk pilihan kemudian mengevaluasi unuk mempertimbangkan harga apa sesuai dengan kualitas produk yang diinginkan, serta jumlah uang yang akan dikeluarkan.

Menurut berita dari AISI perbandingan harga antara Jupiter MX King 15cc dengan harga Rp.18.450.000,

sedangkan Suzuki Satria FU 150cc Rp. 20.000.000 lebih mahal Rp. 1.550.000 dari Jupiter MX King 150cc, dan yang terakhir adalah New Honda Sonic R 150cc dengan harga Rp. 21.200.000 lebih murah Rp. 1.200.000 dari Suzuki Satria FU 150cc. Dari hasil tersebut harga Suzuki Satria FU 150cc lebih mahal dari Jupiter MX king 150cc dengan spesifikasi tidak jauh beda.

Propinsi Jawa timur merupakan wilayah dengan penjualan sepeda motor terbesar di Indonesia seperti yang dijelaskan pada oleh [www.detik.com](http://www.detik.com) dengan jumlah 382.351 unit (17,50%) di pulau jawa pada 2015. Dari data tersebut maka akan dilakukan penelitian di kota Surabaya karena merupakan salah satu kota terbesar di Jawa Timur. Surabaya memiliki 5 wilayah yaitu Surabaya Pusat, Surabaya Utara, Surabaya Timur, Surabaya Barat ,dan Surabaya Selatan. Kelima wilayah tersebut peneliti menyebarkan angket ke wilayah Surabaya terutama di beberapa titik yang sesuai dengan penelitian.

Oleh karena itu, berdasarkan fenomena-fenomena diatas, maka penulis mengadakan penelitian dengan judul “Pengaruh Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Suzuki Satria Fu 150cc (Studi Pada Pengguna Sepeda Motor Suzuki Satria Fu 150cc Di Surabaya)”.

## KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Pada penelitian ini menggunakan 2 variabel independen yaitu desain produk dan harga. Sebelum menjelaskan tentang desain produk terlebih dahulu harus dijelaskan tentang produk. Produk merupakan sesuatu yang bisa ditawarkan kepada konsumen / pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan seperti barang, pengalaman, jasa, tempat, properti informasi dan ide. Menurut Tjiptono (2008:109-133) untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan ada 8 strategi produk. Pada Suzuki Satria FU 150cc berada pada strategi produk baru yaitu produk yang disempurnakan dari produk sebelumnya yang sudah beredar dipasaran.

### 1. Desain Produk

Desain produk merupakan sesuatu hal yang bisa dirasakan langsung oleh penggunaanya, seperti yang di jelaskan oleh Kotler dan Keller (2009:10) desain (*design*) merupakan hal yang bisa di rasakan dan dilihat oleh mata yang berupa fitur dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan.

Pengukuran variabel desain produk pada penelitian ini merujuk dari Rinaldi & Yuniarinto (2012) yaitu kombinasi warna, modifikasi yang elegan, model yang trendy/keren, dan model yang dinamis dan modern.

Dalam penelitian ini, variabel kedua adalah harga yang merupakan salah satu elemen bauran pemasaran dan merupakan aspek yang sering sebagai pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.

## 2. Harga

Harga merupakan suatu nilai tukar baik dengan uang maupun barang untuk mendapatkan manfaat dari barang atau jasa yang di inginkan konsumen. Menurut (Tjiptono, dkk 2008:465) harga dapat diartikan sebagai jumlah uang atau barang yang di inginkan oleh konsumen sesuai dengan apa yang dibutuhkan.

Pengukuran variabel harga pada penelitian ini merujuk dari Yusup (2011) yaitu kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat.

Dalam penelitian ini keputusan pembelian merupakan variabel dependen yang dipengaruhi oleh desain produk dan harga yang akan dijelaskan sebagai berikut:

## 3. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah tahapan yang dilakukan setelah konsumen mengenali kebutuhan yang di inginkan, mencari informasi dan evaluasi pada produk tersebut baru konsumen memilih apakah akan memberikan keputusan pembelian. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2008:166) keputusan pembelian merupakan perilaku konsumen dimana sebuah individu, kelompok dan organisasi membeli menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi apa yang ingin dipenuhi.

Pengukuran variabel keputusan pembelian pada penelitian ini merujuk dari Kotler dan Keller (2009:188), yaitu pilihan tempat pembelian, penentuan waktu membeli, dan metode pembayaran.

## 4. Hubungan Antar Variabel

### a. Hubungan desain produk terhadap keputusan pembelian

Desain produk merupakan salah satu yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Menurut Suwarman (2011:150) mengatakan bahwa pengetahuan mengenai atribut tersebut dapat mempengaruhi konsumen pada pengambilan keputusan pembelian. Inovasi juga sebagai pertimbangan konsumen dalam keputusan pembelian seperti penelitian yang dilakukan oleh Ramdonah dkk (2015) bahwa inovasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Inovasi yang dengan merubah desain membuat konsumen semakin tertarik dalam pengambilan keputusan pembelian seperti penelitian Rinaldi & Yuniarinto (2012) desain produk berpengaruh

secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Ngantung (2013) & Tumini dkk (2015), dan Soewito (2013) bahwa desain produk merupakan hal yang menunjang dalam mengambil keputusan pembelian.

Berdasarkan kesimpulan dari beberapa teori dan jurnal diatas bahwa inovasi dengan perubahan desain produk pengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

### b. Hubungan harga terhadap keputusan pembelian

Harga adalah faktor yang di pertimbangan konsumen dalam memutuskan pembelian. Menurut Kotler & Keller (2008:24) harga salah satu dari empat P yang ada dalam bauran pemasaran yang di dalamnya ada produk, harga, promosi, dan tempat yang bertujuan untuk menarik konsumen untuk menarik dan membeli. Sedangkan menurut Tjiptono (2008:151) harga sering kali sebagai patokan pengukuran atas manfaat yang di peroleh baik barang atau jasa. digunakan sebagai indikator nilai bila mana harga tersebut di hubungkan dengan manfaat yang di rasakan atau suatu barang atau jasa.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Yusup (2011), Sepang dkk (2014) dan Lee (2016), menyimpulkan bahwa harga merupakan hal mempengaruhi keputusan konsumen. Penelitian lain yang dilakukan Tamunu & Tumewu (2014) dan Purwanti dkk (2012) menyatakan bahwa hasil penelitiannya adalah variabel harga memiliki berpengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

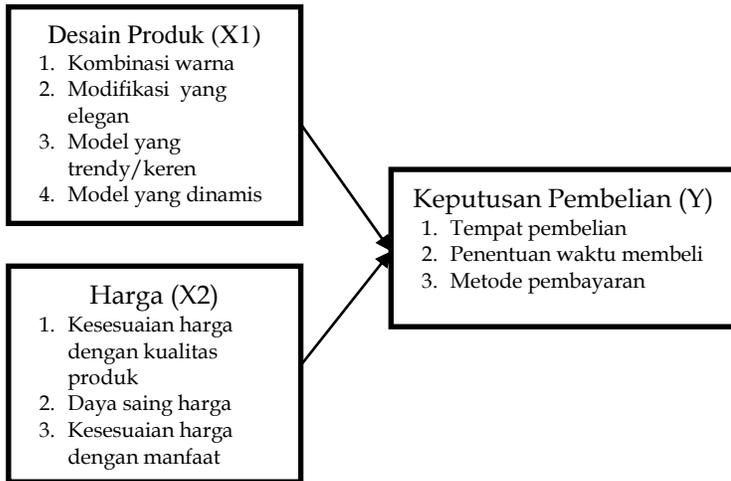
Berdasarkan penjelesaian diatas dari beberapa teori dan jurnal diatas bahwa antara variabel harga ada pengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Tujuan dan objek penelitian yang telah ditetapkan, maka jenis penelitian yang digunakan rancangan riset konklusif yaitu dengan menguji hipotesis dan menguji hubungan antar variabel. (Malhotra, 2009:90).

Pada rancangan penelitian ini menggunakan rancangan riset deskriptif untuk mengetahui apakah desain produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki Satria FU 150cc di Surabaya

(Studi pada pengguna sepeda motor Suzuki Satria FU 150cc di Surabaya), dapat dilihat dalam gambar berikut ini:



**Gambar 1 Rancangan Penelitian**  
Sumber: Diolah Peneliti

Pada penelitian ini dilakukan di Surabaya khususnya di tempat-tempat keramaian yang merupakan tempat berkumpulnya komunitas dan klub motor seperti Kodam V Brawijaya, Taman Bungkul, Monumen Bambu Runcing dan Warung Kopi Rolag.

Populasi pada penelitian ini merupakan pengguna sepeda motor Suzuki Satria FU 150cc yang berusia 18-24 tahun dan terlibat dalam proses keputusan pembelian.

Sampel dalam penelitian ini diambil 200 responden karena jumlah harus disesuaikan dengan tersedianya responden yang memenuhi syarat dan tingkat penyelesaian. (Malhotra 2009:369). Peneliti menambahkan 5% dari jumlah ukuran sampel yang sudah ditentukan, menurut Sugiyono (2012:69) penambahan 5% untuk mengatasi apabila terdapat data yang tidak kembali pada waktu pengisian angket, maka jumlah sampel total menjadi 210 responden. Selanjutnya peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel yang sesuai dalam penelitian ini yaitu metode *non-probability sampling* dengan teknik *judgment sampling*.

Jenis dan sumber data dalam penelitian ini ada dua yaitu primer yang diperoleh dari penyebaran angket dan data skunder literatur buku mengenai desain produk, harga, keputusan pembelian dan juga dari jurnal internasional dan nasional yang sesuai dengan kajian yang teliti, serta artikel dan website yang terkait dengan desain produk, harga dan keputusan pembelian yang berhubungan dengan Suzuki Satria FU 150cc.

Teknik yang di gunakan dalam pengumpulan data ada dua macam yaitu penyebaran angket dan observasi untuk

mendapatkan gambaran permasalahan serta informasi ataupun data yang sesuai dengan penelitian

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini, teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda. pada uji validitas dinyatakan valid sebab dengan nilai *Corrected Item – Total Correlation* lebih besar dari 0,361. Sedangkan pada hasil uji reliabilitas nilai *Cronbach Alpha* untuk variabel desain produk (X1) sebesar 0,849, harga (X2) sebesar 0,793 dan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,725, maka dari hasil tersebut pernyataan bisa dilanjutkan untuk alat ukur pada penelitian ini.

### Karakteristik Responden

Karakteristik pada responden adalah kelompok umur, jenis kelamin, pekerjaan, dan pendapatan. Adapun rinciannya sebagai berikut:

Tabel 1  
Karakteristik Responden

Kriteria		Jumlah	Presentase
Umur	18-20 Tahun	119	56,7%
	21-24 Tahun	91	43,3%
Total		210	100%
Jenis Kelamin	Laki-Laki	210	100%
	Perempuan	-	-
Total		210	100%
Status	Mahasiswa	125	59,52%
	Bekerja	85	40,48%
Total		210	100%
Pendapatan	Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000	70	33,3%
	Rp.1.100.000 – Rp.2.100.000	66	31,4%
	Rp. 2.200.000 – Rp. 3.100.000	58	27,6%
	Rp. > 3.100.000	16	7,6%
Total		210	100%
Lama Memiliki	Kurang dari 1 bulan	-	-
	Lebih dari 1 bulan	210	100%
Total		210	100%

Sumber: Diolah peneliti

Berdasarkan tabel 1 tersebut dengan responden yang sudah menggunakan sepeda motor Suzuki Satria FU 150cc lebih dari 1 bulan sehingga bisa merasakan dan memberikan nilai obyektif pada setiap jawaban. Sehingga dapat

disimpulkan bahwa dari 210 responden sebanyak 119 (56%) adalah usia 18-20 tahun dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 210 (100%) dengan status sebagai mahasiswa 125 (59,52%) dan pendapatan sebesar Rp. 500.000 sampai Rp. 1000.000. Maka disimpulkan bahwa anak muda khususnya laki-laki lebih suka motor *sport* dengan tampilan yang *sporty*.

**Analisis Model dan Kelayakan Model**

Model yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Model bisa dikatakan lolos harus memenuhi asumsi normalitas dan lolos dari asumsi klasik. Hasil uji asumsi normalitas grafik *normal probability plot* menunjukkan pola titik-titik yang menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, dengan nilai signifikansi uji *kolmogorov smirnov* lebih besar dari 0,05 yaitu 0,167, maka berdistribusi normal dan data dapat diolah menggunakan regresi linier berganda. Nilai *tolerance* kedua variabel bebas dalam penelitian ini, yaitu desain produk dan harga, lebih besar dari 0,1, yaitu 0,588 dan nilai VIF dari kedua variabel bebas kurang dari 10, yaitu 1,702 sehingga model regresi linier berganda lolos dari multikolinieritas. Selain itu nilai matriks korelasi antar variabel desain produk dan harga adalah  $0,642 < 0,90$  artinya tidak ada korelasi yang kuat antar variabel independent. Nilai signifikansi t kedua variabel bebas yang dihasilkan dari uji *glejser* lebih besar dari 0,05 yaitu 0,09 untuk variabel desain produk dan 0,095 untuk variabel harga, sehingga model regresi linier berganda lolos dari masalah heteroskedastisitas. Setelah data lolos dari asumsi-asumsi klasik, selanjutnya dilakukan analisis regresi linear berganda. Berikut ini adalah hasil analisis regresi linier berganda antara desain produk dan harga terhadap keputusan pembelian.

Tabel 2  
Hasil Regresi Linier Berganda  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.597	1.286		2.796	.006
Desain Produk	.438	.059	.515	7.362	.000
Harga	.214	.088	.169	2.420	.016

a. Dependent Variable: keputusan\_pembelian

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diperoleh model persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 3.597 + 0.438X_1 + 0.214X_2$$

Dari hasil analisis regresi linier berganda maka dapat dijelaskan jika pada Suzuki Satria FU 150cc tidak ada perubahan khususnya pada desain produk dan harga maka konsumen tetap melakukan pembelian yang dipengaruhi oleh variabel lain seperti promosi, kalitas produk dan kelompok acuan. Apabila pada bagian desain produk (X1) semakin bagus maka konsumen akan lebih cepat dalam mengambil keputusan pembelian Suzuki Satria FU 150cc. Sedangkan variabel harga (X2) bila harga sesuai dengan persepsi konsumen atas kualitas produk Suzuki Satria FU 150cc, maka konsumen akan lebih cepat dalam mengambil keputusan pembelian.

Sedangkan pada pengujian pengaruh desain produk, harga terhadap keputusan pembelian dengan nilai Adjusted R Square sebagai berikut :

Tabel 3  
Nilai Adjusted R Square  
Model Summary<sup>p</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.637 <sup>a</sup>	.405	.400	2.762

a. Predictors: (Constant), Harga, Desain\_produk

b. Dependent Variable: keputusan\_pembelian

Besar kontribusi variabel bebas desain produk (X1) dan harga (X2) terhadap variabel terikat keputusan pembelian. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 40%. Dari nilai tersebut menunjukkan bahwa desain produk (X1) dan harga (X2) mempengaruhi Keputusan pembelian sepeda motor Suzuki Satria FU 150cc sebesar 40%. Sedangkan sisanya 60% dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

**Hasil Pengujian Hipotesis**

Uji hipotesis dilakukan untuk menguji pengaruh antar variabel-variabel secara parsial (individu). Adapun hasil tersebut menunjukkan bahwa desain produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, di tunjukkan dari nilai *t<sub>hitung</sub>* pada keputusan pembelian lebih besar dari pada nilai *t<sub>tabel</sub>*, dan nilai signifikansi variabel desain produk dan harga < 0,05. Berdasarkan perbandingan nilai *t<sub>hitung</sub>* dari tiap variabel bebas, maka dapat diketahui bahwa variabel desain produk (X<sub>1</sub>) memiliki lebih dominan dengan nilai *t<sub>hitung</sub>* sebesar 7,362 sedangkan *t<sub>hitung</sub>* variabel harga (X<sub>2</sub>) hanya sebesar 2,420.

### **Pengaruh Desain Produk ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ).**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa desain produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Suzuki Satria FU 150cc. Hal ini sesuai dengan teori Kotler dan Keller (2009:10) desain (*design*) merupakan hal yang bisa di rasakan dan dilihat oleh mata yang berupa fitur dan fungsi produk berdasarkan kebutuhan pelanggan. Jadi sebuah desain produk dapat membuat tampilan menjadi lebih menarik untuk pengambilan keputusan pembelian yang lebih cepat karena desain yang bagus akan merangsang konsumen untuk membeli. Hasil penelitian ini mendukung penelitian oleh Ngantung (2013) bahwa desain produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Sedangkan menurut Tumini dkk (2015) desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan didukung juga oleh penelitian Soewito (2013) bahwa desain produk berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian.

Apabila dikaitkan dengan karakteristik responden dapat diambil kesimpulan bahwa usia yang paling dominan adalah responden yang berusia 18 sampai 20 tahun, karena pada usia tersebut merupakan usia anak muda dimana mereka begitu ingin tampil beda dalam setiap pergaulan dan dianggap yang keren dibandingkan yang lain. Kebanyakan pemilik dan pengguna sepeda motor Suzuki Satria FU 150cc adalah laki-laki yang suka tampilan motor sport dan desain yang *sporty*, berbeda dengan anak perempuan yang lebih suka motor matic yang lebih mudah dalam penggunaannya. Jumlah penghasilan paling dominan sebesar Rp. 500.000 – Rp.1.000.000, dimana pada usia tersebut kebanyakan belum bekerja. Maka dari hasil tersebut perubahan pada desain *striping* dan *body* yang lebih *sporty* pada Suzuki Satria FU 150cc semakin menarik minat konsumen anak muda.

### **Pengaruh Harga ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ).**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian Suzuki Satria FU 150cc. Hal ini sesuai dengan teori Kotler dan Keller (2009:67) harga yang terdapat pada bauran pemasaran yang satu sisi menguntungkan dan sisi lain biaya. Harga merupakan bagian dari bauran pemasaran yang merupakan strategi pemasar dalam penjualan produknya. Dalam penelitian ini harga sangat penting dalam benak konsumen, Sebab harga merupakan salah satu faktor yang di pertimbangkan dan juga mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.

Sedangkan harga menurut Tjiptono, dkk (2008:465) harga dapat diartikan sebagai jumlah uang atau barang yang

di inginkan oleh konsumen sesuai dengan apa yang dibutuhkan atau di inginkan baik barang maupun jasa. Jadi harga merupakan alat tukar untuk mendapatkan suatu barang yang sesuai keinginan dan kemampuan dalam pembelian.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Tamunu & Tumewu (2014) bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Sedangkan menurut penelitian Sepang dkk (2014) harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut didukung oleh penelitian Lee (2016) menyatakan bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Apabila dikaitkan dengan karakteristik responden yang paling dominan dalam penelitian ini adalah usia antara umur 18 sampai 20 tahun dengan status mahasiswa dengan pendapatan Rp.500.000 – Rp.1.000.000, maka dapat disimpulkan bahwa pada umur tersebut belum bekerja dan belum mampu untuk membeli sepeda motor sendiri. Tetapi pada usia tersebut sudah mengerti akan harga, desain produk dan spesifikasi dari sepeda motor Suzuki Satria FU 150cc, hanya saja mereka belum mampu secara materi untuk membeli. Pada waktu melakukan pembelian konsumen hanya membandingkan desain produk dan harga. Jadi konsumen membeli Suzuki Satria FU 150cc berdasarkan dengan harga sesuai persepsi konsumen yaitu kesesuaian harga dengan kualitas produk bukan harga yang di ukur dengan nominal.

Pada penelitian ini responden sudah mengerti tentang spesifikasi sepeda motor Suzuki Satria FU 150cc baik pada bagian tampilan desain produk maupun harga, hal tersebut sebagai pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Penelitian menunjukkan bahwa variabel desain produk memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap keputusan pembelian dibandingkan variabel harga, yang di tunjukkan oleh hasil analisis yang menunjukkan bahwa nilai variabel desain produk lebih besar dibandingkan dengan nilai variabel harga. Jadi hasil penelitian menunjukkan bahwa anak muda lebih mengutamakan penampilan dalam memilih sepeda motor dari pada mempertimbangkan harga. Maka dari itu Suzuki Satria FU 150cc sudah sesuai yang diharapkan dengan memberikan tampilan *body* yang *sporty* pada desainnya serta penambahan teknologi terbaru, inovasi terus menerus, pilihan warna yang banyak, dan mudah didapatkan di dealer-dealer resmi Suzuki dengan kemudahan dengan dalam pembayaran secara tunai maupun kredit.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, maka simpulan dalam penelitian ini adalah:

1. Terdapat pengaruh signifikan variabel desain produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki Satria FU 150cc (Studi pada pengguna sepeda motor Suzuki Satria FU 150cc di Surabaya).
2. Terdapat pengaruh signifikan variabel harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki Satria FU 150cc (Studi pada pengguna sepeda motor Suzuki Satria FU 150cc di Surabaya).

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Panji Arief. 2011. “Analisis pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda (studi kasus pada dealer sepeda motor honda di kota banjarnegara)” Skripsi. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Geri Rinaldi dan Agung Yuniarinto. 2012. “pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian Honda Vario Techno 125 PGM FI di Kota Malang” *Diakses pada tanggal 27 Maret 2016*
- Ghozali, Imam. 2006. Statistik Non Parametik – Teori dan Aplikasi dengan Program SPSS . Semarang :Undip
- Ghozali, Imam. 2011. Statistik Non Parametik – Teori dan Aplikasi dengan Program SPSS . Semarang :Undip
- Ghozali, Imam. 2013. Statistik Non Parametik – Teori dan Aplikasi dengan Program SPSS . Semarang :Undip
- Hariadi, Doni Dan Martoatmodjo, Soebari. 2013.”Pengaruh Produk, Harga, Promosi Dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Projector Microvision”. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen Volume 1 Nomor 1*.
- Kotler, Philip. Asmstrong, Gary. 2007. *Dasar-dasar Pemasaran Edisi 9. Jilid 1*. Terjemahkan oleh Tim MarkPlus. Pt Indeks
- Kotler, Phillip. Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Terjemahan Oleh Bob Sabran. 2008. Jakarta. Erlangga
- Kotler, Phillip. Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid 2*. Terjemahan Oleh Bob Sabran. 2008. Jakarta. Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran. Yogyakarta :Penerbit Andi
- Lee, Chien-Chung. 2016. “Marketing research of motorcycle industry in taiwan—personality traits as confounding variable”. *International Journal of business and management vol. 11 no.3*. Diakses pada 2 Mei 2016.
- Mahmud & Alfianto, Eko Agus. 2014. Pengaruh desain produk dan layanan purna jual terhadap Keputusan konsumen membeli sepeda motor yamaha merek new V-ixion fi (full injection) (studi pada konsumen sepeda motor yamaha merek new v-ixion fi (full injection) di Adiguna sakti motor pandaan). *Jurnal Sketsa Bisnis Vol.1 Agustus 2014*
- Malholtra, Naresh K. 2004. *Riset Pemasaran Pendekatan terapan. Edisi Keempat. Jilid 1*. Terjemahan oleh Soleh Rusyadi Maryam. 2009. Jakarta : PT. Indeks
- Ngantung, Valensia Naomi 2013. “Determinant factors Product attributes to consumer buying behavior of motorcycle”. *Jurnal EMBA Vol.1 No.4 Desember 2013, Hal. 697-707*. Diakses pada 03 Mei 2016.
- Ninik, Tumini dkk. 2015. “pengaruh jingle iklan, desain produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor matic honda Vario di PT. Zirang Honda Semarang”. Diakses pada 11 Februari 2016.
- Purwanti. Setiawan, Heri & Rohmawati. 2012 “Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian motor honda matic beat (studi kasus pada pt. nusantara solar sakti)” *jurnal ekonomi dan informasi akuntansi (JENIUS) vol.2 no.3*. Diakses pada 5 Mei 2016.
- Romdonah, Rinda. Fatoni, Aziz & Haryono, Andri Tri. 2015. “Pengaruh Inovasi Produk, Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (Studi Kasus Pada Konsumen Dealer Honda Pratama Kurnia Kasih). Diakses Tanggal Desember 2015.
- Sepang, Maria Goreti Jelly. Sepang, Janjte L. & Walangitan, Mac Donald. 2014. “Analisis produk, harga, promosi dan tempat pengaruhnya terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda di kota manado” *Jurnal EMBA Vol.2 No.3*. Diakses pada 2 Mei 2016.

- Simamora, Bilson. 2005. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Soewito, Yudhi. 2013 “kualitas produk, merek dan desain pengaruhnya terhadap keputusan pembelian sepeda motor yamaha mio” *Jurnal EMBA Vol. 1 No. 3*. Diakses pada 3 Mei 2016.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung :Alfabeta
- Sugiyono. 2012. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : ALVABETA, cv.
- Suwarman, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen. Edisi Kedua*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran. Edisi Ketiga*. Yogyakarta : CV. ANDI OFFSET
- Tamunu, Malvern & Tumewu, Ferdinand. 2014. “analyzing the influence of price and product quality on buying decision honda matic motorcycles in manado”. *Jurnal EMBA vol. 2 No. 3*. Diakses 2 Mei 2016.
- Yee, Choy Jhonn and San, Ng Cheng. 2011. Consumers’ perceived quality, perceived value, perceived risk towards purchase decision on automobile. *American journal of economics and business administration 3 (1): 47-57*. Diakses 20 mei 2016
- Yusup, Muhammad. 2011. “Analisis pengaruh promosi, harga, kualitas produk, dan layanan purna jual terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda (Studi kasus pada Mahasiswa Fakultas ekonomi Universitas Diponegoro semarang)”. Diakses pada tanggal 20 Desember 2015.